



Universidad  
Nacional  
de Loja

# Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica Social y Administrativa

## Carrera de Administración Turística

**Propuesta agroturística, basada en productos con identidad territorial,  
para el cantón Olmedo, provincia de Loja.**

**Trabajo de Titulación previo a la  
obtención del título de Ingeniera  
en Administración Turística**

AUTORA:

María Fernanda Herrera Herrera

DIRECTORA:

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene. Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2023

Loja, 12 de enero de 2023.

Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene. Mg. Sc

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

**C E R T I F I C O:**

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **Propuesta agroturística, basada en productos con identidad territorial, para el cantón Olmedo, provincia de Loja**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración Turística**, de la autoría de la estudiante **María Fernanda Herrera Herrera**, con **cédula de identidad Nro.1105414989**, 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. Maruxi Yadira Loarte Tene. Mg. Sc

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

### **Autoría**

Yo, **María Fernanda Herrera Herrera**, declaro ser autora 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 del Trabajo de Titulación en el Repositorio Digital Institucional - Biblioteca Virtual.

**Firma:**

**Cedula de identidad:** 1105414989

**Fecha:** 22 de marzo de 2023

**Correo electrónico:** maria.f.herrera@unl.edu.ec

**Teléfono:** 0995708784

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

Yo, **María Fernanda Herrera Herrera**, declaro ser autora del Trabajo de Titulación denominado: **Propuesta agroturística, basada en productos con identidad territorial, para el cantón Olmedo, provincia de Loja**, como requisito para optar por el título de **Ingeniera 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 22 días del mes de marzo de dos mil veintitrés.

**Firma:**

**Autora:** María Fernanda Herrera Herrera

**Cédula:** 1105414989

**Dirección:** Catamayo, Avenida Isidro Ayora y 3 de noviembre.

**Correo electrónico:** maria.f.herrera@unl.edu.ec

**Teléfono:** 0995708784

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Directora del Trabajo de Titulación:** Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene. Mg. Sc

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo de manera especial a mis padres; Beatriz Herrera y Armando Herrera quienes con su esfuerzo han contribuido a que actualmente me encuentre terminando mi carrera, han confiado de manera infinita en que culminaría mis estudios y que sería una profesional.

A mis hermanos; Daniel, Betty, Carmita y Lorgia por la paciencia y apoyo que me han brindado de diferentes maneras durante estos largos años de estudio, les dedico este trabajo como fruto de un esfuerzo conjunto y como muestra que a pesar de las dificultades todo lo que nos proponemos lo podemos conseguir.

Finalmente, y el más importante, le dedico este trabajo a la personita más linda e inteligente que conozco, a mi pequeño hijo Luis David, quien talvez ha sido el que más ha tenido que aportar para que en este momento yo me encuentre cumpliendo mis sueños, personita a la cual recompensaré infinitamente.

*María Fernanda Herrera Herrera*

## **Agradecimiento**

Agradezco primeramente a Dios por haberme permitido llegar hasta aquí, manteniéndome con salud y ayudándome a superar cada adversidad presentada durante este trayecto de estudio, de igual manera a mi hijo, padres, hermanos, y otros familiares que de una u otra manera han contribuido al cumplimiento de esta meta.

A la Universidad Nacional de Loja y carrera de Administración Turística por brindarme el espacio, los docentes y las condiciones para prepararme como ingeniera en administración turística, de manera especial agradezco a mi tutora Ing. Maruxi Loarte quién supo dirigirme, guiarme y corregirme durante la elaboración del presente Trabajo de Titulación.

Así mismo agradezco al GAD Municipal del Cantón Olmedo por abrirme sus puertas y permitirme trabajar en conjunto con ellos, especialmente a la Licenciada Grety Patiño técnica de la unidad de turismo.

Finalmente agradezco a mis amistades por permanecer junto a mí en este proceso, por brindarme sobre todo su apoyo emocional en diferentes etapas de mi vida.

A ustedes muchas gracias.

*María Fernanda Herrera Herrera*

## Índice de contenidos

<b>Portada</b> .....	i
<b>Certificación</b> .....	ii
<b>Autoría</b> .....	iii
<b>Carta de autorización</b> .....	iv
<b>Dedicatoria</b> .....	v
<b>Agradecimiento</b> .....	vi
<b>Índice de contenidos</b> .....	vii
Índice de tablas.....	xi
Índice de figuras.....	xiii
Índice de anexos.....	xiv
<b>1. Título</b> .....	1
<b>2. Resumen</b> .....	2
2.1 Abstract.....	3
<b>3. Introducción</b> .....	4
<b>4. Marco teórico</b> .....	6
4.1. Marco conceptual.....	6
4.1.1. <i>Turismo de naturaleza</i> .....	6
4.1.1.1. Concepto.....	6
4.1.1.2. Clasificación.....	6
4.1.2. <i>Agricultura</i> .....	7
4.1.2.1. Procesos de producción agrícola.....	7
4.1.2.2. Producto agrícola.....	7
4.1.2.3. Fincas agropecuarias.....	7
4.1.2.4. Desarrollo de actividades agroturísticas.....	7
4.1.3. <i>Diagnóstico turístico</i> .....	8
4.1.3.1. Actores claves.....	8
4.1.3.2. Oferta turística.....	9
4.1.3.3. Demanda turística.....	10
4.1.4. <i>Producto turístico</i> .....	10
4.1.4.1. Concepto.....	10
4.1.4.2. Elementos del producto turístico.....	10
4.1.4.3. Producto turístico con identidad territorial.....	11
4.1.5. <i>Modelo de gestión</i> .....	11

4.1.5.1.	Concepto.....	11
4.1.5.2.	Modelo de gestión turístico.....	12
4.2.	Marco referencial.....	13
4.2.1.	<i>Datos generales del cantón Olmedo</i> .....	13
4.2.2.	<i>Referencias</i> .....	14
4.2.2.1.	Análisis situacional del agroturismo en el cantón Salitre provincia del Guayas – Ecuador.....	14
4.2.2.2.	Asociatividad y agroturismo. Evaluación de las habilidades asociativas en redes de Agroturismo del sur de Chile. ....	14
4.2.2.3.	Programas didácticos agro productivos, como modelo de agroturismo para el desarrollo rural del cantón Santa Clara, Pastaza–Ecuador. ....	15
5.	<b>Metodología</b> .....	16
5.1.	Área de estudio.....	16
5.2.	Materiales y recursos .....	16
5.2.1.	<i>Recursos humanos</i> .....	16
5.2.2.	<i>Recursos materiales</i> .....	17
5.2.3.	<i>Recursos tecnológicos</i> .....	17
5.2.4.	<i>Recursos logísticos</i> .....	17
5.3.	Métodos .....	17
5.3.1.	<i>Analítico-sintético</i> .....	17
5.3.2.	<i>Inductivo-deductivo</i> .....	18
5.4.	Técnicas .....	18
5.5.	Metodología por objetivos.....	19
5.5.1.	<i>Primer objetivo: Elaborar el diagnóstico agroturístico de la situación actual en el Cantón Olmedo, provincia de Loja</i> .....	19
5.5.2.	<i>Segundo objetivo: Crear productos agroturísticos con identidad territorial en el Cantón Olmedo, provincia de Loja</i> .....	20
5.5.3.	<i>Tercer objetivo: Determinar un modelo de gestión para los productos con identidad territorial para el Cantón Olmedo, provincia de Loja</i> .....	21
6.	<b>Resultados</b> .....	23
6.1.	Diagnóstico agroturístico de la situación actual en el cantón Olmedo, provincia de Loja.....	23
6.1.1.	<i>Caracterización del territorio</i> .....	23
6.1.1.1.	Proceso histórico.....	23

6.1.1.2.	Ubicación geográfica y jurisdiccional.....	23
6.1.2.	<i>Análisis multidimensional</i> .....	23
6.1.2.1.	Dimensión social.....	24
6.1.2.2.	Dimensión económica.....	27
6.1.2.3.	Dimensión ambiental. ....	28
6.1.2.4.	Dimensión político institucional. ....	31
6.1.3.	<i>Mapeo de actores</i> .....	33
6.1.4.	<i>Identificación de atractivos turísticos</i> .....	35
6.1.4.1.	Productos con identidad territorial.....	35
6.1.4.2.	Atractivos turísticos complementarios.....	60
6.1.4.3.	Análisis de la oferta de servicios turísticos. ....	60
6.1.4.4.	Análisis de la demanda .....	62
6.1.4.5.	Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) ...	66
6.2.	Productos agroturísticos con identidad territorial para el cantón Olmedo, provincia de Loja.....	68
6.2.1.	<i>Matriz FODA cruzado</i> .....	68
6.2.2.	<i>Estrategias de fortalecimiento turístico</i> .....	71
6.2.3.	<i>Portafolio de productos turísticos</i> .....	71
6.2.4.	<i>Hoja de trabajo para la estructuración y organización de productos turísticos</i> .....	72
6.2.5.	<i>Diseño de los productos</i> . ....	75
6.2.5.1.	Paquete agroturístico.....	75
6.2.5.2.	City Tour.....	79
6.3.	Modelo de gestión para la propuesta de productos con identidad territorial del cantón Olmedo, provincia de Loja. ....	81
6.3.1.	<i>Plan de acción</i> .....	81
6.3.1.1.	Objetivos .....	81
6.3.1.2.	Líneas estratégicas y presupuesto .....	82
6.3.1.3.	Cronograma.....	86
6.3.2.	<i>Definir un órgano gestor</i> .....	91
6.3.3.	<i>Soporte jurídico</i> .....	91
6.3.4.	<i>Estructura organizacional</i> .....	91
6.3.4.1.	Misión .....	91
6.3.4.2.	Visión.....	92

6.3.4.3.	Valores .....	92
6.3.4.4.	Objetivos .....	92
6.3.4.5.	Organigrama estructural.....	92
6.3.4.6.	Manual de funciones para cada departamento .....	94
7.	<b>Discusión</b> .....	96
8.	<b>Conclusiones</b> .....	99
9.	<b>Recomendaciones</b> .....	100
10.	<b>Bibliografía</b> .....	101
11.	<b>Anexos</b> .....	103

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b>	<b>Poblaciones para análisis de la demanda.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 2.</b>	<b>Peso para cada criterio de calificación.....</b>	<b>20</b>
<b>Tabla 3.</b>	<b>Población total del cantón Olmedo.....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 4.</b>	<b>Mapeo de actores.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 5.</b>	<b>Listado de PIT identificados en el territorio .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 6.</b>	<b>Continuación de las características de los PIT identificados en el territorio .</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 7.</b>	<b>Listado de PIT prioritarios .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabla 8.</b>	<b>Listado de lugares donde se ofertan los PIT.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 9.</b>	<b>Continuación de las características de lugares donde se ofertan los PIT .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 10.</b>	<b>Listado de lugares donde se ofertan los PIT priorizados .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 11.</b>	<b>Atractivos culturales y naturales del cantón Olmedo.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 12.</b>	<b>Oferta de alojamiento.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 13.</b>	<b>Oferta de restauración.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 14.</b>	<b>Oferta de servicios complementarios .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 15.</b>	<b>Pregunta 1. Lugar de residencia.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 16.</b>	<b>Pregunta 2. Sexo.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 17.</b>	<b>Pregunta 3. Edad.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 18.</b>	<b>Pregunta 4. Estado civil.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 19.</b>	<b>Pregunta 5. Ocupación .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 20.</b>	<b>Pregunta 6. Ingresos mensuales.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 21.</b>	<b>Pregunta 7. Grado de instrucción.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 22.</b>	<b>Pregunta 8. Estaría dispuesto a visitar el cantón Olmedo para realizar actividades agroturísticas .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 23.</b>	<b>Pregunta 9. Indique el número de veces que ha visitado el cantón Olmedo...</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 24.</b>	<b>Pregunta 10. ¿Con quién realizaría la visita? .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 25.</b>	<b>Pregunta 11. ¿Cuántas personas lo acompañarían en su viaje?.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 26.</b>	<b>Pregunta 12. ¿Rango de días previstos para su salida?.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 27.</b>	<b>Pregunta 13 ¿Qué tipo de alojamiento usa? .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 28.</b>	<b>Pregunta 14. ¿Cuál es tu medio de transporte favorito para viajar?.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 29.</b>	<b>Pregunta 15. Principales razones de su visita.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 30.</b>	<b>Pregunta 16. Principales actividades que le gustaría realizar en su visita .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 31.</b>	<b>Matriz FODA .....</b>	<b>67</b>

<b>Tabla 32. Matriz FODA cruzado.....</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 33. Portafolio de productos turísticos priorizados. ....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 34. Hoja de trabajo para la estructuración y organización del paquete agroturístico; “Olmedo en los ojos del mundo con encanto, emprendimiento, sabor y tradición”. ....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 35. Hoja de trabajo para la estructuración y organización de un City Tour “Olmedo con aroma a café y sabor a caña” .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 36. Datos generales del paquete. ....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 37. Itinerario para paquete turístico. ....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 38. Tabla de presupuesto para paquete turístico .....</b>	<b>79</b>
<b>Tabla 39. Datos generales del City Tour.....</b>	<b>79</b>
<b>Tabla 40. Itinerario del City Tour.....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 41. Presupuesto.....</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 42. Líneas estratégicas y presupuesto.....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 43. Cronograma.....</b>	<b>86</b>

## Índice de figuras

<b>Figura 1. Ubicación geográfica del cantón Olmedo .....</b>	<b>16</b>
<b>Figura 2. Mapa de traslado de la ciudad de Loja a Olmedo. ....</b>	<b>77</b>
<b>Figura 3. Mapa del itinerario día 1 .....</b>	<b>78</b>
<b>Figura 4. Mapa del itinerario día 2.....</b>	<b>78</b>
<b>Figura 5. Mapa itinerario día 3 .....</b>	<b>79</b>
<b>Figura 6. Mapa City tour Olmedo con aroma a café y sabor a caña.....</b>	<b>81</b>
<b>Figura 7. Organigrama estructural para el órgano gestor. ....</b>	<b>93</b>

## Índice de anexos

<b>Anexo 1. Entrevista para la identificación y caracterización de PIT .....</b>	<b>103</b>
<b>Anexo 2. Criterios para calificación y priorización de PTI. ....</b>	<b>105</b>
<b>Anexo 3. Fichas de calificación y priorización de PIT .....</b>	<b>106</b>
<b>Anexo 4. Ficha para análisis de la oferta de PIT .....</b>	<b>117</b>
<b>Anexo 5. Ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos .....</b>	<b>119</b>
<b>Anexo 6. Fichas resumen de los atractivos turísticos .....</b>	<b>131</b>
<b>Anexo 7. Modelo de encuesta para análisis de la demanda. ....</b>	<b>136</b>
<b>Anexo 8. Convocatoria a taller .....</b>	<b>139</b>
<b>Anexo 9. Acta de taller realizado.....</b>	<b>140</b>
<b>Anexo 10. Firmas de asistentes al taller .....</b>	<b>141</b>
<b>Anexo 11. Ficha técnica de productos agroturísticos potenciales N.º .....</b>	<b>142</b>
<b>Anexo 12. Fotografías del taller .....</b>	<b>143</b>
<b>Anexo 13. Certificado del abstract .....</b>	<b>144</b>

## **1. Título**

Propuesta agroturística, basada en productos con identidad territorial, para el Cantón Olmedo, provincia de Loja.

## 2. Resumen

Referirse al aprovechamiento de recursos agrícolas, agroindustriales, gastronómicos y artesanales de un pueblo para ponerlos en valor y desarrollar actividades turísticas encaminadas a beneficiar a los pequeños emprendedores, permite la introducción, al tema del presente proyecto denominado: “Propuesta de agroturismo basada en productos con identidad territorial para el cantón Olmedo provincia de Loja”, la cual se desarrolló en base a los siguientes objetivos; elaborar el diagnóstico agroturístico de la situación actual en el Cantón Olmedo, provincia de Loja, crear productos agroturísticos con identidad territorial en el Cantón Olmedo, provincia de Loja, y determinar un modelo de gestión para los productos con identidad territorial para el Cantón Olmedo, provincia de Loja. La metodología utilizada fue “Guía para el diseño de productos agro-turísticos y orientaciones para su implementación” propuesta por la Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales (ICCA), misma que permitió realizar un análisis multidimensional del territorio, identificar productos con identidad territorial, atractivos turísticos, servicios turísticos, crear productos agroturísticos con participación de los actores claves mediante un taller, y determinar un modelo de gestión con la adaptación de la metodología para un modelo de gestión de Ordoñez, (2023). Los resultados obtenidos fueron, veinticinco productos con identidad territorial, quince lugares donde se los oferta, seis recursos turísticos; cuatro de categoría natural con jerarquía I, dos de categoría cultural con jerarquía II, el desarrollo de un paquete turístico, un City tour y un modelo de gestión, en el que las principales estrategias para su desarrollo son capacitaciones de turismo, señalética turística, mejora de la accesibilidad, investigación, relaciones institucionales y empoderamiento de actores sobre la actividad agro-turística. En conclusión, se podría decir que el cantón Olmedo cuenta con los recursos como PIT y atractivos turísticos suficientes para la creación de productos que complementado con un modelo de gestión se podría empezar a desarrollar el agro-turismo.

**Palabras claves:** Agroturismo. Identidad. Producto turístico.

## 2.1 Abstract

Refer to the use of agricultural, agro-industrial, gastronomic and artisanal resources of a town to put them in value and develop tourist activities aimed at benefiting small entrepreneurs, allows to introduce ourselves to the subject of this project called: "Proposal for agro-tourism based on products with territorial identity for the Olmedo canton, province of Loja", which was developed based on the following objectives; to elaborate the agro-tourism diagnosis of the current situation in the Olmedo Canton, province of Loja, to create agro-tourism products with territorial identity in the Olmedo Canton, province of Loja, and to determine a management model for products with territorial identity for the Olmedo Canton, province of Loja. Therefore, the methodology used was the "Guide for the design of agro-tourism products and guidelines for their implementation" proposed by the Association of International Congresses and Conventions (ICCA), which allowed for a multidimensional analysis of the territory, identification of products with territorial identity, tourist attractions, tourist services, create agro-tourism products with the direct participation of key stakeholders through a workshop and determine a management model, with the adaptation of the methodology for a management model of Ordoñez, (2023). The results obtained were; twenty-five products with territorial identity, fifteen places where they are offered, six tourist resources; four of the natural category with hierarchy I, two of the cultural category with hierarchy II, the development of a tourist package, a City tour and a management model, in which the main strategies for its development are tourism training, tourist signage, improvement of accessibility, research, institutional relations and empowerment of actors on the agro-tourism activity. In conclusion, it could be said that the Olmedo canton has sufficient resources such as PIT and tourist attractions for the creation of products that complemented with a management model, could begin to develop agro-tourism.

**Keywords:** Agro-tourism, Identity, Tourist product.

### 3. Introducción

La Organización Mundial del Turismo (OMT), citada por Rodrigo (2019), define el Turismo Agrario como una modalidad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo, así mismo Blanco, M. (n.d.). define al agroturismo como la modalidad de turismo en espacios rurales que pone en valor los recursos provenientes de la agricultura, agroindustria, artesanía, gastronomía y actividades conexas, en armonía con el conjunto de atractivos naturales y culturales del territorio, convirtiéndolos en una motivación adicional de viaje y permanencia de turistas.

Los Productos con Identidad Territorial (PIT) son entendidos como aquellos productos que tienen una tradición y una reputación relacionada con la biodiversidad, cultura, historia y/o saber hacer de los territorios rurales, que les permite competir desde sus ventajas únicas o comparativas, en el mercado de productos y servicios.

En el cantón Olmedo la mayoría de sus habitantes se dedican a la agricultura, la producción de café, caña, maní y maíz, mismos que les han permitido emprender y dedicarse a la venta de algunos derivados elaborados a base de estos productos, así mismo es un cantón que aguarda una valiosa cultura, donde se realiza artesanías rescatando la herencia de sus antepasados, sin embargo no se aprovecha el potencial turístico que posee, ya que no se han buscado las estrategias correctas para desarrollar el agroturismo en el cantón y no existen productos turísticos que aprovechen su capacidad agrícola y que se relacione con la actividad turística.

La presente investigación surge por la necesidad de que existan productos agroturísticos en el cantón Olmedo, de poner en valor los productos con identidad territorial existentes y con ello contribuir a la llegada de turistas, generar fuentes de empleo, reducir los índices de migración, diversificar las actividades económicas de los habitantes y provocar interés para invertir en planta turística.

Los beneficiarios de este proyecto serán los habitantes del cantón Olmedo especialmente los agricultores, artesanos, y emprendedores quienes podrán aprovechar del agroturismo para mejorar su calidad de vida, incrementando actividades turísticas en sus labores cotidianas dentro de la ruralidad, propiciando también conciencia turística en la demanda con un turismo menos agresivo con la naturaleza.

Se han realizado estudios previos que sirvieron de referencia en cuanto al agroturismo; Análisis situacional del agroturismo en el cantón Salitre provincia del Guayas – Ecuador. Asociatividad y agroturismo; Evaluación de las habilidades asociativas en redes de

Agroturismo del sur de Chile; y Programas didácticos agro productivos, como modelo de agroturismo para el desarrollo rural del cantón Santa Clara, Pastaza–Ecuador, sus objetivos van desde analizar al agroturismo como generador de desarrollo sostenible local, evaluar habilidades asociativas de redes de agroturismo hasta la investigación de programas didácticos a ser aplicarlos en la educación para crear modelos de agroturismo, estos estudios permitieron conocer términos, situaciones, estrategias y propuestas que se realizaron en otros lugares con proyectos similares, comparar a la situación del territorio del cantón Olmedo y así tener una visión más amplia de lo que implica el desarrollo del agroturismo en territorios rurales.

Los objetivos de la presente investigación son; Diseñar una propuesta agroturística, basada en productos con identidad territorial para el cantón Olmedo, provincia de Loja y tres específicos que son; elaborar el diagnóstico agroturístico de la situación actual en el Cantón Olmedo, provincia de Loja, crear productos agroturísticos con identidad territorial en el Cantón Olmedo, provincia de Loja y determinar un modelo de gestión para los productos con identidad territorial para el Cantón Olmedo, provincia de Loja.

El alcance de la presente investigación fue la identificación y priorización de PIT, para integrarlos a una propuesta de productos agroturísticos para el cantón, cabe destacar que la ejecución dependerá de la voluntad de las autoridades y la unión e interés de los actores involucrados de llevar a cabo esta propuesta

Es necesario mencionar que existieron limitaciones en el desarrollo del presente trabajo como los tiempos establecidos para cumplir con este proyecto, la pandemia Covid-19 y problemas políticos-sociales que atravesaba el país en el momento como fue el paro nacional de junio del 2022 con el cierre vías lo que limitó a una mejor investigación desde el territorio.

## **4. Marco teórico**

El turismo es una de las industrias que a nivel mundial aporta significativamente a la economía de los países, es una industria que ha venido creciendo constantemente generando fuentes de trabajo y oportunidades a países que cuentan con una gran riqueza cultural y natural que puede ser aprovechada, sobre todo a países subdesarrollados, a continuación, se presentan algunos términos que nos ayudarán a poner en contexto el presente trabajo.

### **4.1. Marco conceptual**

#### **4.1.1. *Turismo de naturaleza***

##### **4.1.1.1. Concepto.**

El turismo de naturaleza se relaciona de manera directa con el desarrollo y el turismo sostenible, prácticamente está referido a los hábitats naturales y a su biodiversidad, donde los parques naturales, las reservas protegidas, el ecoturismo, el medio rural, el agroturismo y el involucramiento de la población adquiere gran importancia. (Martínez Quintana, 2017)

##### **4.1.1.2. Clasificación**

###### **4.1.1.2.1. *Turismo de aventura.***

“Viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas y deportivas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza”(Beltrán et al., 2008)

###### **4.1.1.2.2. *Ecoturismo.***

Sundström, (2003) mencionado por Gonzáles Mantilla & Neri, (2015) define al ecoturismo como la modalidad turística responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza, que promueve la conservación, tiene bajo impacto de visitación y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales.

###### **4.1.1.2.3. *Turismo rural.***

El turismo rural tiene un segmento de mercado específico que puede agruparse por ciertas características similares; capacidad adquisitiva y nivel cultural medio-alto, profesionales independientes con edades comprendidas entre 25 y 45 años, de procedencia urbana, son concienciados ambientalmente y buscan el campo como una fuente de paz y equilibrio, donde puedan salir de las actividades rutinarias de la ciudad, valoran su calidad de vida, busca un pueblo pequeño, tranquilo, con naturaleza viva y cultura local atractiva. (Henche, 2005)

Es así que este tipo de turismo también se subdivide, quedando dentro de esta clasificación el agroturismo, mismo que se detalla a continuación.

El agroturismo constituye la integración de actividades turísticas en medios rurales, agrícolas, y agroindustriales, donde se pueden desarrollar emprendimientos que beneficiaran no solo a su propietario sino también al resto de la comunidad, ya que se generan fuentes de empleo y más oportunidades para permanecer en su lugar de origen sin tener que emigrar. (Riveros & Blanco, n.d.)

#### **4.1.2. Agricultura**

##### **4.1.2.1. Procesos de producción agrícola.**

El proceso de producción agrícola se orienta en principio a la creación de valores, esto quiere decir que de un producto vegetal o animal se satisfaga una necesidad específica del hombre, históricamente, la diligencia agrícola ha pasado de la producción del valores de uso para la satisfacción de las necesidades directas del productor, a la creación de los productos requeridos por las poblaciones no agrícolas, expandiéndose continuamente la producción de valores de cambio, o sea, de bienes agrícolas cambiables por bienes no agrícolas. (Parra et al., 1986, p.5 ).

##### **4.1.2.2. Producto agrícola.**

El producto agrícola se crea en el proceso de trabajo, el cual es el proceso de transformación de un objeto determinado (objeto de trabajo), sea esta natural o ya trabajado, en un producto definido, transformación efectuada por una actividad humana específica (fuerza de trabajo), utilizando instrumentos de trabajo determinados (medios de trabajo).(Parra et al., 1986, p.5 ).

##### **4.1.2.3. Fincas agropecuarias.**

“Es una unidad de producción que cuenta con determinada cantidad de recursos agropecuarios y/o agroforestales los cuales hay que aprovechar para obtener beneficio, ya sea para un grupo particular o familiar.” (Balmaceda, 2006)

##### **4.1.2.4. Desarrollo de actividades agroturísticas.**

Para el desarrollo de las actividades agroturísticas, deben efectuarse determinadas condiciones, entre las más importantes son:

- Existencia de un paisaje cultural atractivo que refleje la acción del hombre a lo largo de su estancia en ese espacio. Si a ello se le suman superficies cubiertas de vegetación natural y de relieves contrastantes es mejor.
- Existencia de atractivos culturales, tradiciones e historia que motiven la visita al lugar.
- Accesibilidad vial entre los centros que faciliten la unión del turista con el destino agroturístico.

- Infraestructura complementaria (transporte, cobertura telefónica, restaurante y alojamiento)
- Estabilidad política y seguridad ciudadana
- Aceptación y receptividad de la población local

El modelo agroturístico es innovador en tanto no es una actividad turística convencional, aporta nuevas oportunidades a la población rural y genera canjes en los sistemas productivos existentes. En la misma medida, es interactivo, pues los habitantes rurales son actores de su propio desarrollo y no solo espectadores de las actividades turísticas. (Sosa & Ramírez Pérez, 2020)

#### **4.1.3. Diagnóstico turístico**

El diagnóstico turístico es un instrumento fundamental para la planificación de destinos y productos turísticos, la misma que puede ser realizada con diferentes técnicas, el diagnóstico establece una diferencia entre las condiciones del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones dentro de la planificación turística en un destino. (Espin, Flores, & Pianos, 2018)

##### **4.1.3.1. Actores claves.**

###### **4.1.3.1.1. Concepto.**

CONAGUA-MEXICO (n.d) los actores clave son aquellos sujetos cuya participación es indispensable y precisa para el logro del propósitos, objetivos y metas de un proyecto, tienen el poder, la capacidad y los medios para decidir e influir en campos vitales que determinan el desarrollo del proyecto, en algunos casos, pueden manifestar un interés directo, evidente y comprometido con los objetivos y propósitos del mismo.

Algunas de las características que presentan son:

- Forman parte de la sociedad asentada en el área de implantación del proyecto.
- Tienen funciones y atribuciones en relación directa con los objetivos del proyecto.
- Disponen de capacidades, habilidades, conocimiento, infraestructura y recursos para proponer, atender y solventar problemas científico - técnicos.
- Cuentan con mecanismos de financiamiento o donación de recursos.
- Tienen capacidad de gestión y negociación con los diversos agentes y/o niveles gubernamentales (p.7).

Velasco 2016 mencionado por Álvarez Cepero et al., (2017) en el turismo se destacan cuatro actores que poseen una gran capacidad para influir y establecer el territorio: la comunidad local, el sector público, el sector privado y los turistas. Estos últimos no forman

parte del territorio como destino, pero tiene la capacidad de influir significativamente sobre este. (p.71-91)

#### **4.1.3.1.2. Comunidad local.**

Elena Socarrás (2004) citada por Esteban & Llano, (n.d.) “Algo que va más allá de una localización geográfica, es un conglomerado humano con un cierto sentido de pertenencia. Es, pues, historia común, intereses compartidos, realidad espiritual y física, costumbres, hábitos, normas, símbolos, códigos”

#### **4.1.3.1.3. Sector público.**

A medida que se desarrolla la sociedad exige contratos más explícitos o formales. Ellos, por su parte, demandan instituciones que los registren, cuando se exija su registro, y que los hagan cumplir, además necesitan protección contra los elementos criminales dentro de sus propios grupos o de fuentes foráneas. Así, todo conglomerado de individuos exige la existencia de instituciones, por rudimentarias que sean, que cumplan estas funciones y que puedan considerarse como un estado mínimo, constituyéndose así el sector público como un conjunto de instituciones dirigidas por el estado.(Tanzi, n.d.)

#### **4.1.3.1.4. Sector privado.**

Conjunto de individuos, instituciones, organizaciones y grupos que no corresponden al Estado, esos agentes económicos que no pertenecen a la esfera de lo público, dedicados a actividades lucrativas que se derivan en generación de empleo y pago de impuestos; que a su vez se transforman en inversiones públicas en seguridad, salud, educación e infraestructura y que finalmente se convierten en propiedades del Estado que componen el sector público.(La República, 2020)

#### **4.1.3.1.5. Turista.**

RIET, (2008) párr. 2.13 mencionado por UNWTO, (n.d.) “Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario”

#### **4.1.3.2. Oferta turística.**

Son los elementos físicos, públicos y privados necesarios para el acceso del destino y disfrute por parte del turista, pueden ser por ejemplo; infraestructuras de transporte (carreteras, aeropuertos, aparcamientos), de sanidad (hospitales, centros de salud) de seguridad y protección del turista, (policía, protección civil, embajadas), de energía (alumbrado de calles), de señalización turística (paneles, monolitos con información turista de los destinos), hidráulicas ( abastecimiento y evacuación de aguas) (De la Colina, n.d.)

#### **4.1.3.3. Demanda turística.**

Martínez Roget y De Miguel Domínguez (2000), de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque tiene, no obstante, unas características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, las cuales se deben tener en cuenta para no caer en simplificaciones y para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían producir por el hecho de obviarlas, citado por (Lourdes et al., 2009)

Mathieson y Wall (1982) afirma que la demanda turística es el “conjunto total de personas que viajan o desean viajar para disfrutar de facilidades turística y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y residencia habitual” (Lourdes et al., 2009)

#### **4.1.4. Producto turístico**

##### **4.1.4.1. Concepto.**

Para Boullón (2003), el producto turístico es complejo y está formado por la oferta turística, integrada, a su vez, por los servicios que proporcionan los elementos de la planta turística y por algunos capitales no turísticos. Es decir, la oferta turística son todos los bienes y servicios utilizables para el turista por un precio y en un periodo dado, circunstancias estas que determinan su característica de caducidad, es decir su imposibilidad de almacenar, citado por (Morillo, 2011)

##### **4.1.4.2. Elementos del producto turístico.**

En la actualidad el enfoque de producto turístico referida a sus componentes desde el punto de vista de la oferta turística ha evolucionado. Últimamente, según Trauer, (2006) el producto turístico es pensado como un sistema interdisciplinario donde la demanda turística es un elemento significativo dentro de un nivel macro en el que concurren un sistema global, un sistema de oferta y un sistema de demanda (Morillo, 2011)

Blanco, (n.d.)El producto turístico es el conjunto de prestaciones que se ofrecen al turista para compensar sus deseos o expectativas con base en tres componentes: atractivos, facilidades y accesibilidad, los que combinados entre sí dan origen al producto integrado que será ofrecido a l mercado para atraer flujos turísticos:

- **Atractivos**, constituyen el principal elemento del producto turístico porque establecen la elección del destino de viaje que hace el turista, creando así una corriente turística.
- **Facilidades**, incluyen la oferta de hospedaje, comidas y bebidas, posibilidades de diversión, así como los servicios de agencias de viaje, alquiler de vehículos o centros de información turística.
- **Accesibilidad**, comprende las rutas y los medios de transporte para que el turista se desplace hasta y desde el atractivo turístico.

#### **4.1.4.3. Producto turístico con identidad territorial.**

##### **4.1.4.3.1. Concepto.**

Son parte del patrimonio de los territorios rurales– son apreciados tanto por su valor turístico como comercial y por su potencial para desencadenar procesos de desarrollo económico con enfoque territorial, donde se benefician pequeños productores y otros oferentes de servicios. (Blanco, n.d.)

##### **4.1.4.3.2. Identidad territorial**

Para Soto (2006), la identidad es aquello que nos diferencia de otros, tanto en el ámbito individual como colectivo. Supone la conciencia de pertenencia a un grupo determinado y una simbología propia que reclama ser reconocida, protegida y promovida. Aplicada a los bienes y servicios, la idea de identidad territorial hace referencia a elementos de diferenciación y calidad que les permite ingresar a mercados cada vez más exigentes citado por (Blanco, n.d.)

##### **4.1.4.3.3. Patrimonio territorial.**

Soto (2006) El ‘patrimonio territorial’ que se edifica a partir de los elementos culturales, productivos, paisajísticos, ambientales, históricos y sociales, asistentes en un territorio, que son simultáneos por los actores locales (agentes económicos, autoridades y sociedad civil, entre otros) y que tienen cierto reconocimiento externo citado por (Blanco, n.d.)

##### **4.1.4.3.4. Conciencia de pertenencia.**

El sentimiento de pertenencia o conciencia de pertenencia tiene carácter histórico y está relacionado con la identidad cultural, se va formando en la medida en que se desarrolla la comunidad sobre la base de la interacción entre sus miembros, la cooperación y colaboración entre unos y otros, la afinidad entre sus intereses y la posibilidad de compartir historia y cultura comunes. (Mercede9s & Cathcart, n.d.)

#### **4.1.5. Modelo de gestión**

##### **4.1.5.1. Concepto.**

El modelo de gestión debe enfocarse en tres columnas importantes de toda organización: los procesos, el recurso humano y la tecnología. Estos tres pilares actuando de forma conjunta y coordinada pueden alcanzar los objetivos organizacionales y por lo tanto deberán ser considerados en los modelos de gestión.

De igual forma se considera que las cuatro principales prácticas a tener en cuenta en un modelo de gestión son:

- La estrategia. Aspecto clave para mantener enfocada a la organización en sus estrategias corporativas propiciando un continuo crecimiento.

- Ejecución. El cumplimiento de los objetivos establecidos, excediéndolos en la posibilidad de una ejecución excelente de las operaciones.
- Cultura. Debe favorecerse la creación de una cultura inspirada en el buen desempeño sobre cualquier otra opción.
- Estructura. Debe propiciarse en lo posible una estructura horizontal que beneficie la flexibilidad y rapidez con miras a implementar los cambios propuestos en el modelo de gestión (Sosa & Ramírez Pérez, 2020)

#### **4.1.5.2. Modelo de gestión turístico.**

Rosa Naranjo Lluart et al., (2019) menciona el modelo de gestión turística debe exponer una metodología que garantice el manejo del turismo sostenible, esencialmente mediante un proceso de planificar y organizar el trabajo, realizar un diagnóstico del territorio y efectuar un estudio profundo para obtener las mejores estrategias a fin de aplicarlas en los diferentes ejes locales, y favorecer el desarrollo de la comunidad.

Barrado (2004) y Fernández (2004) citados por el mismo autor ponen a consideración esta tipología de modelos de gestión turística, tratando de buscar un equilibrio entre la generalización y la aplicación (pp. 35-47). Estos autores proponen cuatro clases de modelos de gestión turística:

- **Modelos generales o sistemas:** es uno de los más conocidos, pero dirigido fundamentalmente a la competitividad y sustentabilidad de los destinos. Es un modelo jerárquico en el que la gestión de destinos constituye un nivel intermedio entre un nivel superior compuesto por la política, la planificación y el desarrollo del destino y un nivel inferior basado en los recursos y atractivos del destino.

La gestión de destinos está compuesta por un conjunto de actividades diversas: organización, marketing, calidad del servicio, investigación, desarrollo de los recursos humanos, financiación, manejo de visitantes y gestión de recursos y de crisis.

Los distintos niveles están vinculados en un sentido vertical. Sin embargo, el modelo no muestra las relaciones horizontales entre los diversos factores en cada nivel, las relaciones potenciales entre las diversas actividades de la gestión de destinos. Los autores de este modelo al aplicarlo concluyeron que en general faltaba un alto grado de integración entre estos factores y por lo tanto dudaron que pudiera lograrse una gestión amplia del turismo.

- **Modelos de proceso:** a pesar del carácter dinámico de los sistemas el modelo no captura explícitamente la naturaleza dinámica de la gestión turística. Se coincide con Vera, et al. (2011) citado por Rosa Naranjo Lluart et al., (2019) en que la gestión turística es

“un proceso continuo, de carácter cíclico” que “garantiza la aplicación de los instrumentos de planificación” (p. 11).

Este modelo es original e interesante y proporciona muchos puntos de reflexión. Sin embargo, es más un modelo de marketing que un acercamiento a la gestión turística, y se basa fundamentalmente en la demanda.

- **Modelos de funciones:** las funciones son aspectos claves de la gestión turística. Son estas actividades las que permiten la realización de los objetivos identificados. En la literatura y en los modelos anteriores se pueden identificar múltiples funciones, el número y tipo de las funciones incluidas varían de un modelo a otro al igual que los vínculos entre ellas por lo que resulta poco generalizable. Se coincide con Barrado (2004); Fernández (2004) y Pearce (2014) mencionados por el mismo autor en que la importancia relativa de las funciones y la naturaleza y el grado de interdependencia entre ellas variarán de un destino al otro según la escala y nivel de desarrollo turístico, así como el grado en que el destino domina el territorio y se inserta en el mismo.
- **Modelos organizacionales:** las diversas funciones de la gestión turística están llevadas a cabo por ciertos actores y por lo tanto una cuarta clase de modelos destaca los aspectos organizacionales o sistemas de gobernanza de los destinos. Estos modelos se encuentran sobre todo en los informes de consultorías o documentos tales como planes y estrategias turísticas. Específicamente abordan las variadas formas que pueden tomar los entramados institucionales o recomiendan una estructura organizacional para un destino en particular.

## 4.2. Marco referencial

### 4.2.1. *Datos generales del cantón Olmedo*

Olmedo, el cantón más pequeño de la provincia de Loja fue elevado a esta categoría el 24 de febrero de 1997. Por resolución de la cámara edilicia, se acordó celebrar el aniversario de cantonización el 22 de agosto y no el 24 de febrero fecha de su creación.

Cuenta con una población de 4870 habitantes según el censo INEC 2010, de los cuales 2448 son mujeres y 2422 son hombres.

Es conocido como la tierra del café, ya que su principal producto lo ha posesionado como uno de los cantones con mayor producción cafetalera, no solo por su cantidad, sino también por la exquisitez, aroma y calidad de este producto.

Posee un clima cálido húmedo sus temperaturas varían entre los 18°C y los 22°C. Tiene un régimen pluviométrico de 1.500 mm de lluvia en la época invernal (que va desde los meses de enero a mayo) y el resto de meses corresponden a la época seca o de verano.

Limita al norte con el cantón Chaguarpamba, al este con Catamayo, al sur y al oeste con Paltas; tiene una superficie de 114.39 kilómetros cuadrados. Dentro de su jurisdicción se desarrollan dos parroquias con 41 barrios. Olmedo (parroquia urbana) con su cabecera cantonal Olmedo, con 62.63 km cuadrados de extensión y 33 barrios. La Tingue (parroquia rural) con 51.76 km cuadrados de extensión y 8 barrios. Municipio de Olmedo, (n.d.)

#### **4.2.2. Referencias**

##### **4.2.2.1. Análisis situacional del agroturismo en el cantón Salitre provincia del Guayas – Ecuador.**

Es un análisis situacional del agroturismo en el cantón Salitre, el cual forma parte del proyecto de investigación denominado “Creación de circuitos turísticos del cantón Salitre, provincia del Guayas” dirigido por la Facultad de Turismo y Hotelería de la Universidad Tecnológica Ecotec. En este sentido, el trabajo persigue analizar el agroturismo en el cantón y su importancia para la sostenibilidad y desarrollo local. Por último, aportar puntos de referencia y orientaciones enfocadas al beneficio que brinda el turismo como sector prioritario (servicios) en la estrategia nacional de cambio de la matriz productiva del Ecuador, mediante visitas in situ a las haciendas y sitios inventariados del cantón y revisión bibliográfica para una mejor comprensión del trabajo. (Gisella Párraga M, 2016)

##### **4.2.2.2. Asociatividad y agroturismo. Evaluación de las habilidades asociativas en redes de Agroturismo del sur de Chile.**

El agroturismo ofrece una opción productiva para familias y productores agropecuarios, especialmente para agrupaciones campesinas ya que su desarrollo requiere el trabajo conjunto y un grado importante de encadenamientos productivos para la prestación y elaboración de productos turísticos. Los objetivos de este estudio se orientan a evaluar el nivel de desarrollo de las habilidades asociativas de los emprendedores responsables de iniciativas de agroturismo en las regiones de Los Ríos y de Los Lagos del sur de Chile y proponer lineamientos con el fin de fortalecer sus habilidades asociativas, contribuyendo al éxito y la sustentabilidad de sus negocios individuales y sobre todo a la generación de una oferta de tipo cooperativo. Los resultados reportan que las principales debilidades de las redes agroturísticas en materia de asociatividad son: la escasa comunicación, tanto interna como externa; el bajo nivel de cohesión y sentido de pertenencia; la falta de una visión de proyecto productivo común de medio y largo plazo; la escasa capacidad de la organización para tomar decisiones colectivas y las carencias en materia de liderazgo y técnicas organizacionales. (Szmulewicz E., et al 2012)

#### **4.2.2.3. Programas didácticos agro productivos, como modelo de agroturismo para el desarrollo rural del cantón Santa Clara, Pastaza–Ecuador.**

La oportunidad de vincular la agricultura con el turismo constituye un nuevo enfoque de diversificación de la economía de las zonas rurales; con esa visión, la presente investigación ofrece algunas conceptualizaciones sobre agroturismo y los principales resultados de la situación actual que permita potencializar los programas didácticos del Centro de Investigación, Posgrado y Conservación de la Biodiversidad CIPCA como posible modelo de turismo para el desarrollo del cantón Santa Clara, provincia de Pastaza. Estos resultados se obtienen mediante encuestas a los productores de Santa Clara y entrevistas a los coordinadores de los programas didácticos productivos del centro y estudiantes practicantes. Dentro de la metodología se utilizó la prueba de Chi cuadrado, para la verificación de las hipótesis. Al final se presentan conclusiones que aportan a la planificación del agroturismo para el desarrollo integral rural endógeno de Santa Clara. (Carrera Sánchez et al., 2014)

## 5. Metodología

### 5.1. Área de estudio.

El Cantón Olmedo, es el cantón más pequeño de la provincia de Loja, ubicado al noroeste de la provincia, región sur del Ecuador, sus coordenadas geográficas son: latitud norte:  $9^{\circ}548.313'$  y longitud este;  $603.118.420$  de latitud sur:  $3^{\circ}55'30''$  a una distancia aproximada de 100 km. de la capital provincial. La fecha de creación es el 24 de febrero de 1997, su población es de 4870 hab. Con una extensión de 11.377,73 ha, su rango altitudinal – 2.371 m.s.n.m. sus coordenadas son al norte: con el cantón Chaguarpamba, al sur: con el cantón Paltas, al este: con el cantón Catamayo, y al oeste: con los cantones Chaguarpamba y Paltas. (PDyOT Olmedo, 2019)

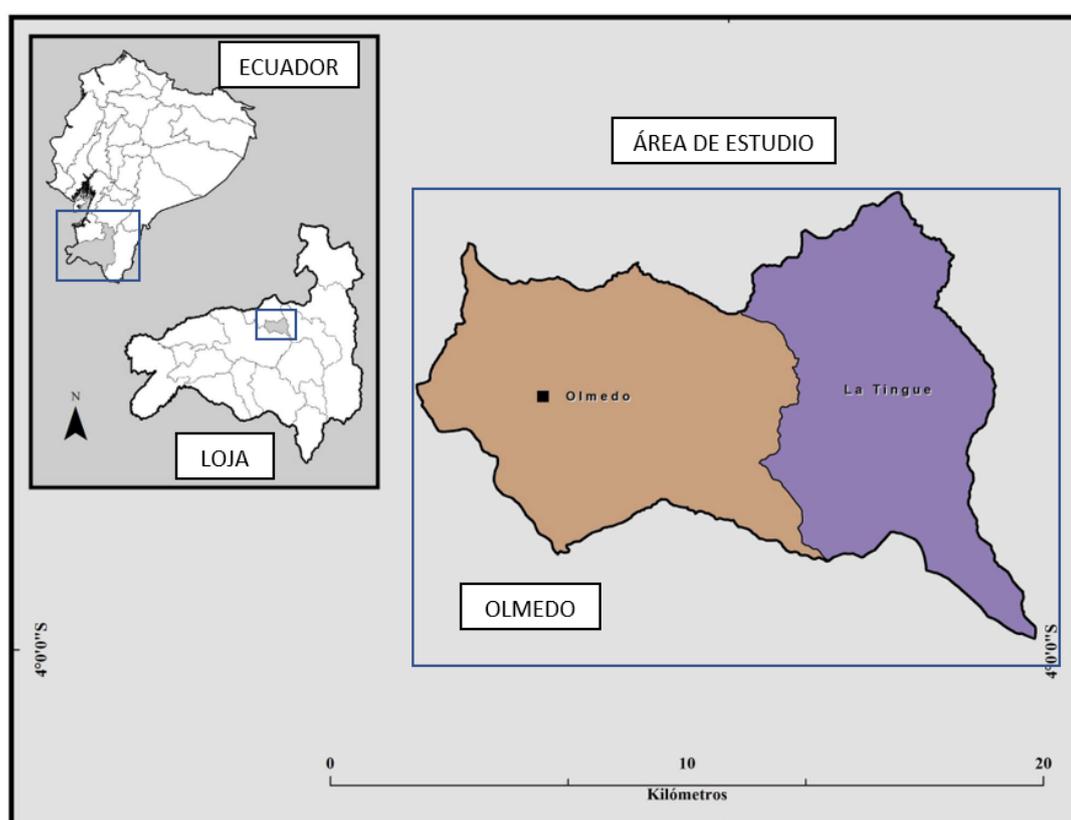


Figura 1. Ubicación geográfica del cantón Olmedo

### 5.2. Materiales y recursos

Para el desarrollo de la presente investigación se necesitó de diferentes recursos y materiales, mismos que se mencionan a continuación.

#### 5.2.1. Recursos humanos

En este apartado se ha tomado en cuenta a las personas que desde su posición han aportado al desarrollo del presente trabajo.

- Tesista
- Tutora de tesis

- Técnica del GAD del cantón Olmedo.

#### **5.2.2. Recursos materiales**

A continuación, se detalla los recursos materiales que fueron necesarios para poder llevar a cabo esta investigación.

- Impresiones
- Copias.
- Esferos.
- Lápiz.
- Carpetas plásticas.
- Archivador.

#### **5.2.3. Recursos tecnológicos**

Así mismo se enlistan los recursos tecnológicos que se utilizaron durante el desarrollo de la presente investigación:

- Computadora portátil.
- Celular.
- Proyector.

#### **5.2.4. Recursos logísticos**

A continuación, se detallan los recursos logísticos que fueron necesarios para llevar a cabo este trabajo.

- Transporte
- Alimentación
- Salón para taller

### **5.3. Métodos**

Los métodos utilizados en el presente trabajo fueron, el analítico-sintético y el inductivo-deductivo, mismos que permitieron su realización ordenada y coherente. De acuerdo al tipo de datos recogidos la investigación es mixta, ya que los datos obtenidos fueron cuantitativos con la aplicación de una encuesta y el análisis estadístico de la misma y cualitativos debido a que se utilizaron entrevistas y fichas técnicas para levantar información.

#### **5.3.1. Analítico-sintético**

Este método fue útil para descomponer el objeto de estudio; el agroturismo, analizar sus partes, conceptos, situaciones, y así segregar las variables que se trabajarán dentro de la presente investigación, como resultado de la utilización de este método se puede visualizar el marco teórico que luego de analizar los temas, conceptos y variables se sintetizó la información necesaria para el desarrollo del presente trabajo.

### 5.3.2. *Inductivo-deductivo*

Estos métodos fueron utilizados durante el cumplimiento de los objetivos, partiendo desde un análisis del territorio, de estudiar los PIT, productos turísticos, agroturísticos, y los lugares donde se ofertan, hasta llegar a realizar una propuesta de agroturismo, en la que se puso en valor la oferta que tiene el cantón a través de la creación de un producto agroturístico, fundamentado en un análisis de la demanda existente para esta actividad.

### 5.4. **Técnicas**

Las técnicas que se muestran a continuación fueron las utilizadas para llevar a cabo el proceso metodológico descrito más adelante, permitieron el cumplimiento de cada uno de los pasos establecidos.

- Revisión documental para determinar el entorno del territorio.
- Observación directa para el diagnóstico de la situación actual del cantón
- Aplicación de fichas para levantar información de productos con identidad territorial y lugares donde se ofertan estos productos.
- Entrevista a personajes claves para levantamiento de información.
- Encuesta para análisis de la demanda de un producto agroturístico basado en productos turísticos con identidad territorial
- Tamaño de la muestra.

Para calcular el tamaño de la muestra se tomó en cuenta la población económicamente activa del cantón Olmedo y las poblaciones de referencia Catamayo, Paltas y Chaguarpamba, más datos del GEOVIT en cuanto a turistas, cabe mencionar que se realizó la proyección del PEA de las poblaciones seleccionadas con los datos obtenidos en el censo 2010 al año 2022, esto con la finalidad de obtener datos más reales.

A continuación, se muestra esta información detallada y el cálculo de la muestra que se utilizó en la presente investigación.

***Tabla 1. Poblaciones para análisis de la demanda***

<b>Poblaciones de referencia</b>	<b>Población económicamente activa 2010</b>	<b>Proyección de la población económicamente activa 2022</b>	<b>Numero de encuestas</b>
Turistas GEOVIT	23 297 en 2010	24 814 en 2022	187
Olmedo	1 600	1 293	10
Catamayo	11 738	13 869	105
Paltas	8 526	8 116	61
Chaguarpamba	2 719	2 384	18
<b>Total</b>	<b>47 880</b>	<b>50 476</b>	<b>381</b>

Cálculo del tamaño de la muestra:

Datos:

N = tamaño de la población (50 476)

Z = nivel de confianza, (95%) / (Za= 1,96)

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

Q = probabilidad de fracaso (50%)

E (d)= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (5%)

$$n = \frac{50476 \times (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50}{(0,05)^2 \times (50\ 476-1) + (1,96)^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

$$n = \frac{48\ 477.1504}{127.1479}$$

n = 381.265 Asumo 381 encuestas

## **5.5. Metodología por objetivos**

La metodología del presente trabajo investigativo es presentada por objetivos para facilitar la comprensión de la misma, en ella se detallan los pasos, acciones y actividades que se siguieron para el desarrollo de esta investigación.

### ***5.5.1. Primer objetivo: Elaborar el diagnóstico agroturístico de la situación actual en el Cantón Olmedo, provincia de Loja***

Para el desarrollo de este objetivo se tomó como referencia la fase 1 de identificación y priorización de PIT y la fase 2 del diagnóstico agroturístico del territorio, de la Metodología de Valorización turística de productos con identidad territorial, “Guía para el diseño de productos agro turísticos y orientaciones para su implementación” propuesta por la Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales (ICCA).

Como primer paso se hizo una revisión bibliográfica para realizar la caracterización del territorio y el respectivo análisis multidimensional del cantón Olmedo.

Luego se procedió a realizar un mapeo de actores identificando personajes claves del territorio en cuanto a alojamiento, transporte, restauración, productores agrarios y autoridades cantonales.

Seguidamente se procedió a levantar información de productos con identidad territorial para ello se conversó con personas del lugar, técnicos y trabajadores del municipio acerca de fincas agrarias, microempresas, emprendedores y artesanos para poder entrevistar a sus propietarios y aplicar una entrevista de identificación y caracterización de productos con identidad territorial, ver anexo 1.

Luego de haber realizado la identificación y caracterización de los productos con identidad territorial se realizó la calificación y priorización de cada PIT identificado para ellos se tomó en cuenta los 5 criterios de calificación y priorización descritos en el anexo 2, y se establecieron los siguientes pesos para la calificación de cada uno de los PIT.

**Tabla 2. Peso para cada criterio de calificación**

<b>Criterio</b>	<b>Valor o peso</b>
Vínculo con el territorio	30
Antigüedad del saber hacer	30
Fama del producto	20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los pequeños productores rurales	10
Características de la demanda	10
<b>Total</b>	<b>100</b>

Posteriormente se elaboró un listado de PIT prioritarios con su respectiva categoría, ubicación, y calificación alcanzada.

Así mismo se realizó el análisis de oferta, de lugares donde se encuentran los PIT, mediante la aplicación de una ficha a los dueños, (ver anexo 3, ficha para análisis de oferta de PTIS), seguidamente se realizó el levantamiento de información de la oferta de servicios turísticos a través de la observación en trabajo de campo.

Continuamente se realizó el levantamiento de información de atractivos turísticos con la ficha de identificación y jerarquización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo. (ver modelo de ficha anexo 4)

También se realizó el análisis de la oferta a través de la aplicación de una encuesta a la población económicamente activa del cantón Olmedo y las poblaciones de referencia Catamayo, Paltas y Chaguarpamba, más datos del GEOVIT en cuanto a turistas, lo que dio un total de 381 personas. (ver modelo de encuesta anexo 5)

Finalmente se hizo un FODA para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee el cantón.

### **5.5.2. Segundo objetivo: Crear productos agroturísticos con identidad territorial en el Cantón Olmedo, provincia de Loja**

Para este objetivo se utilizó la adaptación de la misma metodología del objetivo uno, metodología de Valorización turística de productos con identidad territorial. “Guía para el diseño de productos agro turísticos y orientaciones para su implementación” propuesta por el ICCA, exactamente la fase 3 de establecimiento de estrategias y 4 de diseño de productos agroturísticos.

Como primer paso y mediante el FODA cruzado se establecieron estrategias en base al análisis FODA realizado en el diagnóstico, estrategias que permitan desarrollar el agroturismo en el cantón, superando y aprovechando la situación actual en la que se encuentra.

Así mismo se llevó a cabo un taller con los actores claves identificados en el objetivo uno, realizando una convocatoria (ver anexo 7) a los dueños de fincas, artesanías, productos agroindustriales y gastronomía.

Durante la realización del taller como primer paso se hizo lectura del acta (ver anexo 8), se presentó los resultados obtenidos hasta el momento y se analizó los principios básicos para identificar productos turísticos, posteriormente en grupos de trabajo se propuso y se validaron mediante la ficha técnica de productos agroturísticos potenciales (ver anexo 10) productos turísticos alternativos que cumplieran la función de articular los PIT priorizados a la oferta turística asociada con los otros atractivos del territorio, también se eligió los productos turísticos más adecuados para integrar a los PIT, finalmente se realizó la firma de los asistentes (ver anexo 9)

Posteriormente en trabajo de escritorio se elaboró un portafolio de productos agroturísticos con las fichas trabajadas en el taller, así mismo se realizó la estructuración y organización de hojas de trabajo para los productos seleccionados, donde se especifican las acciones y actividades que se desarrollarán.

Finalmente se realizó el diseño de los productos seleccionados.

### ***5.5.3. Tercer objetivo: Determinar un modelo de gestión para los productos con identidad territorial para el Cantón Olmedo, provincia de Loja***

Para el presente objetivo se tomó como referencia dos metodologías, la propuesta por el ICCA “Guía para el diseño de productos agro turísticos y orientaciones para su implementación” la fase 5 de fortalecimiento de la capacidad de gestión y la metodología para un modelo de gestión de Ordoñez, (2023).

En este objetivo se pretende que los actores involucrados generen capacidades de gestión en los territorios, para impulsar el desarrollo de una oferta agroturística, orientada a crear oportunidades para diversificar los ingresos de productores rurales, dedicados a la actividad agrícola, artesanal y agroindustrial.

Primeramente, se realizó un plan de acción en el que se establecieron objetivos, líneas estratégicas y un cronograma que permitirá el desarrollo de la propuesta.

Se determinó un órgano gestor tomando en cuenta las opiniones dadas en el taller realizado en el objetivo 2. Seguidamente se buscó el soporte jurídico para este órgano gestor,

se estableció la estructura organizacional; misión, visión, valores, objetivos, un organigrama estructural y un manual de funciones.

## **6. Resultados**

### **6.1. Diagnóstico agroturístico de la situación actual en el cantón Olmedo, provincia de Loja**

#### **6.1.1. Caracterización del territorio**

A continuación, se presenta la siguiente información que constituye la caracterización del territorio.

##### **6.1.1.1. Proceso histórico.**

La construcción histórica- cultural de Olmedo, está vinculada a la época Colonial, que estuvo poblado por los Paltas, un pueblo aguerrido y muy trabajador, que se dedicaba a producir herramientas de barro y otros utensilios de diferente índole.

Desde su fundación, Olmedo, ha sido relegada en la atención de sus necesidades básicas lo que generó una brecha profunda cuyo resultado es la ausencia o insuficiencia de infraestructura y servicios básicos, que se expresa, entre otros indicadores, en que el 87 % de la población es pobre por necesidades básicas insatisfechas.

En el tema productivo, Olmedo es considerado uno de los productores del mejor Café del Ecuador y del mundo, así lo confirma su participación en la 6 edición de Taza Dorada, en la que ha estado en el top de los 10 mejores cafés especiales de país, y ha sido bicampeón Nacional. Esa diversidad cultural, productiva, constituye una potencialidad para el desarrollo local, provincial y regional. PDyOT Olmedo. (2019).

##### **6.1.1.2. Ubicación geográfica y jurisdiccional.**

El Cantón Olmedo, es el cantón más pequeño de la provincia de Loja, ubicado al noroeste de la provincia de Loja, región sur del Ecuador, sus coordenadas geográficas son: latitud norte: 9°54'31.313" y longitud: este 603.118.420; 3°55'30" de latitud sur, a una distancia aproximada de 100 Km. de la ciudad de Loja, capital provincial.

El cantón Olmedo data su historia desde el año 1909, tiempo desde el cual perteneció al cantón Paltas hasta el año 1997 en calidad de parroquia. Cerca de nueve décadas transcurrieron y vieron pasar a más de una generación, instituida por gente acogedora, amable y trabajadora llena de fe y optimismo, sobre todo al haber cristalizado su ideal, con la cantonización de su tierra, episodio que aconteció un 24 de febrero de 1997, publicado en el Registro Oficial N.º 9 del mismo año, sin embargo, el 22 de agosto se conmemora su aniversario.

#### **6.1.2. Análisis multidimensional**

Se presenta un análisis de cuatro aspectos fundamentales que permitirán conocer la situación general en la que se encuentra el cantón, esta información fue recaudada de revisión bibliográfica de tesis, y documentos oficiales como el PDyOT del cantón Olmedo, además de

la corroboración de la información realizada en el trabajo de campo. Las dimensiones a analizarse son social, económica, ambiental y político-institucional, mismas que de describen a continuación.

### **6.1.2.1. Dimensión social.**

#### **6.1.2.1.1. Población.**

Según el INEC, (2010) la población total del cantón Olmedo es de 4.870, donde 2.448 son mujeres y 2.422 hombres, con un promedio de 7.5% de analfabetismo y una edad promedio de 34 años.

De acuerdo al trabajo de campo realizado por el grupo de trabajo la población del cantón Olmedo es la siguiente:

**Tabla 3. Población total del cantón Olmedo**

<b>POBLACIÓN TOTAL DEL CANTÓN OLMEDO</b>	<b>Olmedo</b>	<b>La Tingue</b>	<b>Genero</b>
	2284	420	Hombres
	2329	440	Mujeres
<b>Subtotal</b>	4613	860	
<b>Total</b>		<b>5473</b>	

#### **6.1.2.1.2. Educación.**

El cantón Olmedo se encuentra bajo el régimen de la Costa- Galápagos, por lo que los estudiantes fueron afectados en el inicio del año lectivo, Mediante Acuerdo Ministerial Nro. MINEDUC-MINEDUC-2020-00028-A, de 07 de mayo de 2020, se dispuso a todas las instituciones educativas de sostenimiento fiscal, municipal, fiscomisional y particular, en todas sus jornadas, modalidades y ofertas, el inicio del año lectivo con fecha 01 de junio de 2020 de manera virtual debido a la pandemia mundial por Covid-19.

#### **6.1.2.1.3. Analfabetismo.**

Según el último censo realizado en el 2010 la tasa total de analfabetismo a nivel cantonal fue de 6.93%; dato menor al registrado en el año 2020, obtenido en la investigación de campo, donde se registró una tasa de 6,68%. Cabe resaltar que analizando dentro del cantón según datos de analfabetismo por sexo del Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador 2010 (SIISE) se observa que los hombres fueron de los grupos más perjudicados con 8.9% comparado con las mujeres con 7.7%.

#### **6.1.2.1.4. Nivel de instrucción.**

El más alto dentro del cantón Olmedo es el primario con 57.21%, en segundo lugar, se encuentra la educación media con 11.21%, seguido por la categoría educación media del 11,21%. El nivel mínimo registrado corresponde al postgrado con solo el 0,12%. En cuanto al

nivel superior y de posgrado la cabecera cantonal refleja un porcentaje alto de 1.50% y 0% respectivamente.

En las 2 parroquias del cantón Olmedo existen 1548 niños, niñas y adolescentes en edad escolar, de los cuales 1326 niños, niñas y adolescentes asisten a los centros educativos públicos o privados, el restante número, es decir 222 niños, niñas y adolescentes, no asisten a ningún centro educativo público o privado.

El cantón Olmedo cuenta con 16 establecimientos educativos que brindan servicio a los habitantes de todo el cantón y 72 docentes.

#### **6.1.2.1.5. Natalidad.**

La tasa de natalidad según el censo 2010 es de 2.7% para el cantón, según el trabajo de campo del PDyOT la tasa de natalidad para el 2020 es de 2.3%.

#### **6.1.2.1.6. Desnutrición.**

La desnutrición del cantón alcanza el 51.12%

#### **6.1.2.1.7. Cobertura de salud.**

En Olmedo se encuentran tres centros de salud. El dispensario S.SC de tipo A de la Y de Olmedo del Instituto Ecuatoriano de Seguro Social, Seguro Campesino, atiende de lunes a viernes, cuenta con un médico general y un odontólogo y una enfermera, que prestan sus servicios a todos los pacientes.

En la parroquia La Tingue existe otro Centro de salud tipo A, atendido por un médico general, dos médicos familiares que prestan sus servicios a la población de la parroquia con la ayuda de una auxiliar de enfermería.

En Olmedo se encuentra el último centro de salud tipo A, que es atendido por el médico rural que brinda atención en los dos Centros, intercalando los días para su visita; y por una enfermera auxiliar. Sólo en este centro atiende un odontólogo que presta el servicio a todos los pobladores.

Los centros de salud de La Tingue y Olmedo son administrados por el Ministerio de Salud Pública de Loja., la atención que se brinda va de acuerdo a los recursos disponibles y es de acuerdo a agendamiento que se realiza los días lunes, miércoles y viernes.

#### **6.1.2.1.8. Cultura.**

### **Bienes muebles**

- Esculturas: existen 16 ejemplares, localizadas en el interior de la Iglesia, escultura de los santos, y una variación de la imagen de Jesucristo, que representan la fe católica de la población del cantón Olmedo.
- Archivo biblioteca Cristóbal Colon.

### **Bienes inmuebles**

- Iglesia Matriz de Olmedo: Obra arquitectónica que muestra sus características del exterior y en su interior se encuentran las esculturas de valor patrimonial por sus vestigios.
- Viviendas urbanas y rurales: existen 88 ejemplares: Son viviendas relevantes por su valor histórico, su arquitectura colonial, su tipología, que se adaptan al entorno en el cual se ubica.

### **Patrimonio intangible**

- Fiestas cantonales y parroquiales: Aniversario cantonal y parroquial, donde existen actividades sociales, culturales, deportivas y donde se promociona el turismo local, y donde se destacan las potencialidades del cantón.
- Gastronomía: Molloco, bocadillos, café, panela, chicha de maní.
- Fiestas religiosas: A la Virgen del Cisne. A Jesús del Gran Poder. Al Sagrado Corazón de Jesús
- Técnicas y saberes productivos tradicionales: Las personas adultas comparten sus experiencias en técnicas productivas tradicionales.
- Técnicas artesanales tradicionales: Tejido de alforjas, actividad que se está perdiendo.

### **Patrimonio cultural-natural**

- Paisaje natural: Cerro Santa Bárbara, de donde se observa la belleza del paisaje natural del cantón.
- Vestigios arqueológicos: existen 10 ejemplares

### **Turismo patrimonial.**

- La Cordillera Yamalaca por su exuberante vegetación se ha convertido en el punto de caminatas familiares para la exploración natural del cantón.
- El cerro Santa Bárbara es considerado por sus habitantes como un símbolo de prosperidad, este se ha convertido en un mirador, donde se pueden realizar fotografías del entorno y caminatas.
- El Cerro Chivatos es un cerro rocoso y es otro atractivo natural. Se encuentra ubicado en La Tingue. Posee variedad en flora y fauna por lo que es un mirador y se pueden realizar caminatas desde el sendero.
- Iglesia Matriz, ubicada en el centro de Olmedo. Tiene una construcción de estilo moderno, donde su fachada es de color blanco y posee tres torres. Las torres de los extremos cuentan con una cruz en la parte superior y la torre central cuenta con un reloj y una cruz

- Las molindas en las que se realizan los tradicionales bocadillos y panela, son otro punto de turismo en Olmedo, su atracción es su construcción rustica y por albergar técnicas tradicionales en la que se puede ser participe en la elaboración de los productos artesanales.

### **6.1.2.2. Dimensión económica.**

#### **6.1.2.2.1. Población económicamente activa.**

Existe una PEA del 45.19 % que corresponde a 2473 ciudadanos.

#### **6.1.2.2.2. Actividades económicas.**

- Agricultura 2175 personas 87,95%
- Ganadería 15 personas 0,61%
- Apicultura 13 personas 0,53%
- Minería 5 personas 0,20%
- Pesca 3 personas 0,12%
- Sector Público 129 personas 5,22%
- Sector Privado 133 personas 5,38%

#### **6.1.2.2.3. Principales actividades económicas productivas.**

La economía del Cantón Olmedo se basa en la producción y comercialización de productos agrícolas, un gran porcentaje de las familias que se dedican a esta rama de actividad cultivan productos como: café, caña de azúcar, maíz, frutas.

La superficie dedicada a la actividad agrícola y pecuaria es del 21.37% del total del área cantonal; mientras que el 77.51% del área cantonal se dedica a la Conservación Y Protección de los bosques. Se evidencia este alto porcentaje del 77.51 %, por la pendiente del territorio, la cual no permite ejecutar actividades primarias como el cultivo, sino son para los pastizales para la crianza de ganado vacuno y caprino

El rendimiento de los diferentes productos varía según factores como el clima, abono, insumos necesarios para la agricultura y ganadería; aproximadamente, el 70% de la producción agrícola se consume localmente y el 30% restante va a los cantones y provincias cercanas; potencialmente los mercados más atractivos son Loja, Machala y Guayaquil que adquieren los productos del lugar; sin embargo, según información de los propios agricultores, los precios en algunos casos no cubren los costos de producción, debido a limitaciones como falta de vías de comercialización.

#### **6.1.2.2.4. Empleo y desempleo.**

En el cantón Olmedo tenemos un total de total de 5473 habitantes según la muestra de la Investigación de campo, 2020, de los cuales 2473 son habitantes ocupadas plenamente y 3000 habitantes están en la desocupación, esto se debe a que la población económicamente activa está bordeándolas edades mayores a 18 años hasta los 75.

La preocupación se enmarca en que cerca del 45 % de los habitantes del Cantón están desempleados, esto debido a que se encuentran en edades mayores a 75 o que están cursando educación de primer a tercer nivel.

#### **6.1.2.2.5. Sectores económicos.**

En el cantón Olmedo, la mayor parte de la población económicamente activa, se dedica a realizar actividades del sector primario, que representa el 81%, seguido por el sector terciario (servicios) con un 17% del PEA, mientras que, en el sector secundario, solamente toma un 2% del total del PEA cantonal.

#### **6.1.2.2.6. Principales productos agrícolas.**

El café es el producto con un área de cultivo de 1.303 hectáreas, seguida del maíz con 393 hectáreas sembradas, así también la caña de azúcar con 320 hectáreas sembradas, seguida del Banano 24 hectáreas, mientras el maní tiene 9 hectáreas sembradas y las frutas o naranja 1 hectárea sembrada.

#### **6.1.2.2.7. Establecimientos comerciales.**

Existen 33 servicios comerciales de abarrotes de pequeña escala, servicios de alojamiento 1, servicios de comida y restaurantes 3, servicio de gasolinera 1, y entre otras actividades tenemos a 3 establecimientos.

#### **6.1.2.2.8. Actividad económica turística.**

La actividad turística en Olmedo va adquiriendo importancia como eje de desarrollo económico local. En los últimos años, se ha venido desarrollando proyectos relacionados al turismo comunitario y cultural. El cantón Olmedo es tomado como modelo en el ámbito turístico al ser el primer cantón a nivel país en obtener viabilidad turística para el proyecto de fondos no reembolsables, llevado a cabo por el Ministerio de Turismo y el Banco de Desarrollo.

### **6.1.2.3. Dimensión ambiental.**

#### **6.1.2.3.1. Relieve.**

El cantón Olmedo tiene un relieve o perfil topográfico muy irregular, distinguiéndose superficies onduladas con pendientes cóncavas y convexas considerables, conforme al registro de las pendientes del territorio. Es importante indicar que la superficie del territorio del cantón Olmedo tiene una pendiente elevada de hasta el 70 %, se localiza en el 90 % del total del

territorio cantonal, en la parte al nor-este del territorio, los relieves del cantón Olmedo van desde los 960 a 2.371 m.s.n.m.

#### **6.1.2.3.2.Suelos.**

En el cantón Olmedo, hay una significativa área de suelos aluviales bien desarrollados. El desgaste acelerado que sufren los suelos en las fuertes pendientes, determina la presencia en gran parte de ellas de Ultisoles e Incentisoles que representan suelos jóvenes carentes de características patogenéticas, pero que no son necesariamente malos.

La forestación, reforestación y mantenimiento de la cobertura vegetal natural, limitaciones importantes tienen un porcentaje al 93,3% del territorio del cantón Olmedo, lo que indica que la aptitud del suelo para la agricultura es muy limitada y pendientes muy pronunciadas.

#### **6.1.2.3.3.Usos del suelo.**

Se encontraron siete usos de suelos generales, el suelo predominante es Conservación y protección, con el 31.93 % del territorio cantonal. Sin embargo, existe el suelo agrícola con la producción del café en el 11.46 % del territorio.

#### **6.1.2.3.4.Clima.**

En el cantón Olmedo se distingue dos clases de clima en cada año. El clima tropical mega térmico seco que se hace presente durante el periodo seco entre los meses junio a diciembre, el clima mesotérmico semihúmedo en el periodo lluvioso de enero a mayo.

#### **6.1.2.3.5.Precipitación.**

Olmedo es una zona de transición entre la Sierra y la Costa, se disfruta en la mayoría del tiempo de un clima cálido agradable en las zonas bajas, con tardes frías y nubladas en las zonas altas, el régimen pluviométrico es de 1100 mm en la época invernal, que va desde los meses de enero a mayo; el resto de meses corresponden a la época de verano alrededor de 780 mm.

#### **6.1.2.3.6.Temperatura.**

En el cantón prevalece la corriente de Humboldt que transporta el aire frío y húmedo desde el Sur. La zona cuenta con dos tipos de estaciones climáticas, tropical seco y subtropical húmedo en diferentes épocas del año. El promedio de temperatura media anual es de 21.9°C.

#### **6.1.2.3.7.Flora.**

- Eucalipto (Introducida) (*Eucaliptus globulus*)
- Faique *Acacia macracantha*)
- Guararo (*Heliocarpus americanos*)
- Roble (*Nectandra laurel*)

- Porotillo (*Erythrina smithiana*)
- Laurel amarillo (*Nectandra reticulata*)
- Arabisco (*Jacaranda copava*)
- Cedro (*Cedrela odorata*)
- Laurel costeño (*Cordia alliodora*)
- Arrayan (*Eugenia* sp.)
- Guayacán (*Tabebuia* sp.)

#### **6.1.2.3.8. Fauna.**

- Chonto Mazama americana
- Chonto Mazama rufina
- Tumulle *Dasyopus novemcinctus*
- Guatuza *Dasyprocta fuliginosa*
- Guatuza *Dasyprocta punctat*
- Conejo *Sylvilagus brasiliensis*
- Guanta Agouti *taczanowskii*
- Paloma Collareja *Columba fasciata*
- Paloma Plomiza *Columba plumbea* Cacer

#### **6.1.2.3.9. Agua.**

Existen 21 captaciones de agua, administradas por las juntas de agua, con una cobertura a 1211 usuarios, dichos sistemas de agua tienen un estado de mantenimiento regular.

#### **6.1.2.3.10. Microcuencas.**

En el cantón Olmedo favorece la microcuenca del Río Yaguachi con sus quebradas adyacentes, como la quebrada Olmedo; y, el Río Catamayo con su quebrada San José.

#### **6.1.2.3.11. Aire.**

La calidad del aire de la zona urbana del cantón Olmedo, es buena debido a que existen pocas emisiones contaminantes provenientes de fuentes fijas y móviles.

#### **6.1.2.3.12. Ruido.**

El ruido es bajo debido a la poca presencia de transporte tanto públicos y privados, es un territorio donde no existen equipamientos mayores (industriales) que emitan ruido.

#### **6.1.2.3.13. Vulnerabilidad del cantón.**

Olmedo es un Cantón que forma parte de la región sur ecuatorial de la sierra y costa ecuatoriana, influenciado en su mayor parte del año por parámetros altos de temperatura y bajas precipitaciones que fluctúan entre 1100 a 780 mm de lluvia por año (en épocas de invierno).

Estas características más las permanentes afectaciones antropogénicas como la utilización de prácticas agropecuarias inadecuadas y la excesiva explotación de los recursos naturales, han generado consecuencias ecológicas nocivas que evidencian una clara tendencia del Cantón y microrregión a convertirse en una zona desértica a corto o mediano plazo.

No existen parámetros que permiten medir el grado de alteración y deterioro de los recursos naturales, así como el grado de afectación por contaminación ambiental, sin embargo, existen superficies a nivel cantonal que se encuentran en proceso de desertización, con pérdida de bosques nativos, extinción de fuentes de agua y de biodiversidad ecológica.

La preocupación de la población es cada vez más elocuente, ante la posibilidad de que se produzca un nuevo fenómeno de sequía como el acontecido en la década de los años sesenta, esto sería catastrófico para las poblaciones que se encuentran asentadas en zonas deterioradas y con francas tendencias a la desertización.

#### **6.1.2.4. Dimensión político institucional.**

##### **6.1.2.4.1. Estructura del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Olmedo.**

Gobernantes:

- Concejo de Gobierno.
- Alcaldía.
- Vice alcaldía.

Habilitantes

- Asesoría Jurídica.
- Secretaría General.
- Auditoría Interna.
- Delegado de la Contraloría General del Estado.
- Dirección Financiera.
- Dirección administrativa

Agregadores de Valor

- Fiscalización.
- Medio Ambiente y Saneamiento Ambiental (Agua Potable y Alcantarillado, Residuos Sólidos y Administración de Mercados, Medio Ambiente)
- Dirección Técnica.
- Obras Públicas

Desconcentrados y Adscritos

- Registro de la propiedad.
- Unidad de Tránsito y Transporte Terrestre.

- Cuerpo de Bomberos

#### **6.1.2.4.2. Ordenanzas vigentes.**

- Ordenanza que regula la formación de los catastros prediales urbanos y rurales, la determinación y recaudación del impuesto a los predios rurales y urbanos para el bienio 2014-2015.
- Ordenanza que regula los catastros prediales urbanos y rurales, la determinación, administración y recaudación del impuesto de los predios urbanos y rurales para el bienio 2012 – 2013.
- Ordenanza para el funcionamiento del sistema de participación ciudadana y control social del cantón Olmedo.
- Ordenanza constitutiva del Concejo de Planificación cantonal del GAD de Olmedo.

#### **6.1.2.4.3. Relaciones con cantones vecinos.**

- Con el Cantón Chaguarpamba, relación es comercial de transporte, de gestión, financiera.
- Con el cantón Catamayo tiene relaciones Comerciales, transporte, financiero.
- Con el Cantón Paltas la relación es comercial, de transporte, de gestión, financiera
- La Tingue, relación inter parroquial, de gestión, administración, comercio y de territorio.

#### **6.1.2.4.4. Participación ciudadana.**

Ordenanza que conforma y regula el funcionamiento del sistema de participación ciudadana y control social del cantón Olmedo. A través de esta Ordenanza del Cantón Olmedo se crea y regula el funcionamiento del Consejo de Planificación como una instancia de participación Ciudadana vinculado al Sistema Nacional Descentralizado de Planificación y cuyos principales lineamientos son el fomentar la participación Ciudadana, el promover el equilibrio territorial y el fortalecer los procesos de planificación. Quedando formado de la siguiente manera:

- Klever Antonio Sánchez Armijos, alcalde GAD Olmedo
- Cynthia Lizbeth Carrión Medina, representante del Legislativo
- Ing. Mauricio Espinoza Sánchez, director de Planificación
- Dr. Leonardo David robles Granda, procurador sindico
- Ing. Lauro Alberto Carrión Vivanco, técnico de estudios y proyectos
- Hortensia Saritama delegado de la Instancia de Participación
- Rolando David Chamorro Barrera delegado de la Instancia de Participación
- Wilson Fernando Jiménez Azuero delegado de la Instancia de Participación

- Alex Geovany Córdova Córdova representante del Gobierno Parroquial GADP

### **6.1.3. Mapeo de actores**

En el presente mapeo de actores se identificó personajes claves del turismo en el territorio como alojamiento, transporte, restauración, productores agrarios y autoridades cantonales.

**Tabla 4. Mapeo de actores**

ACTORES	INTERESES	POSICIÓN.			INTERÉS					INFLUENCIA.									
		Desconocido	Posición activa	Posición pasiva	Indecisa	Apoyo activo	Apoyo pasivo	Desconocido	Poco, interés	Algún interés	Interés moderado.	Mucho interés	El más interesado	Desconocida	Poca influencia	Alguna influencia	Influencia	Mucha influencia	El más influyente
Alcalde del cantón. Klever Sánchez	Progreso del cantón.					x						x						x	
Concejal rural. José Encalada.	Adelanto del área rural.	x							x									x	
Concejales: Julio Ayala, Cinthia Carrión, Jorge Peralta.	Desarrollo del cantón.					x					x							x	
Grety Patiño directora de la unidad de turismo	Crecimiento del turismo en el cantón.					x						x						x	
Presidente de cooperativa de camionetas de transporte de la Tingue.	Transporte.	x								x								x	
Luis Machuca. Hostería Olmedo.	Alojamiento.					x					x							x	
Luz Herrera.	Restauración.					x					x							x	
Angelino Abad	Caficultor		X				x			x									x
Bar restaurante Sucos	Restauración.						x				x							x	
Presidente de la cooperativa de taxis La Y de Olmedo.	Transporte									x								x	
Comida rápida.	Restauración.										x							x	
Julio López, presidente de la Asociación Señor de la Buena Esperanza barrio Yamalaca.	Agricultura.										x							x	
Cristopher Carrión	Caficultor.	x					x					x							x

#### **6.1.4. *Identificación de atractivos turísticos***

Dentro de este apartado se identificó a los PIT y los atractivos turísticos que posee el cantón, y a continuación se muestran los resultados obtenidos.

##### **6.1.4.1. *Productos con identidad territorial.***

###### **6.1.4.1.1. *Identificación de productos con identidad territorial.***

La presente información, es el resultado de la aplicación del anexo 2 ficha para identificación y caracterización de productos con identidad territorial, misma que nos permitió determinar el nombre del producto, la categoría a la que pertenece, su localización, exclusividad del territorio, antigüedad de elaboración o producción, nivel de dependencia con la diversidad local, si existen o no imitaciones, acciones formales o informales dirigidas a reconocer la fama del producto, personal que labora, su oferta, porcentaje de la población dedica a la actividad, su tecnología de producción, nivel de formalización, principales consumidores, reconocimiento del producto como propio del lugar, la demanda, forma de presentación, comercialización, mercado del producto y puntos de venta.

**Tabla 5. Listado de PIT identificados en el territorio**

Producto	Categoría	Localización	Exclusivo del territorio	Antigüedad	Dependencia	Imitaciones	Acciones	Oferta.
Café	Agropecuario	Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca, El Porvenir	No	Aprox. 100 años	Alta, depende de la altura, las características del suelo y el saber hacer, y el suelo de Olmedo es ideal para la producción de café.	En otras provincias existe el café de haba, de soya y de trigo.	Organizaciones débiles, participación en taza dorada, campaña de denominación de origen, microempresas con marca registrada, investigaciones.	Permanente
Pan de suelo	Gastronómico	Yamalaca	No	Aprox. 100 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos, ha sido una costumbre transmitida de generación en generación.	No	Ninguna	Permanente
Garrapiñada	Agroindustrial	Loma Redonda	No	Aprox. 100 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos, ha sido una costumbre transmitida de generación en generación.	No	Promoción en redes sociales, y participación en ferias.	Permanente
Maní	Agropecuario	Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca.	No	Aprox. 150 años	Alta, depende mucho de la cultura, ha sido transmitida la costumbre de sembrarlo de generación en generación, se podría decir desde los primeros pobladores del cantón.	No	Participación en ferias en los cantones vecinos.	Permanente
Batea de madera de mango.	Artisanal	Olmedo, La Esperanza	No	Aprox. 150 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos.	No	Promoción en redes sociales, y participación en ferias.	Permanente

Jabón negro	Agroindustrial	Olmedo, Ceibo	El	No	Aprox. 150 años	Alta, depende de saber hacer y de la tradición transmitida de generación en generación.	No	Participación en ferias	Permanente
Caña	Agropecuaria	Monteucro, Ramirespamba		No	Aprox 100 años.	Alta, depende mucho de la cultura, ha sido transmitida la costumbre de sembrarlo de generación en generación, se podría decir desde los primeros pobladores del cantón.	No	No existen acciones	Permanente
Tamal de guineo	Gastronómico	Olmedo		Si	Aprox 150 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos, ha sido una costumbre transmitida de generación en generación.	No	Promoción en redes sociales	Permanente
Porrón de madera de mango.	Artisanal	Olmedo, Esperanza	La	Si	Aprox 150 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos.	No	Promoción en redes sociales, y participación en ferias.	Permanente
Guineo seda	Agropecuaria	Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca.		No	Aprox. 100 años	Alta, depende del tipo de suelo, clima y saber cuándo y cómo sembrar, ha sido transmitida la costumbre de sembrarlo de generación en generación, se podría decir desde los primeros pobladores del cantón.	No	Participación en ferias en los cantones vecinos.	Permanente
El madrugador	Agroindustrial	Olmedo, Bárbara	Santa	Si	15 años	Alta, es un producto único, no se produce en grandes cantidades y el cómo saberlo hacer solo lo sabe su propietario.	No	Ninguna	Solo con pedidos
Árguinas de cuero	Artisanal	La Delicia		Si	Aprox 150 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos.	No	Ninguna	Permanente

Frejol panamito	Agropecuario	Yamalaca	No	Aprox. 150 años	Alta, depende del tipo de suelo, clima y saber cuándo y cómo sembrar, además de los cuidados.	No	Reuniones entre productores de fréjol	Temporal; mayo y junio.
Miel de abeja	Agroindustrial	Olmedo, Yamalaca	No	Aprox. 35 años	Bajo, aunque las abejas se complementan con el café la dependencia al territorio es baja ya que se puede dar en cualquier lugar en cuanto tenga los insumos necesarios.	No	Promoción en redes sociales, apoyo del municipio y consejo provincial en cuanto a capacitaciones e insumos.	Permanente
Sango	Gastronómico.	Olmedo	No	Aprox 150 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos, ha sido una costumbre transmitida de generación en generación.	No	Promoción en redes sociales, y participación en ferias.	Permanente
Aguardiente de caña	Agroindustrial	Ramirespamba	No	Aprox. 5 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos.	No	Capacitaciones, reuniones de ganaderos	Permanente
Frejol percala	Agropecuario	Yamalaca	No	Aprox. 150 años	Alta, depende del tipo de suelo, clima y saber cuándo y cómo sembrar, además de los cuidados.	No	Reuniones entre productores de fréjol	Temporal; mayo y junio.
Vino de café	Agroindustrial	Olmedo, Santa Bárbara	No	15 años	Alta, depende del tipo de café y del saber hacer.	No	Promoción en redes sociales	Permanente
Frejol mantequilla	Agropecuario	Yamalaca	No	Aprox. 150 años	Alta, depende del tipo de suelo, clima y saber cuándo y cómo sembrar, además de los cuidados.	No	Reuniones entre productores de fréjol	Temporal; mayo y junio.
Mortero de madera de mango.	Artisanal	Olmedo, Esperanza	La No	Aprox 150 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos.	No	Promoción en redes sociales, y participación en ferias.	Permanente

Frejol cocacho	Agropecuario	Yamalaca	No	Aprox. 150 años	Alta, depende del tipo de suelo, clima y saber cuándo y cómo sembrar, además de los cuidados.	No	Reuniones entre productores de fréjol	Temporal; mayo y junio.
Bocadillo	Agroindustrial	Loma Redonda	No	Aprox. 100 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos, ha sido una costumbre transmitida de generación en generación.	No	Promoción en redes sociales, y participación en ferias.	Permanente
Tilapia roja	Agropecuario	Olmedo, Ramirespamba	No	Aprox. 30 años	Baja, es fácilmente imitable en la medida en que los insumos y el saber hacer es fácil de encontrar	No	Promoción	Temporal; octubre, noviembre, diciembre.
Alforjas tejidas	Artisanal	La Cidra	No	Aprox. 150 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos.	No	Promoción en redes sociales, y participación en ferias.	Permanente
Tilapia negra	Agropecuario.	Olmedo, Ramirespamba	No	Aprox. 30 años	Baja, es fácilmente imitable en la medida en que los insumos y el saber hacer es fácil de encontrar	No	Promoción	Temporal; octubre, noviembre, diciembre.
Huevo de faldiguera	Agroindustrial	Loma Redonda	No	Aprox. 100 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos, ha sido una costumbre transmitida de generación en generación.	No	Promoción en redes sociales, y participación en ferias.	Permanente

Chanfaina	Gastronómico	Olmedo	No	Aprox 150 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos, ha sido una costumbre transmitida de generación en generación.	No	Promoción en redes sociales	Permanente
Ganado doble propósito	Agropecuario	Yamalaca.	No	Aprox. 40 años	Baja, es fácilmente imitable en la medida en que los insumos y el saber hacer es fácil de encontrar	No	Capacitaciones, reuniones de ganaderos	Permanente
Panela	Agroindustrial	Monteucro	No	Aprox. 100 años	Alta, depende del tipo de caña y saber cuándo y cómo hacerla, ha sido transmitida la costumbre de generación en generación.	No	Participación en ferias	Permanente
Repe de arveja con cuero	Gastronómico	Olmedo	Si	Aprox 150 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos, ha sido una costumbre transmitida de generación en generación.	No	Promoción en redes sociales	Permanente
Bocadillo de café	Agroindustrial	Olmedo, Santa Bárbara	No	Aprox. 10 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos.	No	Promoción en redes sociales.	Estacional
Guineo jíbaro	Agropecuario	Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca.	No	Aprox. 100 años	Alta, depende del tipo de suelo, clima y saber cuándo y cómo sembrar, ha sido transmitida la costumbre de sembrarlo de generación en generación, se podría decir desde los primeros pobladores del cantón.	No, existen variedades	Participación en ferias en los cantones vecinos.	Permanente
Uña de pava	Gastronómico	Olmedo	Si	Aprox 150 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos, ha sido una costumbre transmitida de generación en generación.	No	Promoción en redes sociales	Permanente

Aventadores de toquilla	Artisanal	Loma Redonda	No	Aprox 150 años	Alta, depende del tipo de materia prima, del saber hacer y los insumos.	No	Ninguna	Permanente
Maíz tumbero	Agropecuario	Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca, El Porvenir	Si	Aprox. 50 años	Alta, depende del tipo de suelo, clima y saber cuándo y cómo sembrar, ha sido transmitida la costumbre de sembrarlo de generación en generación, y es la base alimenticia del cantón.	No	No existen acciones	Temporal; solo cuando existe excedente en las cosechas de julio y agosto

**Tabla 6. Continuación de las características de los PIT identificados en el territorio**

<b>Producto</b>	<b>% de población dedicada a la actividad</b>	<b>Tecnología de producción.</b>	<b>Formalización</b>	<b>Reconocimiento como propio del lugar.</b>	<b>Demanda.</b>	<b>Forma de presentación</b>	<b>Comercialización</b>	<b>Mercado.</b>	<b>Puntos de venta.</b>
Café	80%	Casera	Medía	Si, por sus características físicas y organolépticas, y por su reconocimiento de la taza dorada.	Permanente	50gr-100gr-200gr-250gr-300gr-400gr-1000gr	El propietario y familia del producto	Local, nacional e internacional	100 puntos de venta.
Maní	40%	Casera.	Baja	No, el producto se da también en Catacocha en la parte caliente; en el valle de Casanga.	Permanente	En grano, en cascara (vaina) y molido.	Los propios productores.	Local, provincial y nacional.	75 puntos
Caña	40%	Casera	Baja	No, el producto también se da en	Permanente	En el territorio	Los propios productores.	Local.	50 puntos

				Catamayo y Chaguarpamba		se vende la caña en sí, ésta se procesa para convertirla en panela o también en miel y guarapo.				
Guineo jíbaro	40%	Casera	Baja	No, el producto también se da en Catacocha y Chaguarpamba	Permanente	Racima	Los propios productores.	Local y provincial	85 puntos	
Guineo seda	90%	Casera	Baja	No, el producto también se da en Catacocha y Chaguarpamba	Permanente	Racima	Los propios productores.	Local y provincial	85 puntos	
Maíz tumbero	80%	Casera	Baja	Si	Permanente	Transformado en harina de maíz	Los propios productores	Local y provincial	20 puntos.	
Frejol panamito	40%	Casera	Baja	No, también se da en el cantón Paltas.	Permanente	Libras	Los propios productores	Local y provincial	20 puntos	
Frejol percala	40%	Casera	Baja	No, también se da en el cantón Paltas.	Permanente	Libras	Los propios productores	Local y provincial	21 puntos	
Frejol mantequilla	40%	Casera	Baja	No, también se da en el cantón Paltas.	Permanente	Libras	Los propios productores	Local y provincial	22 puntos	
Frejol cocacho	40%	Casera	Baja	No, también se da en el cantón Paltas.	Permanente	Libras	Los propios productores	Local y provincial	23 puntos	
Tilapia roja	30%	Casera	Baja	No	Permanente	Libras	Los propios productores	Local	15 puntos	
Tilapia negra	30%	Casera	Baja	No	Permanente	Libras	Los propios productores	Local	16 puntos	
Ganado doble propósito	30%	Casera	Baja	No	Permanente	Derivados, leche,	Los propios productores	Local	20 puntos	

Jabón negro	2%	Casera	Baja	Si	Permanente	quesillo, carne Unidades	Los propios productores	Local y provincial	3 puntos
Panela	40%	Semiindustrial	Baja	Si	Permanente	Unidades	Los propios productores	Local y provincial	100 puntos
El madrugador	0.01%	Casera	Baja	Si	Ocasional	Botellas	Los propios productores	Local	1 punto
Vino de café	0.01%	Casera	Baja	No	Ocasional	Botellas	Los propios productores	Local y provincial	1 punto
Miel de abeja	3%	Semiindustrial	Baja	No	Permanente	Envasados, galón canecas	Los propios productores	Local, provincial y nacional.	10 puntos
Aguardiente de caña	1%	Semiindustrial	Baja	No	Permanente	Botellas	Los propios productores	Local, provincial y nacional.	1 punto
Bocadillo de café	0.01%	Casera	Baja	Si	Permanente	Libras	Los propios productores	Local, provincial y nacional.	1 punto
Bocadillo	15%	Casera	Baja	Si	Permanente	Libras	Los propios productores	Local, provincial y nacional.	30 puntos
Huevo de faldiguera	15%	Casera	Baja	Si	Permanente	Libras	Los propios productores	Local, provincial y nacional.	20 puntos
Garrapiñada	15%	Casera	Baja	Si	Permanente	Libras	Los propios productores	Local, provincial y nacional.	20 puntos
Sango	85%	Casera	Baja	No	Permanente	Emplatado	Los propios productores	Local	4 puntos
Uña de pava	85%	Casera	Baja	Si	Permanente	Emplatado	Los propios productores	Local	4 puntos
Tamal de guineo	50%	Casera	Baja	Si	Permanente	Emplatado	Los propios productores	Local	4 puntos

Repe de arveja con cuero	85%	Casera	Baja	No	Permanente	Emplatado	Los propios productores	Local	6 puntos
Chanfaina	20%	Casera	Baja	No	Permanente	Emplatado	Los propios productores	Local	6 puntos
Pan de suelo	10%	Casera	Baja	No	Permanente	Unidades	Los propios productores	Local	3 puntos
Batea de madera de mango.	0.01%	Casera	Baja	No	Permanente	Unidades	Los propios productores	Local, provincial y nacional.	1 punto
Porrón de madera de mango.	0.01%	Casera	Baja	Si	Permanente	Unidades	Los propios productores	Local y provincial	1 punto
Mortero de madera de mango.	0.01%	Casera	Baja	No	Permanente	Unidades	Los propios productores	Local, provincial y nacional.	1 punto
Alforjas tejidas	0.05%	Casera	Baja	No	Permanente	Unidades	Los propios productores	Local, provincial y nacional.	2 puntos
Árguin de cuero	0.05%	Casera	Baja	Si	Permanente	Unidades	Los propios productores	Local	1 punto
Aventadores de toquilla	0.05%	Casera	Baja	No	Permanente	Unidades	Los propios productores	Local	2 puntos

### 6.1.4.1.2. Calificación y priorización de los productos con identidad territorial.

En este apartado, se realizó la calificación de cada uno de los PIT identificados, tomando como base el anexo 4, ficha de criterios para calificación y priorización del PIT, y los pesos determinados en la tabla Nro. 2 de la metodología, para ver calificación revisar anexo 5.

A continuación, luego de haber realizado la calificación para cada uno de los 36 PIT, se procede a priorizar los productos mostrándose aquellos que obtuvieron un puntaje más de 75/100, dando un total de 25 productos priorizados.

**Tabla 7. Listado de PIT prioritarios**

Número	Producto	Categoría	Localización	Puntaje
1	Bocadillo	Agroindustrial	Loma Redonda	98
2	Huevo de faldiguera	Agroindustrial	Loma Redonda	96
3	Garrapiñada	Agroindustrial	Loma Redonda	96
4	Panela	Agroindustrial	Monteurco	95
5	Repe de arveja con cuero	Gastronómico	Olmedo	92
6	Jabón negro	Agroindustrial	Olmedo, El Ceibo	90
9	Aguardiente de caña, La Delicia	Agroindustrial	Ramirespamba	90
7	Tamal de guineo	Gastronómico	Olmedo	90
8	Chanfaina	Gastronómico	Olmedo	88
9	Porrón de madera de mango.	Artesanías	Olmedo, La Esperanza	86
10	Árguinas	Artesanías	La Delicia	86
11	Café	Agropecuario	Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca, El Porvenir	85
12	Alforjas tejidas	Artesanías	La Cidra	83
13	Sango	Gastronómico.	Olmedo	82
14	Pan de suelo	Gastronómico	Yamalaca	80
15	Aventadores	Artesanías	Loma Redonda	80
16	Maní	Agropecuario	Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca.	78
17	Bocadillo de café	Agroindustrial	Olmedo, Santa Bárbara	78
18	Caña	Agropecuario	Monteurco, Ramirespamba	77
19	Guineo seda	Agropecuario	Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca.	77
20	Maíz tumbero	Agropecuario	Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca, El Porvenir	76
21	Uña de pava	Gastronómico	Olmedo	76
22	Mortero de madera de mango.	Artesanías	Olmedo, La Esperanza	76
23	Guineo jíbaro	Agropecuario	Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca.	75
24	Maíz perla	Agropecuario	El porvenir.	75
25	Batea de madera de mango.	Artesanías	Olmedo, La Esperanza	75

#### **6.1.4.1.3. *Análisis de la oferta de PIT.***

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del anexo 6, ficha de lugares donde se ofertan los PIT. Se presenta una matriz de los lugares donde podemos encontrar los PIT identificados anteriormente, entre fincas, artesanías, emprendimientos y lugares gastronómicos, y se detallan las características de cada uno de ellos como la ubicación, las distancias, las personas que laboran en el lugar, el tipo de vivienda y material, servicios básicos, la capacidad de recepción, los medios de publicidad, los productos y servicios que ofrecen entre otras características importantes.

**Tabla 8. Listado de lugares donde se ofertan los PIT.**

Propietario	Contacto	Oferta de PIT	Localización	Latitud	Altura(m)	Km desde Olmedo	Como llegar	Infraestructura vial	Topografía	Hectáreas	Personas que laboran	Viviendas	Material de la vivienda
Paco Ríos	0939464428	Agropecuario	Olmedo, Guangalo.	-3.93327, -79.64453	1226	1km	Caminando, 15 min desde el parque central	Camino de herradura	Ondulado	0.5	1	No	No aplica
Luz Benigna Herrera López	0959424777	Gastronómico	Centro de Olmedo	-3.93491, -79.64712	1263	0.5km	Caminando, 2 min desde el parque central	Carretera afirmada	No aplica	No aplica	2	No aplica	No aplica
Cristopher Carrión	0939739629	Agropecuario	Olmedo, cabecera cantonal.	-3.93344, -79.65257	1272	1km	Caminando, 15 min desde el parque central	Carretera afirmada	Accidentado	4	2	Si	Hormigón
Klever Sánchez	s/i	Agropecuario	Olmedo, cabecera cantonal.	-3.93272, -79.65565	1318	1.6km	Caminando, 30 min desde el parque central	Carretera afirmada	Accidentado	4	1	Si	Adobe
Nolberto Guevara	0989748095	Agroindustrial	Monteuro	-3.89410, -79.63196	1309	8.1km	Auto, 12 min desde el parque central	Carretera afirmada	Ondulado	1.2	2	Si	Adobe
Héctor Sánchez	s/i	Agropecuario	Olmedo, Loma del Cascajo	-3.93476, -79.65944	1377	2.6km	Caminando, 45 min desde el parque central	Carretera afirmada	Ondulado	3	1	Si	Adobe
Angelino Abad	0981211589	Agroindustrial	Olmedo, Santa Bárbara	-3.93243, -79.64545	1215	0.3km	Caminando, 6 min desde el parque central	Carretera afirmada	Ondulado	0.4	6	Si	Hormigón

Rafael Bolívar Vásquez Barba	09994010611	Agropecuario	El Porvenir	-3.92358, -79.57693	1600	17km	Auto, 40 min desde el parque central	Carretera afirmada	Ondulado	35	1	Si	Hormigón
Benigno Antonio Carrión Carrión	0968746653	Artisanal	Olmedo, El Ceibo	-3.93101, -79.64045	1304	1.7km	Auto, 5 min desde el parque central Caminando, 21 min desde el parque central	Carretera afirmada	Accidentado	No aplica	2	No aplica	No aplica
Florencia Antoniana Carrión Carrión	0993506065	Agroindustrial	Olmedo, El Ceibo	-3.93799, -79.64426	1320	1.2km	Caminando, 18 min desde el parque central	Carretera afirmada	Ondulado	No aplica	1	Si	Ladrillo
Francisco Daniel Carrión Carrión	0982696514	Gastronómico	Olmedo, El Ceibo	-3.93904, -79.64470	1351	1.3km	Caminando, 20 min desde el parque central	Carretera afirmada	Ondulado	1	3	Si	Ladrillo
Cristóbal Jiménez	0981780693	Agroindustrial	Ramirespamba	-3.91766, -79.62559	1421	6km	Auto, 15 min desde el parque central hasta la entrada a la finca, caminando 15 minutos más hasta la molienda o alambique	Carretera afirmada	Accidentado	10	20	Si	Adobe
Julio Cesar	0988790279	Agropecuario	Yamalaca	-3.96533, -79.64574	1372	12km	Auto, 25 min desde el parque central	Carretera afirmada	Accidentado	19	30	Si	Adobe

Herrera Ortiz							hasta la entrada a la finca.						
Néstor Rojas	0980574937	Agropecuario	Yamalaca	-3.96442, -79.64017	1460	11.5km	Auto, 25 min desde el parque central	Carretera afirmada	Ondulado	0	3	Si	Ladrillo
Silvia Espinoza	0990785129	Agroindustrial	Loma Redonda	-3.92726, -79.66577	1543	12.km	Auto, 18 min desde el parque central	Carretera afirmada	No aplica	No aplica	3	Si	Ladrillo
Luis Machuca	0959200513	Agropecuario	Sector del cementerio	-3.93896, -79.64025	1543	12km	Auto, 5 min desde el parque central	Trocha carrozable	Accidente	1	2	Si	Adobe
Heraldo Granda	0985124855-3057339	Agropecuario	Santa Rosa	-3.90255, -79.56561	1543	12km	Auto, 45 min desde el parque central	Carretera afirmada	Ondulado	9	3	Si	Ladrillo
Celinda Sánchez		Artisanal	La Cidra	-3.94821, -79.61950	1779	6km	Auto, 15 min desde el parque central	Carretera afirmada	No aplica	No aplica	1	Si	Adobe
Víctor Vargas	0981314665	Artisanal	La Delicia	-3.92765, -79.63110	1537	4km	Auto, 7 min desde el parque central	Carretera afirmada	No aplica	No aplica	1	Si	Adobe
Carlos Armijos	0969264162	Artisanal	Loma Redonda	-3.93246, -79.66002	1282	15km	Auto, 17 min caminado 10 min	Carretera afirmada 14km y 1km caminando	No aplica	No aplica	1	Si	Ladrillo

**Tabla 9. Continuación de las características de lugares donde se ofertan los PIT**

Propietario	Servicios básicos	Hospedaje	Personas	Facilidades de comunicación	Medios de publicidad	Productos	Servicios ofertados	Recomendaciones	Observaciones
-------------	-------------------	-----------	----------	-----------------------------	----------------------	-----------	---------------------	-----------------	---------------

Paco Ríos	-Agua -Luz -Servicios higiénicos	No	20	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT	No	-Café -Tilapia -Gallina criolla	-Cultivo de tilapia -La crianza de gallina criolla. -Observación de cultivo de café	-Capacitación turística -Señalización turística -Adecuación de senderos	Propietario dispuesto a trabajar turísticamente
Luz Benigna Herrera López	-Agua -Luz -Internet -Servicios higiénicos	No aplica	16	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Internet	No	-Tamal de guineo -Uña de pava -Chanfaina -Repe de arveja con cuero -Sango	-Degustación de comida típica	-Capacitación turística -Legalización turística	Cumplir con los requisitos para ser parte del Ministerio de Turismo.
Cristopher Carrión	-Agua -Luz -Internet -Servicios higiénicos	No	16	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Radio	Internet	-Café -Miel de abeja	-Experiencia con cultivo de abejas -Observación del proceso de la siembra, cosecha, procesamiento y preparado del café. -Caminata -Observación de plantaciones de maíz -Observación de plantaciones de maní	-Capacitación turística -Señalización turística -Adecuación de senderos	Interesado en el desarrollo del turismo en el cantón
Klever Sánchez	-Agua -Luz -Servicios higiénicos	Si	8	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT	No	-Café -Guineo jibaro -Guineo seda -Plátano -Yuca -Naranja	-Caminata -Hospedaje -Observación de plantaciones de café -Observación de sembríos de plátano y guineo	-Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística -Adecuación de senderos -Adecuación	Quinta en proceso para servicio de hospedaje

								para servicio de hospedaje.	
Nolberto Guevara	-Agua -Luz -Servicios higiénicos	No	16	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT	No	-Caña -Panela -Guarapo	-Proceso de la producción de panela -Degustación del guarapo y caña.	-Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística	Propietarios dispuestos a trabajar turísticamente con la molienda.
Héctor Sánchez	- Agua	Si	20	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT	No	-Café -Café molido -Guineo jibaro -Guineo seda	-Caminatas -Observación de plantaciones de guineo	-Capacitación turística -Señalización turística	Persona adulta mayor que vive sola, difícilmente puede trabajar solo en el ámbito turístico.
Angelino Abad	-Agua -Luz -Internet -Servicios higiénicos	No	5	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Internet -Teléfono	-Redes sociales -Entrevistas -Página web	-Café molido en tres marcas - Miel de abeja -Licor de hormigas -Bocadillo de café -Yogur de café -Vino de café	-Observación de la siembra, cosecha y preparación de café con procesos modernos - Preparación de café y derivados de alta calidad -Experiencia con cultivo de abejas -Investigación -Caminatas	-Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística -Adecuación de senderos	Marca reconocida y propietario interesado en el desarrollo del turismo
Rafael Bolívar Vásquez Barba	-Agua -Luz -Internet -Servicios higiénicos	No	80	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Internet -Teléfono	No	-Café -Guineo seda -Plátano -Maíz tumbero -Pastos de corte -Mango -Limón -Papaya	-Caminata -Observación de plantaciones -Fotografía	-Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística -Adecuación de senderos -Adecuación de	El propietario pone a disposición su finca para que lleguen turistas y recorran sus instalaciones, pero no ofrece tener a una persona destinada a trabajar específicamente en ello.

instalaciones  
para hospedaje.

Benigno Antonio Carrión Carrión	-Agua -Luz -Servicios higiénicos	No aplica	5	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Radio -Televisión	No	-Porrón -Batea -Mortero de madera -Vajilla de -Bolillos -Majos -Dispensador de toallas	-Observación de proceso de elaboración de artesanías -Venta de artesanías	-Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística -Adecuación de senderos	Emprendimiento reciente que le hace falta una marca comercial para su producto.
Florencia Antoniana Carrión Carrión	-Agua -Luz -Servicios higiénicos	No aplica	No	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Radio -Televisión	No	-Jabón negro	-Proceso de elaboración de jabón negro	-Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística	Persona adulta mayor, legado pasado a sus hijos, pero ellos no están interesados en continuidad de esta practica
Francisco Daniel Carrión Carrión	-Agua -Luz -Internet -Servicios higiénicos	No aplica	50	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Radio -Televisión	-Redes sociales -Página web en proceso -Ubicación en Google maps	-Café -Tilapia -Naranja -Mandarina -Guabas	-Degustación de comida típica. -Preparación de la tilapia -Pesca deportiva. -Caminata por la finca donde se cultiva café -Fogata -Alquiler de instalaciones	-Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística	Propietarios muy interesados en trabajar turísticamente, aún están en adecuación de espacios.
Cristóbal Jiménez	-Agua -Luz -Servicios higiénicos	No	20	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT	-Redes sociales	-Aguardiente de caña -Maní -Panela	-Observación de proceso de elaboración de aguardiente -Proceso de elaboración de	-Capacitación turística -Legalización turística	Propietarios interesados en trabajar turísticamente

					-Guarapo -Miel katiana -Tilapia -Caña -Guineo seda Naranja	panela de -Caminata	-Señalización turística -Adecuación de senderos	
Julio Herrera Ortiz	Cesar -Agua -Luz -Servicios higiénicos	No	30	-Señal de No celular claro -Señal de celular CNT -Señal de celular de movistar -Radio	-Ganado doble propósito -Maíz tumbero -Maní -Maní molido -Machica para sango -Huevos criollas -Leche -Quesillo -Queso -Frejol -Maíz tumbero -Naranja -Papaya -Cuyes -Pan de suelo	-Ofrece observación y experimentación de crianza de ganado -Degustación de comida típica como tamal con gallina criolla, conserva de maní, manjar de leche, sango, tamal de guineo y humas -Caminata -Observación de plantaciones de café -Observación de plantaciones de maíz en temporada -Elaboración de pan de suelo	-Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística -Adecuación de senderos	Propietarios interesados en trabajar turísticamente
Néstor Rojas	-Agua -Luz -Servicios higiénicos	No aplica	1	-Señal de No celular claro -Señal de celular CNT -Señal de celular de movistar	-Café -Miel de abeja -Guineo seda -Maíz tumbero -Maní -Frejol	Caminata -Observación de plantaciones de maíz en temporada -Observación de plantaciones de café -Observación de	-Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística	Propietarios interesados en trabajar turísticamente

				-Radio -Televisión	-Naranja -Frejol	plantaciones de maní -Observación de sembríos de árboles frutales -Observación de crianza de animales -Degustación de comida típica	-Adecuación de senderos	
Silvia Espinoza	-Agua -Luz -Internet -Servicios higiénicos	No aplica	15	-Señal de celular claro -Redes sociales -Radio -Televisión	-Bocadillo -Garrapiñada -Huevos de faldiguera	-Ofrece el proceso de elaboración del bocadillo	-Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística	Representante interesada en trabajar turísticamente.
Luis Machuca	-Agua -Luz -Internet -Servicios higiénicos	No	30	-Señal de celular claro -No Internet	-Cítricos -Yuca -Caña -Maní -Maíz -Camote -Tomate -Piñas -Verduras -Panela -Guineo seda -Gallinas criollas -Chanchos -Cuyes	-Caminata -Observación de plantaciones de café -Observación de sembríos de productos agrícolas -Pesca deportiva de tilapias -Observación de crianza de animales.	-Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística -Adecuación de senderos	Representante interesada en trabajar turísticamente.
Heraldo Granda	-Agua -Luz -Internet -Servicios higiénicos	No	20	-Señal de celular claro -No Internet -Radio -Televisión	-Café -Guineo seda -Cítricos -Tilapia	-Caminata -Observación de plantaciones de caña -Observación de plantaciones de café -Observación de aves	-Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística	Representante interesada en trabajar turísticamente.

Celinda Sánchez	- Agua - Luz	No aplica	15	-Teléfono fijo -Señal de celular claro -Radio	No	Alforjas tejidas	-Proceso de elaboración de panela -Observación de proceso de elaboración de artesanías -Venta de artesanías	-Adecuación de senderos -Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística -Adecuación de senderos	Representante interesada en trabajar turísticamente
Víctor Vargas	-Agua -Luz -Internet -Servicios higiénicos	No aplica	15	-Señal de celular claro -Radio -Televisión -Internet	No	Árquinas	-Observación de proceso de elaboración de artesanías -Venta de artesanías	-Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística	Representante interesada en trabajar turísticamente
Carlos Armijos	-Agua -Luz -Servicios higiénicos	No aplica	15	-Señal de celular claro - Radio	No	Aventadores de toquilla	-Observación de proceso de elaboración de artesanías -Venta de artesanías	-Capacitación turística -Legalización turística -Señalización turística	Representante interesada en trabajar turísticamente

#### **6.1.4.1.4.Lugares donde se ofertan los PIT priorizados.**

La siguiente lista es el resultado de analizar los lugares donde se ofertan los PIT, basándonos en la accesibilidad, servicios básicos, predisposición para trabajar turísticamente, extensión del territorio en lo que se refiere a fincas agrícolas y en la posibilidad de incrementar actividades turísticas, ya que la mayoría de lugares identificados necesitan desarrollar un enfoque turístico, quedando como resultado 15 lugares de 20 identificados en un inicio.

**Tabla 10.Listado de lugares donde se ofertan los PIT priorizados**

<b>Nro.</b>	<b>Propietario</b>	<b>Contacto</b>	<b>Oferta de PIT</b>	<b>Localización</b>	<b>Personas que puede atender</b>	<b>Facilidades de comunicación</b>	<b>Productos</b>	<b>Servicios ofertados</b>
1	Luz Benigna Herrera López	09594 24777	Gastronómico	Centro de Olmedo	16	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Internet	-Tamal de guineo -Uña de pava -Chanfaina -Repe de arveja con cuero -Sango	-Degustación de comida típica
2	Néstor Rojas	09805 74937	Agropecuario	Yamalaca	20	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Señal de celular de movistar -Radio -Televisión	-Café -Miel de abeja -Guineo seda -Maíz tumbero -Maní -Frejol -Naranja -Frejol	-Caminata -Observación de plantaciones de maíz en temporada -Observación de plantaciones de café -Observación de plantaciones de maní -Observación de sembríos de árboles frutales -Observación de crianza de animales -Degustación de comida típica
3	Cristopher Carrión	09397 39629	Agropecuario	Olmedo, cabecera cantonal.	16	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Radio	-Café -Miel de abeja	-Experiencia con cultivo de abejas -Observación del proceso de la siembra, cosecha, procesamiento y preparado del café. -Caminata -Observación de plantaciones de maíz -Observación de plantaciones de maní
4	Klever Sánchez	s/i	Agropecuario	Olmedo, cabecera cantonal.	8	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT	-Café -Guineo jibaro -Guineo seda -Plátano -Yuca -Naranja	-Caminata -Hospedaje -Observación de plantaciones de café -Observación de sembríos de plátano y guineo

5	Nolberto Guevara	09897 48095	Agroindustrial	Monteurco	16	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT	-Caña -Panela -Guarapo	-Proceso de la producción de panela -Degustación del guarapo y caña.
6	Benigno Antonio Carrión Carrión	09687 46653	Artesanal	Olmedo, El Ceibo	5	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Radio -Televisión	-Porrón -Batea -Mortero -Vajilla de madera -Bolillos -Majos -Dispensador de toallas	-Observación de proceso de elaboración de artesanías. -Venta de artesanías.
7	Francisco Daniel Carrión Carrión	09826 96514	Gastronómico	Olmedo, El Ceibo	50	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Radio -Televisión	-Café -Tilapia -Naranja -Mandarina - Guabas	-Degustación de comida típica. -Preparación de la tilapia -Pesca deportiva. -Caminata por la finca donde se cultiva café -Fogata -Alquiler de instalaciones
8	Cristóbal Jiménez	09817 80693	Agroindustrial	Ramirespamba	20	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT	-Aguardiente de caña -Maní -Panela -Guarapo -Miel de katiana -Tilapia -Caña -Guineo seda -Naranja	-Observación de proceso de elaboración de aguardiente -Proceso de elaboración de panela -Caminata
9	Julio Cesar Herrera Ortiz	09887 90279	Agropecuario	Yamalaca	30	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Señal de celular	-Ganado doble propósito -Maíz tumbero -Maní -Maní molido -Machica para	-Ofrece observación y experimentación de crianza de ganado -Degustación de comida típica como tamal con gallina criolla, conserva de maní, manjar de leche, sango, tamal de guineo y humas

						de movistar -Radio	sango -Huevos criollas -Leche -Quesillo -Queso -Frejol -Maíz tumbero -Naranja -Papaya -Cuyes -Pan de suelo	-Caminata -Observación de plantaciones de café -Observación de plantaciones de maíz en temporada -Elaboración de pan de suelo
10	Silvia Espinoza	09907 85129	Agroindustrial	Loma Redonda	15	-Señal de celular claro -Radio -Televisión	-Bocadillo -Garrapiñada -Huevos de faldiguera	-Ofrece el proceso de elaboración del bocadillo. -Degustación del bocadillo. -Maní molido. -Café molido
11	Luis Machuca	09592 00513	Agropecuario	Sector del comentario	30	-Señal de celular claro -Internet	-Cítricos -Yuca -Caña -Maní -Maíz -Camote -Tomate -Piñas -Verduras -Panela -Guineo seda -Gallinas criollas -Chanchos -Cuyes	-Caminata -Observación de plantaciones de café -Observación de sembríos de productos agrícolas -Pesca deportiva de tilapias -Observación de crianza de animales.
12	Angelino Abad	09812 11589	Agroindustrial	Olmedo, Santa Bárbara	5	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT	-Café molido en tres marcas -Miel de abeja -Licor de hormigas -Bocadillo de café	-Observación de la siembra, cosecha y preparación de café con procesos modernos -Preparación de café y derivados de alta calidad

13	Celinda Sánchez		Artesanal	La Cidra	15	-Internet -Teléfono  -Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Radio -Televisión	-Yogur de café -Vino de café  -Alforjas tejidas de diferentes medidas	-Experiencia con cultivo de abejas -Investigación -Caminatas -Observación de proceso de elaboración de artesanías. -Venta de artesanías.
14	Víctor Vargas	09813 14665	Artesanal	La Delicia	15	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Radio -Televisión	-Árquinas de cuera en diferentes medidas	-Observación de proceso de elaboración de artesanías. -Venta de artesanías.
15	Carlos Armijos	09692 64162	Artesanal	Loma Redonda	15	-Señal de celular claro -Señal de celular CNT -Radio -Televisión	-Aventadores de toquilla en diferentes medidas	-Observación de proceso de elaboración de artesanías. -Venta de artesanías.

---

#### 6.1.4.2. Atractivos turísticos complementarios.

A continuación, se presenta un listado de los atractivos naturales y culturales que existen en el cantón Olmedo, un total de 6, 2 de categoría cultural y 4 de categoría natural, donde 3 tienen jerarquía I y 3 jerarquía II, por lo que serán considerados como recursos. Es importante mencionar que estos atractivos turísticos fueron inventariados con la ficha de atractivos proporcionada por el Ministerio de Turismo, ver modelo de ficha en anexo 7. En este apartado se tomó en cuenta aquellos atractivos que no están considerados como PIT. Ver fichas de resumen en anexo 8.

**Tabla 11. Atractivos culturales y naturales del cantón Olmedo**

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Cerro Santa Barbara	Natural	Montañas	Baja montaña	II
Cordillera Yamalaca	Natural	Montañas	Baja montaña	I
Cascada La Delicia	Natural	Rio	Cascada	I
Cerro Chivatos	Natural	Montañas	Montaña baja	I
Iglesia matriz de Olmedo Santa Teresita.	Cultural	Arquitectura	Histórica/vernácula	II
Centro recreacional Santa Bárbara	Cultural	Arquitectura	Espacio público	II

#### 6.1.4.3. Análisis de la oferta de servicios turísticos.

En esta sección se muestra los servicios turísticos que encontramos dentro del cantón, en cuanto a alojamiento, restauración y servicios complementarios.

**Tabla 12. Oferta de alojamiento.**

Nombre del establecimiento	Ubicación	Cantidad de habitaciones	Cantidad de camas	Capacidad global	Ocupación media	Precios	Servicios
Hostería Olmedo	Calle benjamín Jiménez, frente al subcentro de salud	11 habitaciones. 4 dobles, 3 personas, 5 simples, para pareja 3 triples, familia de hasta 5 integrantes.	22 camas	37 a 40 personas.	Temporada julio, agosto y septiembre 6 personas diarias.	15 la simple 20 la doble y 25 la triple	Alojamiento. Parqueadero. Bar restaurante. Internet. Agua caliente. Televisión. lavandería. Organización de eventos. En temporada pesca deportiva. Caminatas como

experiencias  
vivenciales.  
Rutas  
nocturnas.

**Tabla 13. Oferta de restauración.**

Tipo de establecimiento	Nombre del establecimiento	Ubicación	Capacidad global	Cantidad de mesas	Precios	Menús
Comida rápida	Restaurante el cafecito.	18 de noviembre junto al Parque Central.	12 personas	4 mesas	Desde 0.50 hasta 4 dólares	Almuerzos. Salchipapas. Hamburguesas Ceviches pollo y camarón. Chaul afán. Arroz con camarón. Menestras: chacho, pollo, res chuleta. Bebidas frías y calientes.
Restaurante	Dueña Sra. Luz Herrera	25 de octubre y Sucre	16 personas	4 mesas	Desde 0.25 hasta 3 dólares	Empanadas de harina y de verde. Tamales de guineo y maíz. Colada morada. Desayunos, almuerzos y meriendas.
Restaurante	Sucos Bar.	Calle 25 de octubre y sucre	24 personas	8 mesas	Desde 2.50 almuerzos hasta 7 dólares los mariscos.	Comida típica, mariscos y platos a carta.
Pollo asado	Asadero-Restaurante La Bahía	Vía a Chaguarparmba.	16 personas	4 mesas		Pollo asado. Desayunos. Almuerzos. Meriendas.
Restaurante	Bon Appetit	La Y de Olmedo	24 personas	6 mesas	Desde 2 dólares hasta 3.50	Mariscos. Desayunos, almuerzos, meriendas. Cafetería.
Cafetería restaurante	Coffee Break Vigamar	Calles 25 de octubre frente al municipio de Olmedo	12 personas	2 mesas más barra	Desde 0.60 hasta 3 dólares	Desayunos y almuerzos, cafetería.
Comida rápida	Dueña Sra. Marilyn Armijos	25 de octubre y sucre	6 en mesa y 10 para llevar	1 mesa	Desde los 0.50 hasta 1.75	Papas. Arroz relleno. Empanadas de harina. Empanadas de verde. Café

**Tabla 14. Oferta de servicios complementarios**

Centros de atención	Nombre del establecimiento	Ubicación
---------------------	----------------------------	-----------

Puntos de orientación al turista	Unidad de turismo del municipio del cantón Olmedo.	Centro de Olmedo.
Centros de salud	Centro de salud tipo A Centro de salud tipo A Dispensario S.SC de tipo A del Instituto Ecuatoriano de Seguro Social, Seguro Campesino	Parroquia La Tingue Olmedo, cabecera cantonal. La Y de Olmedo
Seguridad ciudadana	Bomberos Policía nacional	Olmedo, cabecera cantonal. Olmedo, cabecera cantonal.
Servicios higiénicos públicos	Existen tres servicios higiénicos públicos. De los cuales dos están cerrados.	Dos en el centro de Olmedo y uno en la Y de Olmedo.
Centros comerciales	No existen centros comerciales, sin embargo, existen establecimientos de abarrotes, librerías, ciber, ferretería, bazares, bisutería y almacenes de ropa.	Locales de abarrotes de encuentran en casi todo el territorio, a diferencia del resto de establecimientos que se concentran en el centro del cantón.
Estaciones de servicio	Estación de servicio Primito Mena	Barrio la Y de Olmedo
Servicios bancarios	Ban Ecuador Pichincha mi vecino Banco del barrio Guayaquil	Cabecera cantonal Cabecera cantonal Cabecera cantonal
Farmacias	Farmacia central	Cabecera cantonal

#### 6.1.4.4. Análisis de la demanda

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta aplicada para el análisis de la demanda, que se realizó a 381 personas entre habitantes de los cantones de Chaguarpamba, Paltas, Catamayo, Olmedo y turistas a nivel nacional.

**Tabla 15. Pregunta 1. Lugar de residencia**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Quito	86	22.6%
Loja	72	18.9%
Otros	70	18.4%
Cantón Catamayo	53	13.9%
Guayaquil	29	7.6%
Cantón Olmedo	26	6.8%
Riobamba	11	2.9%
Cantón Paltas	10	2.6%
Ambato	8	2.1%
Cantón Chaguarpamba	8	2.1%
Cuenca	7	2.1
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** La mayor parte de los encuestados corresponden a personas de Quito (22.6%) y Loja (18.9%), un total de 18.4% corresponde a otros, es decir a diferentes ciudades, en cuanto a los cantones cercanos la mayor parte pertenecen a Catamayo (13.9%) y Olmedo (6.8%), y en menor parte a Paltas (2.6%), y Chaguarpamba (2.1%), el resto es para Guayaquil (7.6%), Riobamba (2.6%) y Ambato (2.1%).

**Tabla 16. Pregunta 2. Sexo**

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Hombre	285	75%
Mujer	95	25%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** De las 380 personas encuestadas el 75% son hombres (285) y el 25% mujeres (95)

**Tabla 17. Pregunta 3. Edad**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
26-33	119	31.3%
34-41	92	24.2%
18-25	89	23.4%
42-49	49	12.9%
50 o más	31	8.2%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** La mayoría de encuestados están en los rangos de 18 a 41 años, la mayoría (31.3%) en un rango de 26 a 33 años, de 34 a 41 años el 24.2% y de 18 a 25 años el 23.4%, solo el 8.2% tienen 50 años o más y el 12.9% entre los 42 y 49 años.

**Tabla 18. Pregunta 4. Estado civil**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Soltero	202	53.2%
Casado	117	30.8%
En unión libre	31	8.2%
Divorciado	30	7.9%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** Más de la mitad (53.2%) de encuestados son solteros, el 30.8% son casados y el resto en mínimas cantidades, están en unión libre (8.2%) o divorciados el 7.9%

**Tabla 19. Pregunta 5. Ocupación**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Empleado privado	125	32.9%
Emprendedor	89	23.4%
Empleado público	73	19.2%
Estudiante	69	18.2%
Sin trabajo	24	6.3%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** La mayor parte de los encuestados tienen un trabajo, en el sector privado la mayoría (32.9%), seguido por emprendedores (23.4%) y empleados públicos (19.2%), el resto no trabajan y están divididos entre estudiantes (18.2%) o personas sin empleo (6.3%)

**Tabla 20. Pregunta 6. Ingresos mensuales**

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
\$0-\$400	145	38.2%
\$401-\$600	86	22.6%
más de \$800	84	22.1%
\$601-\$800	65	17.1%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** La mayoría de encuestados (38.2%) ganan menos del básico 0-400, los restantes están divididos entre los que ganan 401-600 (22.6%), más de 800 el (22.1%) y la menor cantidad (17.1%) los que ganan entre 601 y 800.

**Tabla 21. Pregunta 7. Grado de instrucción**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Universitaria	180	47.4%
Secundaria	101	26.6%
Técnica	62	16.3%
Maestría	34	8.9%
Primaria	3	0.8%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** La mayor parte de encuestados tienen estudios universitarios (47.4%), seguido por el 26.6% que tienen educación secundaria, el resto que es un porcentaje mínimo se divide entre educación técnica (16.3%) y maestría el 8.9%, y (0.8%) tienen educación primaria.

**Tabla 22. Pregunta 8. Estaría dispuesto a visitar el cantón Olmedo para realizar actividades agroturísticas**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	287	75.5%
Tal vez	82	21.6%
No	11	2.9%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** De los encuestados, el 75.5%, es decir la mayoría están dispuestos a visitar Olmedo, 21.6% tal vez y una mínima parte (2.9%) no visitarían el cantón.

**Tabla 23. Pregunta 9. Indique el número de veces que ha visitado el cantón Olmedo**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	198	52.1%
Más de tres veces.	74	19.5%
Una vez	55	14.5%
Dos veces	37	9.7%
Tres veces	16	4.2%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** Más de la mitad (52.15%) de encuestados no han visitado Olmedo, el 19.5% han visitado más de 3 veces, el 14.5% han visitado una sola vez, el resto lo visitaron 2 veces (9.7%) o 3 veces el 4.2%.

**Tabla 24. Pregunta 10. ¿Con quién realizaría la visita?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
En familia	200	52.6%
En Pareja	90	23.7%
Grupo de amigos	59	15.5%
Solo	31	8.2%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** Más de la mitad (52.6%) de encuestados indican vitarían en familia, casi la cuarta parte (23.7%) en pareja y en mínimas cantidad lo harían con grupo de amigos (15.5%) o solos (8.2%)

**Tabla 25. Pregunta 11. ¿Cuántas personas lo acompañarían en su viaje?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1-3	213	56.1%
4-6	145	32.8%
7-9	13	3.4%
10 o más	9	2.4%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** La mayoría (56.1%) indica que visitarían en grupos de 1 a 3 personas, otra gran parte (38.2%) lo haría en grupos de 4 a 6 personas, y en mínimas cantidad visitarían en grupos más grandes, el 3.4% en grupos de 7 a 9 personas y solo el 2.4% en grupos de 10 o más

**Tabla 26. Pregunta 12. ¿Rango de días previstos para su salida?**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1- 3 días	294	77.4%
4 - 6 días	52	13.7%
Más de 9 días	24	6.3%
7 - 9 días	10	2.6%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** De acuerdo a los resultados más de 77.4% prevén quedarse máximo 3 días, el 13.7% entre 4 y 6 días, el resto indican se quedarían una semana o más, el 6.3% más de 9 días y el 2.6% entre 7 y 9 días exactamente

**Tabla 27. Pregunta 13 ¿Qué tipo de alojamiento usa?**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Hotel	159	41.8%
Hostal	57	15.0%
Cabañas ecológicas	52	13.7%
Hostería	52	13.7%
Casas comunitarias	39	10.3%
Campamento	21	10.5%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** Para el hospedaje la mayoría prefieren hoteles (41.8%) u hostales (15%), en menores cantidades, pero no despreciables prefieren: cabañas el 13.7%, hostería el 13.7% y casas comunitarias el 10.3%, el resto es mínimo (5.5%) prefieren campamento.

**Tabla 28. Pregunta 14. ¿Cuál es tu medio de transporte favorito para viajar?**

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Auto propio	226	59.5%
Transporte publico	107	28.2%

Transporte turístico	26	6.8%
Alquiler de auto	21	5.5%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** La mayoría de encuestados (59.5%) es decir más de la mitad viajarían en auto propio, mientras el 28.2% lo harías en transporte público, en menos cantidad el resto lo haría en transporte turístico (6.8%) o alquilando auto el 5.5%

**Tabla 29. Pregunta 15. Principales razones de su visita**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Descanso y diversión	155	40.8%
No he visitado el cantón.	95	25.05
Vida familiar	68	17.9%
Festividades	37	9.7%
Trabajo	15	3.9%
Educación, investigación.	10	2.6%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** La mayoría de los encuestados visitarían el cantón por descanso y diversión, el 25% desconocen porque nunca han visitado, mientras el 17.9% lo harían por vida familiar, el resto en menos cantidades lo harían por festividades (9.7%), trabajo (3.9%) o Educación el 2.6%

**Tabla 30. Pregunta 16. Principales actividades que le gustaría realizar en su visita**

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Observación de flora y fauna	68	13.9%
Deportes de aventura	68	13.9%
Cabalgatas	68	13.9%
Degustación de comida típica	66	13.5%
Senderismo	66	13.5%
Observación de elaboración de artesanías	53	10.8%
Observación de procesamientos agroindustriales	51	10.4%
Prácticas tradicionales de cultivos y cosecha de productos agrícolas	50	10.2%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

**Interpretación:** Entre las principales actividades que desearían realizar los encuestados empatan algunas con el 13.9% como: observar flora y fauna, deportes de aventura y cabalgatas, seguido de ello ocupan 13.5% cada una senderismo y degustación de comida típica, en menores cantidades, pero nada despreciable el 10.8% desean ver el proceso de elaboración de artesanías, el 10.4% desean observación de procesamientos agroindustriales y el 10.2% prácticas tradicionales de cultivos.

#### **6.1.4.5. Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)**

En el siguiente análisis se presentan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas existentes dentro del cantón Olmedo donde las fortalezas son los aspectos positivos de los PIT, de los otros atractivos y de la actividad turística en el territorio, las debilidades son

aspectos negativos que dificultan su articulación y puesta en valor, las oportunidades son factores positivos del entorno económico-productivo, ambiental, socio-cultural-humano y político-institucional, que podrían aprovecharse para facilitar la puesta en valor de los PIT y su articulación con otros atractivos y con la actividad turística en el territorio, y las amenazas son factores negativos del entorno que podrían poner en riesgo el éxito de los esfuerzos por valorizar los PIT.

**Tabla 31. Matriz FODA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Olmedo cuenta con productos agrícolas bastante arraigados a la identidad de su gente como el guineo, el maní, la caña y el café, productos que son la base alimentaria y productiva de la población.</li> <li>- Olmedo cuenta con personas emprendedoras, que se dedican a la elaboración de artesanías y productos agroindustriales.</li> <li>- El café ha sido ganador de la taza dorada en tres ocasiones, siendo así reconocido a nivel local, nacional e internacional.</li> <li>- Existencia de atractivos turísticos naturales y culturales.</li> <li>- Autoridades actuales interesadas en promover el turismo en el cantón.</li> <li>- Interés de emprendedores por agruparse y fortalecer la actividad turística en el cantón.</li> <li>- Reconocimiento de la marca turística “Olmedo en los ojos del mundo” a nivel nacional e internacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El cantón cuenta con el proyecto de fondos no reembolsables, llevado a cabo por el Ministerio de Turismo y el Banco de Desarrollo.</li> <li>- Relaciones interinstitucionales con Prefectura de Loja, Ministerio de Turismo, Universidades.</li> <li>- Demanda turística interesada en el turismo rural, misma que se ha convertido en tendencia a nivel mundial.</li> <li>- Interés del gobierno por promover el turismo de Ecuador a nivel internacional.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los lugares donde se encuentran los PIT no están adecuados turísticamente.</li> <li>- Los atractivos naturales y culturales no están catastrados dentro del Ministerio de Turismo.</li> <li>- No existe una señalización ni adecuación de espacios turísticos dentro del cantón.</li> <li>- Poca infraestructura turística, misma que no se encuentra registrada en el Ministerio de Turismo</li> <li>- Escasa oferta de productos turísticos basada en los PIT.</li> <li>- Poca cultura turística en la población del cantón.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevas autoridades locales para el periodo 2023-2027, lo que genera incertidumbre en cuanto a la continuidad de la actividad turística en el cantón.</li> <li>- Fuertes lluvias en épocas de invierno, causantes de derrumbes, cierres de carreteras y deslaves.</li> <li>- Reciente creación de la unidad de turismo en el municipio.</li> <li>- Poca asignación de presupuesto a la unidad de turismo.</li> </ul>

## **6.2. Productos agroturísticos con identidad territorial para el cantón Olmedo, provincia de Loja.**

En este apartado se presentan los resultados obtenidos en el objetivo 2, en primera parte se muestra una matriz de FODA cruzado para determinar estrategias, seguidamente el portafolio de productos turísticos, hojas de trabajo para la estructuración y organización de productos, y el diseño de los productos, esto como resultado del taller llevado a cabo el día martes 9 de agosto del 2022 en el albergue municipal del cantón Olmedo con la asistencia de 8 actores claves del turismo en el cantón, entre representantes de emprendedores, restauración, alojamiento, productores agrícolas y artesanos.

### **6.2.1. Matriz FODA cruzado**

El presente FODA cruzado nos permitirá determinar estrategias a partir de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, identificadas anteriormente en el análisis FODA.

**Tabla 32. Matriz FODA cruzado**

<p><b>Ambiente interno (Actividad turística y PIT)</b></p> <p><b>Ambiente externo (territorio)</b></p>	<p><b>Fortalezas</b></p>	<p><b>Debilidades</b></p>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Olmedo cuenta con productos agrícolas bastante arraigados a la identidad de su gente como el guineo, el maní, la caña y el café, productos que son la base alimentaria y productiva de la población.</li> <li>2 Olmedo cuenta con personas emprendedoras, que se dedican a la elaboración de artesanías y productos agroindustriales.</li> <li>3 El café ha sido ganador de la taza dorada en tres ocasiones, siendo reconocido a nivel local, nacional e internacional.</li> <li>4 Existencia de 4 atractivos turísticos naturales y 3 culturales con categoría II</li> <li>5 Autoridades actuales interesadas en promover el turismo en el cantón.</li> <li>6 Interés de emprendedores por agruparse y fortalecer la actividad turística en el cantón.</li> <li>7 Reconocimiento de la marca turística “Olmedo en los ojos del mundo” a nivel nacional e internacional.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Lugares donde se encuentran los PIT no están adecuados turísticamente para recibir al público.</li> <li>2 Los atractivos naturales y culturales no se encuentran dentro del catastro del Ministerio de Turismo.</li> <li>3 No existe una señalización y adecuación de espacios turísticos dentro del cantón.</li> <li>4 Poca infraestructura turística, misma que no se encuentra registrada en el Ministerio de Turismo</li> <li>5 Escasa oferta de productos turísticos.</li> <li>6 Poca cultura turística en la población del cantón.</li> </ol>
<p><b>Oportunidades</b></p>	<p><b>Estrategias FO</b></p>	<p><b>Estrategias DO</b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 El cantón cuenta con el proyecto de fondos no reembolsables, llevado a cabo por el Ministerio de Turismo y el Banco de Desarrollo.</li> <li>2 Relaciones interinstitucionales con Prefectura de Loja, Ministerio de Turismo, Universidades</li> <li>3 Demanda turística interesada en el turismo rural, misma que se ha convertido en tendencia a nivel mundial.</li> </ol>	<p>FO1; F3, O1, O2 Realizar campañas de mejora en los procesos de siembra, cosecha y procesamiento del café para mantener la calidad y fama del producto.</p> <p>FO2; F2, F5, O1, O2 Apoyar con señalética, material publicitario, e información turística a los emprendedores para fomentar el interés por la actividad turística.</p>	<p>DO1; D1, D2, D3, D6, O1, O2 Aprovechar las relaciones con las diferentes instituciones para crear proyectos de infraestructura, investigación, capacitación y concientización turística a la población.</p> <p>DO; D4, D5 Incentivar a los dueños de restaurantes, transporte y alojamiento a trabajar de la mano con el Ministerio de Turismo.</p>

- 4 Interés del gobierno por promover el turismo de Ecuador a nivel internacional. FO; F1, F2, F4, O4 Crear un portafolio de productos turísticos, en el que se integren los PIT a la oferta turística del cantón.

<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias FA</b>	<b>Estrategias DA</b>
1 Nuevas autoridades locales para el período 2023-2027, lo que genera incertidumbre en cuanto a la continuidad de la actividad turística en el cantón.	FA1; F1, A1 Potenciar los productos con identidad territorial que posee el cantón para la promoción y difusión del agroturismo.	DA1; A1 Elaborar un plan de contingencia turístico con actividades alternas para temporadas de invierno.
2 Fuertes lluvias en épocas de invierno, causantes de derrumbes, cierres de carreteras y deslaves.	FA2; F5, A1 Empoderar a los emprendedores turísticos de los proyectos que se desarrollan y determinar su continuidad sin importar el cambio de autoridades.	
3 Reciente creación de la unidad de turismo en el municipio		
4 Poca asignación de presupuesto a la unidad de turismo.		

### 6.2.2. Estrategias de fortalecimiento turístico

Las estrategias que se muestran a continuación son el resultado del FODA cruzado, cabe mencionar que con las mismas se pretende contribuir al buen desarrollo del agroturismo en el cantón.

1. Realizar campañas de mejora en los procesos de siembra, cosecha y procesamiento del café para mantener la calidad y fama del producto.
2. Apoyar con señalética, material publicitario, e información turística a los emprendedores para fomentar el interés por la actividad turística.
3. Crear un portafolio de productos turísticos, en el que se integren los PIT a la oferta turística del cantón.
4. Aprovechar las relaciones con las diferentes instituciones para crear proyectos de infraestructura, investigación, capacitación y concientización turística a la población.
5. Potenciar los productos con identidad territorial que posee el cantón para la promoción y difusión del agroturismo.
6. Empoderar a los emprendedores turísticos de los proyectos que se desarrollan y determinar su continuidad sin importar el cambio de autoridades.
7. Elaborar un plan de contingencia turístico con actividades alternas para temporadas de invierno.
8. Incentivar a los dueños de restaurantes, transporte y alojamiento a trabajar de la mano con el Ministerio de Turismo

### 6.2.3. Portafolio de productos turísticos

A continuación, se muestra un listado de productos turísticos priorizados, resultado de las fichas técnicas de productos agroturísticos potenciales realizado por los asistentes al taller.

**Tabla 33. Portafolio de productos turísticos priorizados.**

Producto turístico	Descripción	Justificación
<b>Ruta: Creatividad artesanal de Olmedo.</b>	Recorrido por los diferentes lugares donde se ofertan artesanías, demostración de la elaboración de alforjas, elaboración de morteros, porrones, bateas en madera de mango, elaboración de aventadores de toquilla, elaboración de árguinás, lomillos y vainas de machete, acompañado de visita a la Iglesia Matriz del Cantón Olmedo, visita al cerro Santa Bárbara y caminata nocturna de mitos y leyendas.	Existe la predisposición de los propietarios de las artesanías de recibir turistas, las adecuaciones no requieren mayor inversión, y existe una demanda interesada en este tipo de actividades.

Tour: Un vistazo a la producción agrícola orgánica de Olmedo	<p>Visita a fincas agrarias del cantón para observar las plantaciones de café, maíz, maní, guineo, plátano, árboles frutales, y crianza de animales.</p> <p>Complementado con caminatas por el jardín encantado, lugar presuntamente utilizado por brujos, y observación de flora y fauna en la cordillera Yamalaca.</p>	<p>La población de Olmedo en su mayoría se dedica a la agricultura, existen fincas demostrativas, algunas de ellas están documentadas dentro de esta investigación y sus propietarios están dispuestos a trabajar turísticamente, necesitan adecuaciones, pero en su mayoría son a corto plazo y su inversión no es exagerada.</p>
Ruta agroindustrial: Olmedo emprendedor.	<p>Visita a los lugares donde se producen productos agroindustriales para la observación de la elaboración de la panela, miel, cachaza, guarapo, el aguardiente de caña, dulces como el bocadillo, huevos de faldiguera, garrapiñada, alfeñiques, el proceso de transformación del café; pilado, tueste, molido y envasado. Y el maní molido. Todo esto acompañado de la visita a la Cascada la delicia</p>	<p>En el cantón existen varios emprendimientos donde las personas han aprovechado los recursos que posee el cantón para transformarlos en productos elaborados y algunos de ellos ya cuentan con registro sanitario y marca comercial, tomarlos en cuenta para un producto turístico estaría beneficiando su economía de manera directa.</p>

#### 6.2.4. Hoja de trabajo para la estructuración y organización de productos turísticos.

Así mismo se presenta las hojas de trabajo para los productos turísticos elegidos que son un paquete turístico y un City Tour, con los cuales se pretende poner en valor los productos con identidad territorial y los atractivos del cantón.

**Tabla 34. Hoja de trabajo para la estructuración y organización del paquete agroturístico; “Olmedo en los ojos del mundo con encanto, emprendimiento, sabor y tradición”**

Fase	Acción/atractivo	Operadores/actores	Actividades/necesidades de fortalecimiento
<b>Interpretación</b>	Interpretación de los productos involucrados en el paquete turístico.	Universidad Productores agrícolas Municipio	<p>Historia social relacionada con los productos agrícolas, artesanías, productos agroindustriales y platos típicos</p> <p>Colaboración con universidades para la realización de estudios de interpretación de los PIT</p> <p>Diseñar un guion de interpretación: origen, historia, tradición, producción, comercialización,</p>

			consumo/uso de cada uno de los PIT y atractivos.
<b>Definición de circuitos turísticos</b>	Reglamentación del paquete turístico.	Municipio Universidad. Actores claves.	Adecuar senderos para la accesibilidad a los diferentes sitios. Diseñar la señalética turística necesaria para la implementación de los productos. Realizar los reglamentos para cada uno de los rubros: alojamiento, alimentación, propietarios de emprendimientos, dueños de fincas.
	Fincas agrícolas	Municipio. Productores. Organización.	Adecuación de senderos y señalización turística en cada una de la finca identificadas Capacitación turística a los dueños. Capacitación turística a los emprendedores. Capacitación acerca de la importancia de una marca para sus productos. Señalización turística. Elaboración de guiones para cada artesanía visitada.
<b>Puesta en valor</b>	Artesanías: Elaboración de alforjas Elaboración de árquinas	Artesanos. Municipio.	Capacitación turística a los emprendedores. Capacitación acerca de la importancia de una marca para sus productos. Señalización turística. Elaboración de guiones para cada artesanía visitada.
	Emprendimientos: Aguardiente de caña. Elaboración de la panela, miel, cachaza, guarapo, el aguardiente de caña. Elaboración de dulces como el bocadillo, huevos de faldiguera, garrapiñada, alfeñiques. Proceso de transformación del café; pilado, tueste, molido y envasado. Maní molido. Comida típica: Repe de oreja de chancho. Sango. Tamal de guineo	Propietarios de emprendimientos. Municipio.          Restaurantes del cantón. Municipio.	Capacitación turística a los emprendedores. Capacitación acerca de la importancia de una marca para sus productos. Señalización turística. Realización de guiones para cada lugar de visita.       Capacitación turística. Señalización turística. Cursos de gastronomía para mejorar la presentación.

	Atractivos turísticos	Municipio. Universidad.	Cursos de manejo de alimentos. Realizar un folleto de información de platos típicos de cantón. Señalización turística y adecuación de sus espacios.
<b>Integración de actores</b>	Alimentación	Hostería Restaurantes. Emprendimientos.	Mantener las reuniones que existen entre los actores turísticos. Buscar apoyo de ONG para mejorar técnicas de cocina.
	Transporte local	Cooperativa de taxis.	Mantener conversaciones constantes para acordar precios y convenios.
	Hospedaje	Hostería	Reglamentación turística. Capacitación turística
<b>Comercialización y promoción</b>	Promoción y ejecución.	Municipio. Agencias de viajes y operadores de turismo.	Establecer un órgano gestor para la ejecución de este paquete turístico. Presentación del paquete turístico a las diferentes turoperadoras de la provincia. Realizar Fam-Trip con tour operadores locales y nacionales.

**Tabla 35. Hoja de trabajo para la estructuración y organización de un City Tour “Olmedo con aroma a café y sabor a caña”**

<b>Fase</b>	<b>Acción/atractivo</b>	<b>Operadores/actores</b>	<b>Actividades/necesidades de fortalecimiento</b>
<b>Interpretación</b>	Interpretación de los sitios involucrados en el City Tour.	Universidades Municipio Emprendedores	Historia social relacionada con los productos agrícolas, artesanías, y platos típicos presentes en el City Tour. Diseñar un guion interpretativo para cada sitio a visitar.
<b>Definición de circuitos turísticos</b>	Reglamentación del City Tour	Municipio Actores claves.	Adecuar senderos para la accesibilidad a los diferentes sitios. Diseñar la señalética turística necesaria para cada uno de los lugares. Realizar los reglamentos para cada uno de los rubros: alojamiento, alimentación, propietarios de emprendimientos.

<b>Puesta en valor</b>	Sitios Culturales: Monumento al cafetalero. Parque central. Iglesia Matriz	Municipio	Señalización e información turística
	Artesanías: Elaboración de morteros, porrones, bateas en madera de mango.	Artesanos. Municipio	Capacitación turística. Señalización turística. Elaboración de guiones.
	Emprendimientos: Elaboración de dulces como el bocadillo, huevos de faldiguera, garrapiñada, alfeñiques. Maní molido. Café molido.		Capacitación turística a los emprendedores. Adecuación de espacios. Señalización turística. Realización de guiones
	Atractivos turísticos: Cerro Santa Bárbara Centro recreacional Santa Bárbara	Municipio	Señalización turística Información turística
<b>Integración de actores</b>	Alimentación	Hostería Restaurantes. Emprendimientos.	Mantener reuniones entre los actores turísticos.
	Transporte local	Cooperativa de taxis.	Mantener conversaciones constantes para acordar precios y convenios.
<b>Comercialización y promoción</b>	Promoción y ejecución.	Municipio. Agencias de viajes y operadores de turismo.	Establecer un órgano gestor para la ejecución del City Tour Presentación del City Tour a las diferentes turoperadoras de la provincia.

### 6.2.5. *Diseño de los productos.*

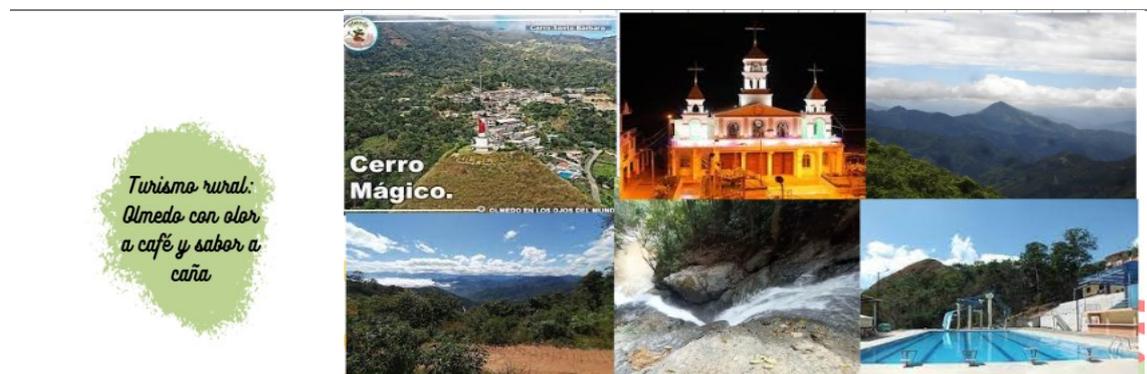
#### 6.2.5.1. Paquete agroturístico.

*Tabla 36. Datos generales del paquete.*

<b>Nombre del paquete</b>	Paquete agroturístico: Olmedo en los ojos del mundo con encanto, emprendimiento, sabor y tradición.
<b>Modalidad</b>	Turismo rural
<b>Mercado objetivo</b>	Personas de 26 a 41 años, provenientes principalmente de la ciudad de Quito, Loja, Guayaquil y Catamayo que están dispuestos a visitar el cantón para realizar actividades de descanso y diversión relacionadas con el agroturismo, con ingresos promedios de 600 a 800 dólares.

<b>Tiempo de duración</b>	3 días,2 noches
<b>Precio</b>	Individual 157.20 mínimo 4 personas, Grupos: 132.60 máximo 20 personas
<b>Grado de dificultad</b>	Medio

**Tabla 37. Itinerario para paquete turístico.**



**ITINERARIO**

<b>Día 1</b>	<b>Viernes</b>
09h00	Punto de encuentro Parque Bolívar Loja
09h15	Traslado al cantón Olmedo
12h00	Check in hostería Olmedo y almuerzo
13h30	Salida al barrio Yamalaca.
13h50	Visita a la finca demostrativa de café del señor Néstor Rojas.
14h30	Coffe break prostre típico del cantón.
15h00	Traslado a la finca del señor Julio Herrera
15h10	Recorrido por la finca
16h00	Armado de carpas para acampar
17h00	Cena tradicional.
18h00	Fogata con leyendas de la localidad.
20h00	Descanso.
<b>Día 2</b>	<b>Sábado</b>
07h00	Desayuno tradicional en la finca
08h00	Traslado a Hostería Olmedo
09h30	Visita a la finca elaboración de aguardiente de caña "La Delicia"
12h30	Almuerzo típico en la finca.
14h00	Visita a la cascada La Delicia
15h00	Regreso a la hostería
16h00	Tarde y noche de diversión Centro recreacional Santa Bárbara incluye cena
<b>Día 3</b>	<b>Domingo</b>
08h00	Desayuno en Papá Café, recorrido y catación
09h30	Visita Cerro Santa Bárbara
10h00	Visita elaboración de alforjas barrio Las Cidras
10h40	Visita elaboración de dulces de maní y panela barrio Loma Redonda
11h40	Recorrido por los puestos de dulces en el barrio Loma Redonda
12h30	Almuerzo de despedida centro de Olmedo
14h00	Check out Hostería Olmedo

**Recomendaciones**

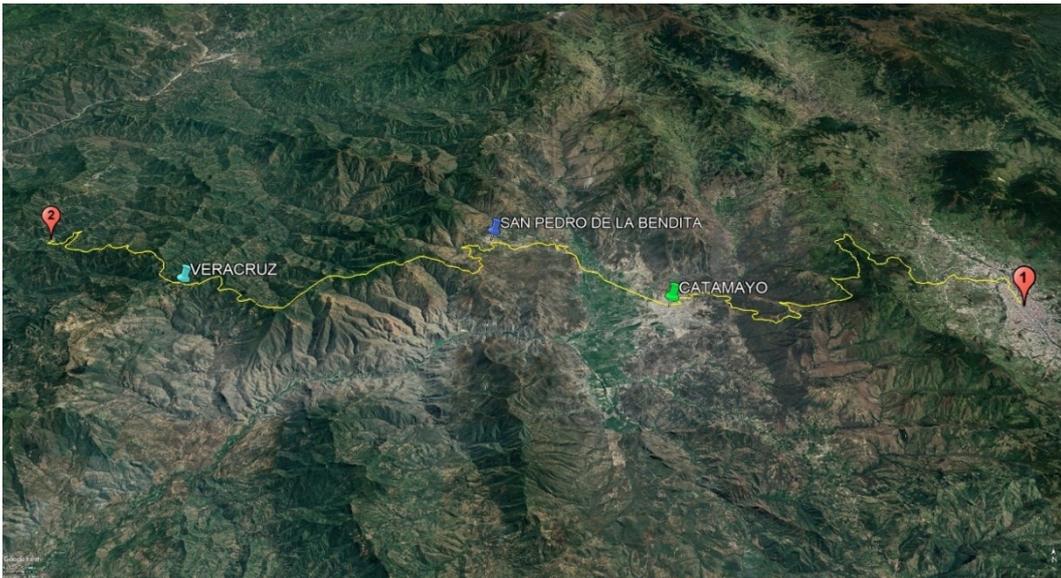
Llevar ropa cómoda.

Llevar calzado deportivo para caminar.

Llevar ropa para piscina.

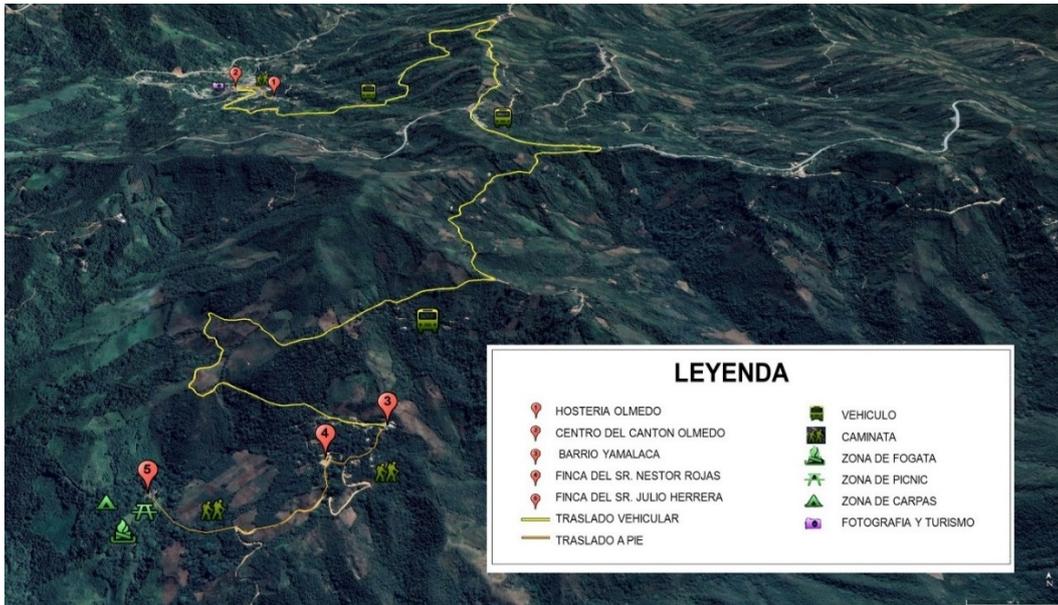
Llevar repelente.

A continuación, se presentan 4 mapas en los cuales se detallan los lugares a visitarse y las actividades a realizarse durante la ejecución de este paquete, el primer mapa muestra el traslado desde la ciudad de Loja punto de partida hasta Olmedo, pasando por Catamayo, San Pedro de la Bendita, y Veracruz, un recorrido de 94 km, aproximadamente 2 horas.



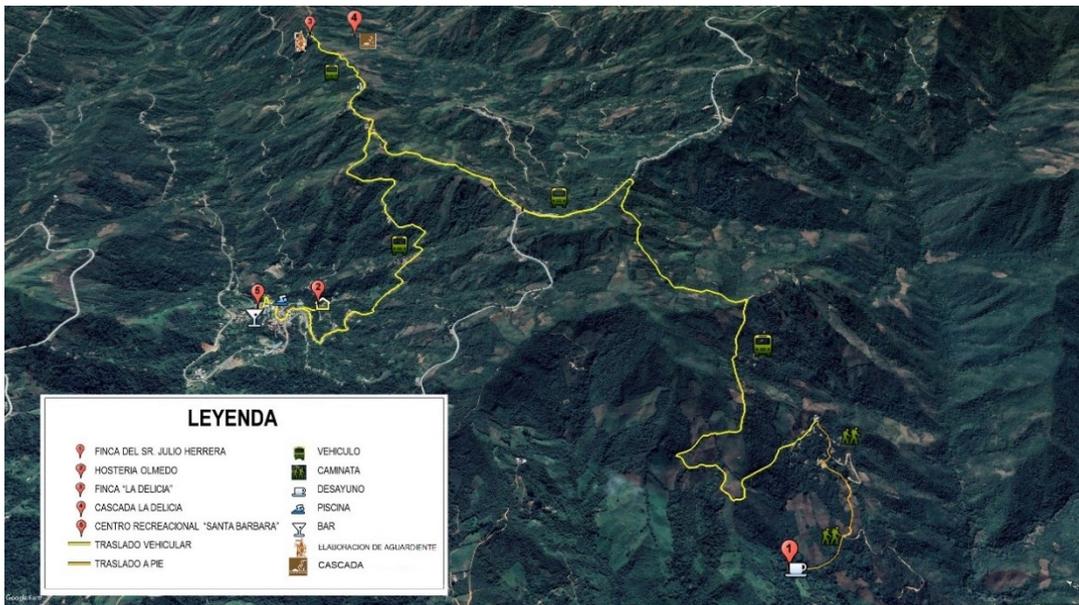
**Figura 2.** Mapa de traslado de la ciudad de Loja a Olmedo.

Seguidamente se muestra el mapa del itinerario del día 1, en el que se muestra los lugares a visitarse desde la Hostería Olmedo, centro de Olmedo, y fincas, en un recorrido de aproximadamente 9 km, así mismo las actividades a realizarse son caminata, fotografía, fogata, y campamento.



**Figura 3.** Mapa del itinerario día 1

Así mismo se presenta el mapa para el itinerario del día 2 donde el punto de partida es la finca del señor Julio Herrera, y de ahí la vista a la elaboración del aguardiente, cascada La Delicia, centro recreacional Santa Bárbara, en un recorrido de aproximadamente 12 km, y actividades como caminata, degustación de comida típica y diversión.



**Figura 4.** Mapa del itinerario día 2

Finalmente se muestra el mapa del itinerario para el día 3, los lugares a visitarse son; Finca Papá Café, cerro Santa Bárbara, artesanías y la elaboración de dulces de maní, en un recorrido de aproximadamente 15 km.



**Figura 5.** Mapa itinerario día 3

A continuación, se realiza el presupuesto que se necesita para la ejecución del paquete, calculando los gastos individuales con la condición de mínimo 4pax y los gastos grupales con la condición mínima de 20pax, permitiéndonos obtener el valor del paquete individual de 160.00 dólares y de 135.00 dólares para grupos.

**Tabla 38.** Tabla de presupuesto para paquete turístico

Gastos	Descripción	Costos por pax	
		Min. 4	Min. 20
Alojamiento	Incluido 2 comidas cena y desayuno	50	50
Comida	3 comidas	12	12
Finca agraria Yamalaca	Incluido 2 comidas cena y desayuno	10	10
Finca alambique	Incluido almuerzo	6	6
Finca Néstor rojas	Incluido Coffe break	4	4
Carpas	Alquiler de carpas para acampar	7	7
Centro recreacional Santa Bárbara	Pago de entrada	2	2
Papa café	Ingreso	3	3
Tejido de alforjas	Ingreso	2	2
Dulces de maní: Silvia Espinoza	Ingreso y demostración	2	2
Transporte en bus	De Loja a Olmedo y de regreso	25	8.5
Trasporte en camioneta/ranchera	Movilización dentro del cantón	8	4
	<b>Subtotal</b>	131.00	110.50
	<b>Comisión del 20%</b>	26.20	22.10
	<b>Total</b>	<b>157.20</b>	<b>132.60</b>

### 6.2.5.2.City Tour

**Tabla 39.** Datos generales del City Tour

<b>Nombre</b>	Olmedo con aroma a café y sabor a caña
<b>Modalidad</b>	Turismo rural

<b>Mercado objetivo</b>	Personas de 40 a 60 años, provenientes principalmente de la ciudad de Loja, que están dispuestos a visitar el cantón para realizar actividades relacionadas con la ruralidad.
<b>Tiempo de duración</b>	9 horas
<b>Precio</b>	Individual 39.60 mínimo 4 personas Grupal 23.19 máximo 15 personas
<b>Grado de dificultad</b>	Medio
<b>Incluye</b>	Ingreso a los diferentes lugares Transporte interno. Trasporte Loja-Olmedo y viceversa Almuerzo. Coffe break

**Tabla 40. Itinerario del City Tour**

<b>Hora</b>	<b>Lugar</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>
10h00	Monumento al cafetalero	- Historia del monumento	15 minutos
10h15	Emprendimiento de dulces	- Proceso de elaboración de derivados del maní y la panela - Compra de dulces	1 hora, 15 minutos
11h30	Parque central	- Historia histórica del cantón Olmedo	10 minutos
11h50	Iglesia Matriz	- Fotografía - Historia de la iglesia. - Recorrido	20 minutos
12h10	Almuerzo	- Fotografía - Degustación de un plato típico.	1 hora, 10 minutos
13h20	Artesanías en madera	- Observación del proceso de elaboración de artesanías en madera. - Posibilidad de comprar artesanías	40 minutos
14h00	Cerro Santa Bárbara	- Ascenso al cerro. - Leyenda del cerro encantado. - Observación del paisaje. - Fotografía.	25 minutos
14h25	Centro recreacional Santa Bárbara	- Uso de sus instalaciones.	1 hora, 35 minutos
16h00	Cafetería Papá Café	- Recorrido por sus espacios. - Aprenderemos sobre el café y su importancia en el cantón - Coffe break	1 hora
17h30	Cafetería Papá Café	- Salida hasta la ciudad de Loja	2 horas

A continuación, se muestra el área delimitada donde se desarrollará el City tour, indicando los lugares a visitar.

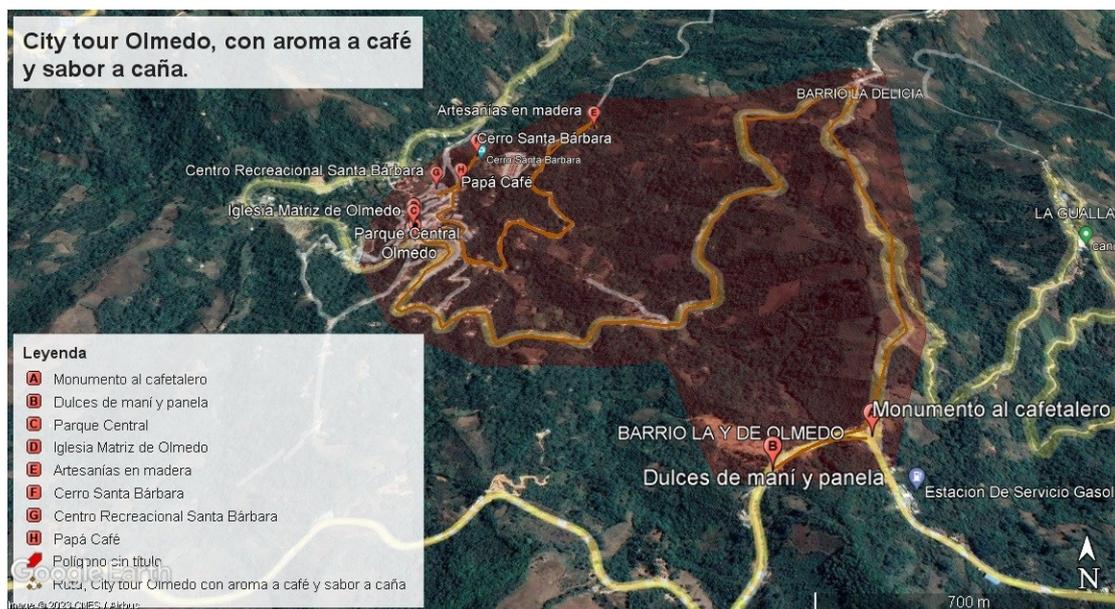


Figura 6. Mapa City tour Olmedo con aroma a café y sabor a caña

Tabla 41. Presupuesto

Gastos	Descripción	Costos por pax	
		Individual min 4	Grupos max 15
Almuerzo	1 comida	3	3
Centro recreacional Santa Bárbara	Pago de entrada	2	2
Papa café	Ingreso, Coffe break	3	3
Artesanías Benigno Carrión	Ingreso y demostración	1	1
Dulces de maní:	Ingreso y demostración	1	1
Transporte en bus	De Loja a Olmedo y de regreso	20	8
Trasporte en camioneta/ranchera	Movilización dentro del cantón	3	1.33
	<b>Subtotal</b>	<b>33.00</b>	<b>19.33</b>
	<b>Comisión del 20%</b>	<b>6.60</b>	<b>3.86</b>
	<b>Total</b>	<b>39.60</b>	<b>23.19</b>

### 6.3. Modelo de gestión para la propuesta de productos con identidad territorial del cantón Olmedo, provincia de Loja.

#### 6.3.1. Plan de acción

En este apartado se describe los objetivos, líneas estratégicas, actividades, actores involucrados y presupuesto que se necesitará para poner en marcha la propuesta, además su respectivo cronograma.

##### 6.3.1.1. Objetivos

- Gestionar la actividad turística dentro del cantón de forma participativa con los actores claves

- Brindar las técnicas y las herramientas necesarias para mejorar las habilidades de los emprendedores, fortaleciendo sus potencialidades agrícolas, artesanales y gastronómicas.
- Promocionar el agroturismo de cantón Olmedo a nivel provincial y nacional mediante un plan de marketing turístico.

#### **6.3.1.2.Líneas estratégicas y presupuesto**

En base al diagnóstico y análisis FODA realizado en los objetivos anteriores, se propone las líneas estratégicas y el presupuesto necesario para poner en marcha la propuesta, el presupuesto inicial es de 83.700,00 dólares, sin embargo, cuando vaya a cumplirse se debe realizar los estudios respectivos para cada una de las actividades.

**Tabla 42. Líneas estratégicas y presupuesto**

<b>Objetivo 1:</b> Gestionar la actividad turística dentro del cantón de forma participativa.				
<b>Línea estratégica 1:</b> Participación ciudadana				
<b>Actividad</b>	<b>Responsables e involucrados</b>	<b>Requerimiento</b>	<b>Duración</b>	<b>Presupuesto</b>
Mantener las reuniones que existen dentro de la pre asociación de emprendedores turísticos.	Pre asociación Municipio.	Determinar una directiva anual. Incrementar el número de participantes. Ser participativos en los proyectos	Se realizará mensualmente	000,00
Capacitar a los actores claves sobre temas de planificación y gestión turística	Municipio. Universidades	Establecer las temáticas a tratarse. Definir el lugar de las reuniones. Convocar a los asistentes Realizar la capacitación.	Un mes hasta su cumplimiento	50,00
Dictar cursos para formación de guías locales.	Municipio	Contratar un capacitador. Definir el espacio para el curso. Preparar los equipos y materiales a utilizarse. Convocar a la ciudadanía.	3 meses de duración	1.000,00
<b>Línea estratégica 2:</b> Facilidades turística				
Adecuar senderos que llevan a los diferentes puntos de visita	Municipio Emprendedores Pre-asociación	Identificar los puntos donde se necesitan senderos. Realizar mingas para la adecuación y realización de los senderos.	3 meses la adecuación de los senderos.	000,00
Colocar señalética turística a nivel cantonal.	Universidades. Municipio.	Levantar información para la implementación de señalética turística en el cantón. Adquirir la señalética necesaria.	7 meses para cumplir con la señalización.	30.000,00
Establecer 2 miradores	Municipio	Determinar los mejores lugares para la construcción de miradores. Adquirir los materiales necesarios para su construcción Construir los miradores	6 meses para tener listo los miradores	10.000,00
Crear un campamento turístico.	Municipio	Determinar el lugar. Adquirir los materiales necesarios. Adecuar el espacio para el campamento.	6 meses para tener listo el campamento	15.000,00
<b>Línea estratégica 3:</b> Infraestructura turística				

Dar mantenimiento a las vías de acceso a los diferentes PIT	Municipio.	Dar prioridad a las vías que se utilizan para llegar a los PIT	Mantenimiento cada 6 meses	500,00
Equipar y adecuar los lugares donde se ofrecen los PIT	Municipio. Pre-asociación Emprendedores.	Presentar un plan de mejoras para cada lugar donde se ofrecen los PIT. Apoyar con material y maquinaria si es necesario. Realizar las adecuaciones presentadas.	6 meses para cumplir el plan de mejoras	7.500,00
Realizar el registro en el Ministerio de Turismo de los establecimientos de alimentación y alojamiento	Emprendedores turísticos Municipio	Cumplir con los requisitos del Ministerio de Turismo Realizar los trámites respectivos	6 meses hasta su registro	1.200,00
Establecer una oficina de información turística y venta de productos del cantón.	Municipio	Determinar el espacio para la oficina. Asignar un trabajador.	4 meses hasta su adecuación.	1.000,00
<b>Objetivo 2:</b> Brindar las técnicas y las herramientas necesarias para mejorar las habilidades de los emprendedores, fortaleciendo sus potencialidades agrícolas, artesanales y gastronómicas.				
<b>Línea estratégica 4:</b> Valorización y rescate de costumbres y tradiciones.				
<b>Actividad</b>	<b>Responsables e involucrados</b>	<b>Requerimiento</b>	<b>Duración</b>	<b>Presupuesto</b>
Brindar charlas sobre la importancia de conservar la identidad territorial.	Universidades	Definir los temas a tratarse. Definir el espacio para la capacitación Convocar a la charla	1 mes hasta su ejecución	50,00
Dar talleres a los jóvenes para enseñar las técnicas ancestrales que guardan las personas adultas mayores	Municipio Personas que ofertan los PIT	Establecer un cronograma para las diferentes temáticas. Adecuar los espacios para los talleres. Convocar a los talleres	2 meses	100,00
Fortalecer las ferias que se realizan cada domingo.	Municipio.	Identificar e invitar a productores, artesanos, y emprendedores a participar de la feria Determinar un lugar exclusivo para la feria. Realizar concursos que llamen la atención de los participantes. Promocionar la feria a nivel provincial.	Continuamente	200,00
<b>Línea estratégica 5:</b> Capacitación turística a los diferentes actores claves del turismo en el cantón				
Capacitar sobre reglamentación turística vigente en Ecuador a los emprendedores turísticos.	Municipio	Definir el lugar para las capacitaciones. Establecer un cronograma. Preparar los materiales	1 mes hasta su ejecución.	50,00

		Contratar un capacitador.		
Capacitar a los productores agrícolas sobre nuevas técnicas de cultivos y manejo de suelos.	Municipio Agricultores	Definir el lugar para las capacitaciones. Establecer un cronograma. Preparar los materiales Contratar un capacitador. Convocar a la capacitación	1 mes hasta su ejecución.	50,00
Capacitar sobre manejo de alimentos para establecimientos que brinden este servicio.	Municipio	Definir el lugar para las capacitaciones. Establecer un cronograma. Preparar los materiales Contratar un capacitador. Convocar a la capacitación.	1 mes hasta su ejecución.	50,00
Capacitar sobre atención al cliente.	Municipio.	Definir el lugar para las capacitaciones. Establecer un cronograma. Preparar los materiales Contratar un capacitador. Convocar a la capacitación.	1 mes hasta su ejecución.	50,00
Capacitar sobre manejos de redes sociales para publicidad de sus emprendimientos.	Municipio	Definir el lugar para las capacitaciones. Establecer un cronograma. Preparar los materiales Contratar un capacitador. Convocar a dueños de los diferentes emprendimientos.	1 mes hasta su ejecución.	50,00
<b>Objetivo 3:</b> Promocionar y posicionar el agroturismo del cantón Olmedo a nivel local, provincial y nacional.				
<b>Línea estratégica 6:</b> Ventaja competitiva				
<b>Actividad</b>	<b>Responsables e involucrados</b>	<b>Requerimiento</b>	<b>Duración</b>	<b>Presupuesto</b>
Realizar un análisis de oferta de productos turísticos similares.	Municipio	Realizar visitas técnicas a diferentes municipios. Realizar salidas con los emprendedores del cantón para que conozcan la realidad de otros lugares	2 meses.	3.000,00
Realizar una reseña de cada uno de los atractivos y PIT que posee el cantón	Municipio Universidades	Levantar información histórica de cada uno de los PIT.	2 meses	000,00











### **6.3.2. Definir un órgano gestor**

Durante el taller mencionado anteriormente se sugirió que quien se haga cargo sea una persona particular, un emprendedor del cantón que conozca la realidad en la que se encuentra la actividad turística, y tenga los conocimientos necesarios para ejecutar esta propuesta, debido a que las autoridades municipales son cambiantes. Es importante mencionar que en el cantón actualmente existe una pre-asociación de emprendedores turísticos dirigidos por la actual técnica de turismo del GAD municipal, estos emprendedores continuamente mantienen reuniones para hablar de las necesidades y desarrollo del turismo en el cantón.

Tomando en cuenta estas premisas se ha considerado que el órgano gestor debe estar integrado tanto por el sector privado y sector público, sobre todo en el cantón Olmedo donde es reciente el tema de turismo, es así que se ha determinado que lo más adecuado para desarrollar esta propuesta sería la alianza de la unidad de turismo del GAD municipal del cantón y la pre-asociación de emprendedores turísticos existente, mientras esta asociación se forme jurídicamente y quede al frente de esta propuesta.

### **6.3.3. Soporte jurídico**

Para dar validez a la propuesta de alianza entre la unidad de turismo del GAD municipal del cantón Olmedo y la pre-asociación de emprendedores turísticos es necesario una ordenanza emitida por el municipio misma que se puede realizar considerando que:

- El artículo 238 de la Constitución de la República del Ecuador garantiza a los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales el goce de autonomía política, administrativa y financiera, regidos por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana.
- Art. 5 del Código Orgánico de Organización Territorial, autonomía y Descentralización COOTAD otorga la autonomía administrativa que consiste en el pleno ejercicio de la facultad de organización y de gestión de sus talentos humanos y recursos materiales para el ejercicio de sus competencias y cumplimiento de sus atribuciones, en forma directa o delegada, conforme a lo previsto en la Constitución y la ley.

### **6.3.4. Estructura organizacional**

A continuación, se presenta una propuesta de la estructura organizacional que podría tener la alianza entre los emprendedores turísticos y la unidad de turismo.

#### **6.3.4.1. Misión**

Ofrecer a los turistas locales, nacionales y extranjeros opciones de turismo rural en el cantón Olmedo, con actividades agrícolas, artesanales, gastronómicas y agroindustriales en las

que el turista viva una experiencia diferente al turismo convencional, beneficiando así también a los habitantes del cantón.

#### **6.3.4.2. Visión**

Ser reconocidos dentro de 5 años como un referente del turismo rural en la provincia de Loja y región sur del país, convirtiendo al cantón Olmedo en un destino que ofrece agroturismo sostenible de calidad, capaz de aportar significativamente al desarrollo del mismo.

#### **6.3.4.3. Valores**

Los valores que regirán el funcionamiento de la presente organización son los siguientes:

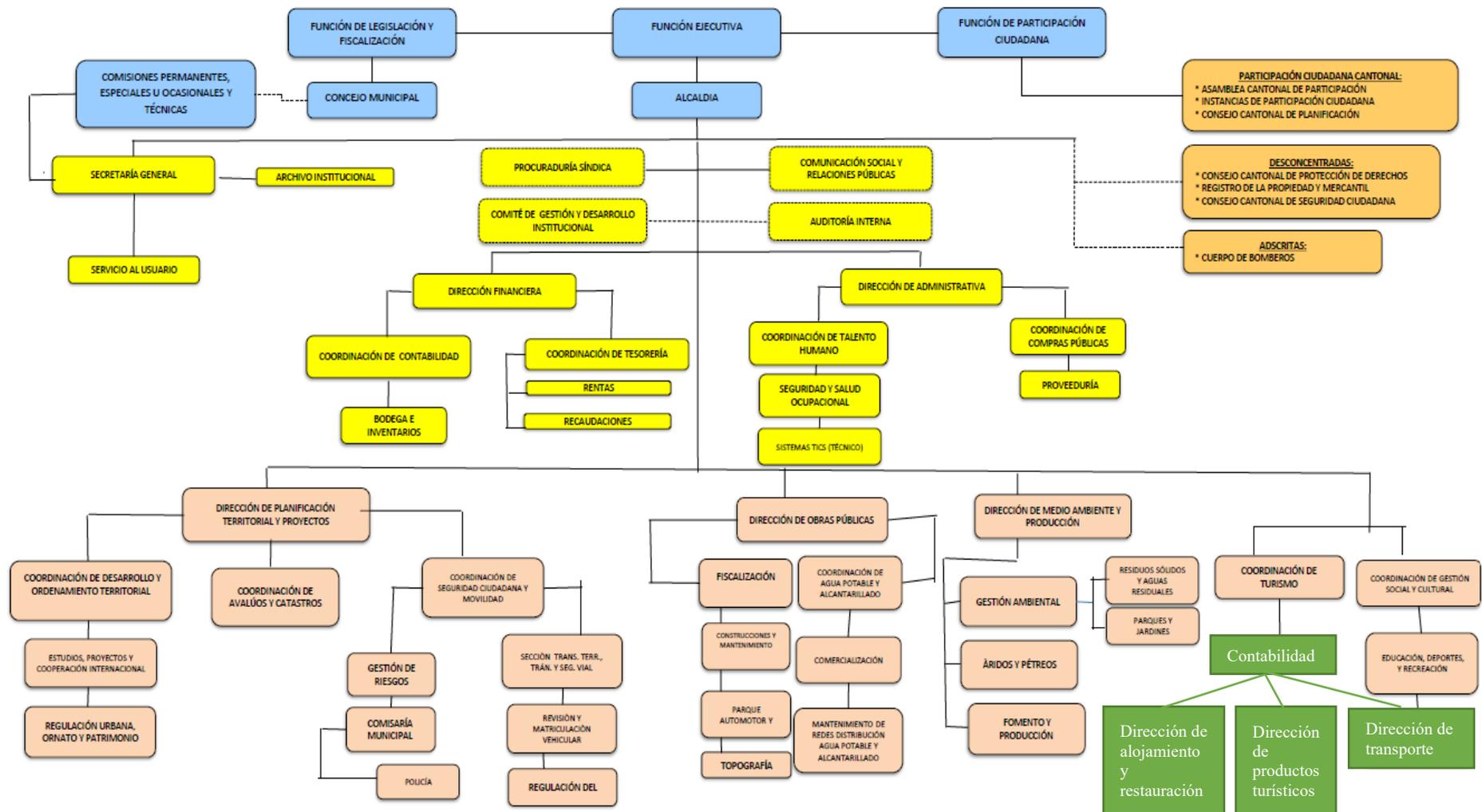
- Responsabilidad: Ser puntuales, cumplidos con las funciones que se les encomienda, eficaces y eficientes en su trabajo.
- Honestidad: Velar por el funcionamiento y crecimiento de la organización y ser leal a sus políticas y lineamientos.
- Solidaridad: Compañerismo entre los miembros de la organización, mantener y fomentar las condiciones necesarias para un buen ambiente de trabajo.

#### **6.3.4.4. Objetivos**

- Planificar la actividad turística dentro del cantón involucrando a todos los actores claves.
- Diseñar productos turísticos basados en el agroturismo y la sostenibilidad, manteniendo altos niveles de calidad.
- Promocionar el agroturismo de cantón Olmedo a nivel provincial y nacional.

#### **6.3.4.5. Organigrama estructural**

A continuación, se plantea un organigrama estructural de la alianza que se propone entre la unidad de turismo del GAD y la pre-asociación existente de acuerdo a las necesidades del cantón, teniendo en cuenta los aspectos en los cuales se debe trabajar con mayor esfuerzo, como: el departamento de turismo del GAD que está a cargo de la técnica de la unidad de turismo con el apoyo de un departamento de contabilidad, la restauración bajo la responsabilidad de un miembro de la asociación, dueño de un emprendimiento de alimentos y bebidas, a cargo de la dirección de alojamiento el propietario de la única empresa de alojamiento en el cantón, así mismo para el transporte, un representante de la cooperativa de taxis existente actualmente, y de la dirección de productos turísticos un profesional capacitado en turismo; mencionado esto, se propone el organigrama estructural adjunto al organigrama de GAD del Cantón Olmedo que se a continuación en la figura Nro. 27



**Nota:** El Organigrama estructural que se muestra en la imagen corresponde al del GAD del cantón Olmedo, con la estructura del órgano gestor adjunta a la coordinación de turismo.

**Figura 7.** Organigrama estructural para el órgano gestor.

#### **6.3.4.6. Manual de funciones para cada departamento**

Cada división del organigrama antes presentado tiene funciones diferentes de acuerdo a las necesidades de cada área, para evitar el cruce de funciones y determinar las responsabilidades de cada uno, a continuación, se presenta un manual de funciones:

##### **Departamento de turismo del GAD:**

###### **Perfil:**

- Título de tercer nivel en carreras de turismo.
- Conocimientos en dirección, planificación y control de la actividad turística.
- Habilidades para expresarse en público y relacionarse.

###### **Funciones:**

- Definir estrategias para el cumplimiento de los objetivos de la asociación.
- Determinar políticas organizacionales y de funcionamiento.
- Administrar y asignar el presupuesto a cada departamento.
- Coordinar actividades de capacitación a los miembros de la organización.
- Realizar alianzas con diferentes instituciones públicas y privadas.
- Asociar más emprendedores turísticos a la organización.
- Gestionar recursos económicos públicos y privados para la asociación.

##### **Contabilidad:**

###### **Perfil:**

- Título mínimo de tercer nivel en carrera de contabilidad.
- Habilidades para trabajar en equipo.

###### **Funciones:**

- Llevar las cuentas de pago a proveedores.
- Manejar roles de pago de los directivos de la organización.
- Realizar los estados financieros.
- Realizar las declaraciones al SRI que correspondan.

##### **Dirección de alojamiento y restauración:**

###### **Perfil:**

- Experiencia en el área de alimentos y bebidas (mínimo 1 año)
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Habilidades para expresarse en público y relacionarse.

###### **Funciones:**

- Asesorar a los diferentes establecimientos de alojamiento y restauración en cuanto a legalización turística.

- Proporcionar capacitaciones constantes en calidad de servicios y atención al cliente.
- Realizar convenios entre establecimientos de alojamiento y restauración para fijar precios justos.

**Dirección de productos turísticos:**

**Perfil:**

- Experiencia en diseño y creación de productos turísticos (mínimo 1 año)
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Habilidades para expresarse en público y relacionarse

**Funciones:**

- Realizar inventario de emprendimientos y fincas con potencial turístico.
- Diseñar diferentes tipos de productos turísticos dentro del cantón.
- Definir estrategias de marketing y comercialización.

**Dirección de transporte:**

**Perfil:**

- Experiencia en la administración y dirección de transporte turístico (mínimo 1 año)
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Habilidades para expresarse en público y relacionarse

**Funciones:**

- Realizar convenios entre cooperativa de taxis y dueños de transporte para fijar precios justos.
- Capacitar a los transportistas en lo relacionado a calidad de servicio.
- Asesorar a los dueños de transporte en lo referente a la legalización y necesidad de transporte turístico del cantón.

## 7. Discusión

La presente investigación empieza con la priorización de 22 productos con identidad territorial, entre artesanías, gastronomía, productos agrícolas y agroindustriales que poseen valor por su tradición e historia relacionada con su identidad, de igual manera se logró identificar 13 lugares donde se ofertan estos productos con las condiciones mínimas para recibir turistas, corroborando con Blanco, (n.d) quien menciona que los PIT son parte del patrimonio de los territorios rurales– son apreciados tanto por su valor turístico como comercial y por su potencial para desencadenar procesos de desarrollo económico con enfoque territorial, donde se benefician pequeños productores y otros oferentes de servicios, y Soto (2006) que define a la identidad como aquello que nos diferencia de otros, tanto en el ámbito individual como colectivo, supone la conciencia de pertenencia a un grupo determinado y una simbología propia que reclama ser reconocida, protegida y promovida.

Por otro lado se identificaron 17 personajes relacionados al turismo entre representantes del GAD Municipal, transporte, alojamiento, restauración, agricultura y emprendimientos del cantón, quienes en un buen porcentaje fueron parte fundamental con sus ideas, experiencia y colaboración para realizar la presente propuesta de agroturismo, comprobando así lo que dice CONAGUA-MEXICO (n.d) que los actores clave son aquellos sujetos cuya participación es indispensable y precisa para el logro del propósitos, objetivos y metas de un proyecto, tienen el poder, la capacidad y los medios para decidir e influir en campos vitales que determinan el desarrollo del proyecto.

Así mismo, un paquete turístico y un City tour, son productos turísticos que permiten la integración de los PIT con los recursos turísticos del cantón, propiciando la diversificación de las actividades económicas y el desarrollo de habilidades para trabajar mancomunadamente entre los diferentes actores, verificando con Boullón (2003), que menciona que el producto turístico es complejo y está formado por la oferta turística, integrada, a su vez, por los servicios que proporcionan los elementos de la planta turística y por algunos capitales no turísticos. Y con Riveros & Blanco, (n.d.) quien expresa que el agroturismo constituye la integración de actividades turísticas en medios rurales, agrícolas, y agroindustriales, donde se pueden desarrollar emprendimientos que beneficiaran no solo a su propietario sino también al resto de la comunidad, ya que se generan fuentes de empleo y más oportunidades para permanecer en su lugar de origen sin tener que emigrar

En cuanto a la metodología utilizada en el presente trabajo propuesta por el ICCA de Valorización Turística de Productos con Identidad Territorial; “Guía para el diseño de productos agro-turísticos y orientaciones para su implementación”, permitió realizar de forma

completa el presente trabajo, desde el diagnóstico, la elaboración de la propuesta, hasta el diseño de un modelo de gestión, es una metodología bastante didáctica, que te brinda los instrumentos necesarios para realizar la investigación, desde fichas prediseñadas, modelos de encuestas, hasta modelos de gestión, sin embargo cada territorio debe adaptarla conforme a sus necesidades, es por ello que fue pertinente la adaptación de la metodología para un modelo de gestión de Ordoñez, (2023) en el cual se desarrolla un plan de acción donde se establecen actividades, tiempos y presupuesto para el cumplimiento de la propuesta.

La encuesta, dividida en dos secciones; datos generales del encuestado y aspectos de la visita, permitió determinar el perfil del turista que visitaría el cantón Olmedo, y las actividades que estaría dispuesto a realizar en su viaje, Mathison y Wall (1982) afirman que la demanda turística es el “conjunto total de personas que viajan o desean viajar para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y residencia habitual”. Con la encuesta podemos confirmar que existe una demanda interesada en realizar actividades relacionadas con agro-turismo en el cantón Olmedo.

Los destinos turísticos deben planificarse, evaluar métodos y planear estrategias, que permitan su desarrollo, para ello se realizó un análisis FODA en cual se determinó que se debe realizar capacitaciones en cuanto a turismo a todos los actores involucrados, dotar de señalética a los atractivos, mejorar la accesibilidad, continuar realizando investigación turística en el cantón, mantener y fortalecer las relaciones institucionales y la más importante empoderar a los actores turísticos sobre la actividad agroturística.

Con referencia a las preguntas de investigación planteadas al iniciar el presente trabajo en donde la principal pregunta dice; ¿Qué alternativas ayudaran a desarrollar el agro-turismo en el Cantón Olmedo, Provincia de Loja? Se analizó la metodología propuesta por el ICCA “Guía para el diseño de productos agro-turísticos y orientaciones para su implementación”, y se dedujo que el realizar una propuesta de agro-turismo, en la que se tomen en cuenta productos que mantienen identidad con el territorio, le daría al cantón un plus adicional para competir en el mercado turístico, desarrollando el agroturismo. En lo referente a la primera pregunta específica que menciona; ¿Cuál es la situación actual del Cantón Olmedo respecto al agroturismo relacionado con el turismo? podemos asegurar que el cantón posee los recursos necesarios para convertirse un destino agroturístico de calidad, ya que existe la pre disposición de autoridades, comunidad, y emprendedores de trabajar de forma conjunta en el desarrollo y fomento del agroturismo, siempre y cuando se realice una buena planificación territorial del turismo en el cantón. En cuanto a la segunda pregunta que plantea lo siguiente; ¿Cómo podemos contribuir al desarrollo del agroturismo en el cantón Olmedo? se puede decir que, con el

planteamiento y diseño de productos agroturísticos como rutas, City tours y paquetes turísticos en los cuales se ofrezca los PIT y atractivos del cantón se estará contribuyendo directamente al desarrollo del agroturismo. Finalmente ¿Cuál es el modelo de gestión para que se desarrolle el agroturismo en Olmedo?, para que un proyecto de agroturismo se ponga en ejecución es necesaria la participación de todos los actores, públicos, privados, comunidad local y turistas ya que requiere de un esfuerzo conjunto, para ello se estableció un plan de acción, cronograma, un órgano gestor, un soporte jurídico y una estructura organizacional.

## 8. Conclusiones

- Con el diagnóstico realizado en relación al agroturismo del cantón Olmedo, se logró identificar un total de 25 PIT entre artesanías, productos agrícolas, gastronomía y productos agroindustriales, 6 atractivos turísticos complementarios, tanto naturales como culturales, 15 lugares donde se ofertan los PIT, 5 agropecuarios, 4 agroindustriales, 4 artesanales y 2 gastronómicos, concluyendo que el cantón posee los elementos necesarios para realizar actividades agroturísticas.
- De acuerdo a la encuesta realizada para el análisis de la demanda se estableció un público objetivo provenientes de las ciudades de Quito y Loja, de 18 a 41 años de edad, donde la mayoría trabajan en el sector privado con ingresos mensuales de 0 a 400 dólares, que están dispuestos a visitar el cantón Olmedo para realizar actividades como: observación de flora y fauna, cabalgatas, senderismo, degustación de comida típica, elaboración de artesanías, observación de procesamientos agroindustriales y prácticas tradicionales de cultivos.
- Con el análisis interno realizado al territorio se pudo determinar que, el cantón tiene puntos débiles en los cuales debe trabajar como la adecuación turística de los lugares donde se encuentran los PIT, la falta de señalización y adecuación de espacios, poca infraestructura turística, misma que no se encuentra registrada en el Ministerio de Turismo, escasa oferta de productos turísticos basada en los PIT y poca cultura turística en la población.
- La creación de un paquete turístico “Olmedo en los ojos del mundo con encanto, emprendimiento, sabor y tradición” y un City tour “Olmedo con aroma a café y sabor a caña”, influyen de manera positiva en la integración de los actores claves y la valorización de los PIT, que contribuirán a la oferta turística del cantón.
- El modelo de gestión favorece la estructura y organización de las actividades a través de un plan de acción, en el que se plantea líneas estratégicas, direccionadas a contribuir de manera positiva en el cumplimiento de la propuesta presentada, además el definir un órgano gestor, dar el soporte jurídico y una estructura organizacional, permite aprovechar los recursos humanos y económicos de manera acertada.

## **9. Recomendaciones**

- Se recomienda a los actores del turismo del cantón empoderarse de la actividad turística que se está realizando, para que se sean partícipes de la misma, y se beneficien de los proyectos que realiza el municipio.
- A la Universidad Nacional de Loja, específicamente a la carrera de turismo crear espacios de conversación para analizar cuáles son las problemáticas de cada territorio y establecer estrategias de cooperación desde la academia.
- Se recomienda al GAD municipal del cantón Olmedo designar el presupuesto y el contingente humano y material necesario a la unidad de turismo para que pueda cumplir con las actividades establecidas

## 10. Bibliografía

- Álvarez Cepero, K., Muñoz González, R., & Machado Chaviano, E. L. (2017). Relaciones entre los actores públicos y privado individual del alojamiento turístico en Santa Clara. *Teoría y Praxis*, 13(23), 71–91. <https://doi.org/10.22403/uqroomx/typ23/03>
- Balmaceda Murillo, L. A. (2006). Universidad Nacional Agraria Facultad De Desarrollo Rural Planificación De Fincas.
- Blanco, M. (n.d.). Valorización turística de productos con identidad territorial. <http://www.iica.int>
- Boletín, E. (n.d.). El proceso de producción agrícola (Vol. 77).
- Carrera Sánchez, K., Cevallos Punguil, T., Mármol, E. R., & Manosalvas, L. (2014). Programas didácticos agroproductivos, como modelo de agroturismo para el desarrollo rural del cantón Santa Clara, Pastaza-Ecuador Agroproductive educational programs, such as agritourism model for rural development in the cantón Santa Clara, Pastaza-Ecuador. *Centro Agrícola*, 41(4), 51–56.
- De la Colina, J. M. (n.d.). oferta turística.
- Esteban, S., & Llano, P. (n.d.). Ensayo sobre el Concepto de Comunidad. <http://www.identidadcolectiva.es/pdf/52.pdf>
- Gisella Párraga M. (2016). Análisis situacional del agroturismo en el cantón Salitre provincia del Guayas – Ecuador. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 20.
- González Mantilla, P., & Neri, L. (2015). El ecoturismo como alternativa sostenible para proteger el bosque seco tropical peruano: El caso de Proyecto Hualtaco, Tumbes. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1437–1449. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.100>
- Henche, B. G. (2005). *Cuadernos de Turismo*. 15, 113–133.
- INEC. (2010). Resultados del censo 2010, fascículo de la provincia de Loja.
- Lourdes, M., Rigol, M., Coautores, M., Reyner, C., Campdesuñer, P., Marcia, D. C., Noda Hernández, E., Jorge, C., & Ferrer, G. (2009). TITLE: Conceptualization of tourist demand.
- Martínez Quintana, V. (2017). El turismo de naturaleza: Un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193(785). <https://doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Mercedes, D., & Cathcart, C. (n.d.). El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-histórico-cultural y lingüístico.
- Morillo, M. (2011). producto turístico. *Visión Gerencial*, 135–158.
- Municipio de Olmedo. (n.d.). Datos generales del Cantón.
- Ordoñez. (2023). Modelo de gestión para optimizar los recursos turísticos en la parroquia San Carlos de las Minas, cantón Zamora, provincia Zamora Chinchipe.

PDyOT Olmedo. (2019). Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Olmedo. In plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Olmedo.

Riveros, H., & Blanco, ; M. (n.d.). El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural.

Rosa Naranjo Llupart, M., Pelegrín Naranjo, A., Ramón Marín Llaver, L., Pelegrín Entenza, N., Pelegrín Naranjo, L., & López González, Y. (2019). Modelos de gestión turística: mirada crítica desde diferentes perspectivas. RECUS, 4, 16–25.

Sector privado, denominación en vía de extinción. (2020, August 27). La República.

SEMARNAT. (n.d.). Planeación hidráulica en México.

Sobre, R., Desarrollo, S. U., Potencialidad, Y., Colombia, E. N., Cristina, L., Galindo, B., & Bravo, A. (n.d.). Adventure tourism: reflections about its development and potentiality in colombia 2. [www.unwto.org](http://www.unwto.org)].

Sosa, S., & Ramírez Pérez, S. L. (2020). Procedimiento para el diseño de productos agroturísticos. Universidad y Sociedad, 8(2), 166–182.

Szmulewicz E., P. G. V. , C. W. Ch. , K. (2012). Asociatividad y agroturismo Evaluación de las habilidades asociativas en redes de Agroturismo del sur de Chile. Estudios y Perspectivas En Turismo, 21(0327–5841).

Tanzi, V. (n.d.). *Revista de la cepa* 171 • agosto 2000 el papel del estado y la calidad del sector público • vito tanzi 7 agosto 2000 El papel del Estado y la calidad del sector público.

UNWTO. (n.d.). Glosario de términos de turismo.

## 11. Anexos

### Anexo 1. Entrevista para la identificación y caracterización de PIT

#### 1. Identificación del producto

1.1 Nombre común del producto:

---

1.2 Otros nombres dados al producto en el territorio o fuera de él:

---

#### 2. Vínculo del producto con el territorio

¿El producto se produce exclusivamente en el territorio?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

¿En cuáles otros lugares se produce?

---

¿Desde hace cuántos años se produce/elabora el producto en el territorio?

---

¿Cuál es el lugar geográfico al cual se asocia el nombre del producto?

---

¿Qué nivel de dependencia existe entre las particularidades del producto con respecto a la biodiversidad local: suelo, clima, insumos, cultura-saber hacer, ¿relación con otros PIT?

---

¿Existen imitaciones del producto?

No \_\_\_ Sí \_\_\_

¿Cuáles?

---

¿Existen acciones formales o informales dirigidas a reconocer la fama o tradición del producto? ¿Cuáles?

---

¿Cuál es el área cultivada del producto (ha)?

---

Si es un producto procesado ¿Cuál es el número de unidades empresariales y/o familiares dedicados a la elaboración del producto?

---

¿La oferta del producto es permanente o estacional?

\_\_\_\_\_ -Si es estacional ¿en qué época del año se concentra?

---

¿Quiénes son los principales productores/procesadores/cocineros, artesanos?

---

¿Cuál es el porcentaje aproximado de la población del territorio que participa en la producción, elaboración y comercialización del producto?

---

¿Cómo es la tecnología predominante en la producción/procesamiento? Casera (artesanal) \_\_\_\_\_ Semi – industrial \_\_\_\_\_ Ambas \_\_\_\_\_

¿Qué nivel de formalización predomina en las unidades empresariales dedicadas a la elaboración del producto? Baja \_\_\_\_\_ Medía \_\_\_\_\_ Alta \_\_\_\_\_

¿Existen algunas formas de organización de los productores del territorio? ¿Cuáles?

---

¿Quiénes son los principales consumidores del producto?

---

¿Es evidente el reconocimiento de los consumidores del producto como propio del territorio?

Sí \_\_\_ No \_\_\_ Explique:

---

¿La demanda del producto es permanente o más bien estacional?

---

### **5. Comercialización**

¿En qué forma se presenta el producto para su venta? (describa el empaque, tamaño y peso)

---

¿Quiénes comercializan el producto?

---

¿Cuál es el mercado del producto? Local \_\_\_ Regional \_\_\_ Nacional \_\_\_ Exportación \_\_\_

¿Cuál es el número aproximado de puntos de venta en el territorio?

---

¿Existe evidencia de que el producto es demandado fuera del territorio? Sí \_\_\_ No \_\_\_ ¿Por quién?

---

## Anexo 2. Criterios para calificación y priorización de PTL.

<b>Criterio</b>	<b>A favor</b>	<b>En contra</b>
<b>Vínculo con el territorio</b>	El PIT se produce exclusivamente en el territorio. Su nombre se asocia a la localidad donde es producido. Sus particularidades dependen en gran medida del saber hacer y biodiversidad local.	El producto es generado también en otros lugares o es fácilmente imitable en la medida que los insumos, el saber hacer y otras características se pueden encontrar en otros espacios.
<b>Antigüedad del saber hacer</b>	El PIT ha estado presente en el territorio durante un tiempo que ha permitido su asimilación a la historia local, hecho que se puede rastrear por su presencia en otras manifestaciones culturales; además, el saber hacer asociado a su producción es transmitido de generación en generación.	El producto es de aparición relativamente reciente o producto de alguna influencia externa. De hecho, su apropiación o identidad con el territorio es discutible y genera discrepancias entre los habitantes del territorio.
<b>Fama del producto</b>	El PIT y sus atributos diferenciadores son reconocidos dentro y fuera del territorio. Existen acciones formales e informales dirigidas a proteger dicha fama o tradición, así como voluntad política para promover su desarrollo.	El producto es conocido solo a nivel local, y reconocido con poca intensidad; por tanto, no existen iniciativas o voluntad política para su promoción y desarrollo.
<b>Posibilidades de contribuir al desarrollo de los pequeños productores rurales</b>	Alrededor del PIT existen principalmente pequeños y medianos productores rurales, en un número significativo con respecto a la población dedicada a dicha actividad en su sector, quienes demandan servicios de apoyo en materia de formalización, organización y asociatividad, gestión empresarial y desarrollo tecnológico, para incrementar productividad, mejorar calidad, articularse al mercado y diversificar sus ingresos	El producto es parte de la oferta de medianas y/o grandes empresas con presencia en el territorio, y la participación de los pequeños productores rurales es poco significativa, o ya cuentan con un nivel de organización suficiente que les permite contar con vínculos comerciales sólidos.
<b>Características de la demanda</b>	Existe evidencia de que el PIT es demandado en forma permanente en el mercado local, regional, nacional e incluso internacional. Así mismo, su valor como atractivo turístico empieza a estar presente en algunas experiencias. La comercialización es operada por otros actores y no hay equidad en el manejo de la información	El PIT es comercializado en pequeños volúmenes, generalmente solo en el mercado local y en forma más bien estacional. Su valor turístico actual y potencial es poco claro.

Fuente: Guía de valorización turística de productos con identidad territorial.

### Anexo 3. Fichas de calificación y priorización de PIT

#### Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 1

*Nombre del PIT: Café Categoría: Agropecuario Localización: Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca, El Porvenir*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio		X	15/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto	X		20/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda	X		10/10
<b>TOTAL</b>			<b>85/100</b>

#### Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 2

*Nombre del PIT: Maní Categoría: Agropecuario Localización: Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio		X	15/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto	X		15/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda	X		8/10
<b>TOTAL</b>			<b>78/100</b>

#### Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 3

*Nombre del PIT: Caña Categoría: Agropecuario Localización: Montehurco, Ramirespamba.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio		X	15/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto	X		15/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda	X		7/10
<b>TOTAL</b>			<b>77/100</b>

#### Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 4

*Nombre del PIT: Guineo jibaro Categoría: Agropecuario Localización: Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		20/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda		X	5/10
<b>TOTAL</b>			<b>75/100</b>

#### Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 5

*Nombre del PIT: Guineo seda Categoría: Agropecuario Localización: Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca. El Porvenir*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		20/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda	X		7/10
<b>TOTAL</b>			<b>77/100</b>

#### Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 6

*Nombre del PIT: Maíz tumbero Categoría: Agropecuario Localización: Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca. El Porvenir*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		20/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda	X		6/10
<b>TOTAL</b>			<b>76/100</b>

#### Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 7

*Nombre del PIT: Maíz perla Categoría: Agropecuario Localización: Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca. El Porvenir*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	

	A favor (>50%)	En contra (≤50%)	
Vínculo con el territorio	X		25/30
Antigüedad del saber hacer	X		25/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda		X	5/10
<b>TOTAL</b>			<b>75/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 8**

*Nombre del PIT: Fréjol Panamito Categoría: Agropecuario Localización: Yamalaca.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (≤50%)	
Vínculo con el territorio		X	10/30
Antigüedad del saber hacer	X		20/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda		X	5/10
<b>TOTAL</b>			<b>55/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 9**

*Nombre del PIT: Fréjol Pércala Categoría: Agropecuario Localización: Yamalaca.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (≤50%)	
Vínculo con el territorio		X	10/30
Antigüedad del saber hacer	X		20/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda		X	5/10
<b>TOTAL</b>			<b>55/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 10**

*Nombre del PIT: Fréjol mantequilla Categoría: Agropecuario Localización: Yamalaca.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (≤50%)	
Vínculo con el territorio		X	10/30
Antigüedad del saber hacer	X		20/30
Fama del producto	X		12/20

Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X	10/10
Características de la demanda	X	7/10
<b>TOTAL</b>		<b>59/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 11**

*Nombre del PIT: Fréjol cocacho Categoría: Agropecuario Localización: Yamalaca.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio		X	10/30
Antigüedad del saber hacer	X		20/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda		X	5/10
<b>TOTAL</b>			<b>55/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 12**

*Nombre del PIT: Tilapia roja Categoría: Agropecuario Localización: Olmedo, Ramirespamba.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio		X	5/30
Antigüedad del saber hacer		X	5/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		8/10
Características de la demanda		X	8/10
<b>TOTAL</b>			<b>36/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 13**

*Nombre del PIT: Tilapia negra Categoría: Agropecuario Localización: Olmedo, Ramirespamba.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio		X	5/30
Antigüedad del saber hacer		X	5/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		8/10
Características de la demanda	X		8/10
<b>TOTAL</b>			<b>36/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 14**

**Nombre del PIT:** Ganado doble propósito **Categoría:** Agropecuario **Localización:** Yamalaca

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio		X	15/30
Antigüedad del saber hacer		X	15/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		8/10
Características de la demanda	X		5/10
<b>TOTAL</b>			<b>53/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 15**

**Nombre del PIT:** Panela **Categoría:** Agroindustrial **Localización:** Olmedo, Montehurco.

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		25/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto	X		20/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda	X		10/10
<b>TOTAL</b>			<b>95/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 16**

**Nombre del PIT:** Jabón Negro **Categoría:** Agroindustrial **Localización:** Olmedo, El Ceibo.

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		30/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto	X		15/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		8/10
Características de la demanda	X		7/10
<b>TOTAL</b>			<b>90/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 17**

**Nombre del PIT:** El madrugador licor de hormigas **Categoría:** Agroindustrial **Localización:** Olmedo, Santa Barbara.

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	

Vínculo con el territorio	X	25/30
Antigüedad del saber hacer	X	5/30
Fama del producto	X	5/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X	5/10
Características de la demanda	X	5/10
<b>TOTAL</b>		<b>45/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 18**

*Nombre del PIT: Miel de abeja Categoría: Agroindustrial Localización: Olmedo, Ramirespamba, Yamalaca,*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		15/30
Antigüedad del saber hacer		X	15/30
Fama del producto	X		15/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda	X		10/10
<b>TOTAL</b>			<b>65/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 19**

*Nombre del PIT: Aguardiente de caña la Delicia Categoría: Agroindustrial Localización: Ramirespamba*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		30/30
Antigüedad del saber hacer		X	30/30
Fama del producto	X		15/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda		X	5/10
<b>TOTAL</b>			<b>90/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 20**

*Nombre del PIT: Sango Categoría: Gastronómico Localización: Olmedo*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		25/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10

Características de la demanda	X	7/10
<b>TOTAL</b>		<b>82/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 21**

*Nombre del PIT: Uña de pava Categoría: Gastronomía Localización: Olmedo*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		30/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto		X	5/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		8/10
Características de la demanda		X	3/10
<b>TOTAL</b>			<b>76/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 22**

*Nombre del PIT: Tamal de guineo Categoría: Gastronómico Localización: Olmedo.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		30/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto	X		13/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda	X		7/10
<b>TOTAL</b>			<b>90/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 23**

*Nombre del PIT: Repe de arveja con cuero Categoría: Gastronómico Localización: Olmedo.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		30/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto	X		15/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda	X		7/10
<b>TOTAL</b>			<b>92/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 24**

*Nombre del PIT: Chanfaina Categoría: Gastronómico Localización: Olmedo.*

Criterio	Características presentes en el PIT	Valor o peso

	<b>A favor (&gt;50%)</b>	<b>En contra (&lt;=50%)</b>	
Vínculo con el territorio	X		25/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto	X		15/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda	X		8/10
<b>TOTAL</b>			<b>88/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 25**

*Nombre del PIT: Pan de suelo Categoría: Gastronómico Localización: Olmedo*

<b>Criterio</b>	<b>Características presentes en el PIT</b>		<b>Valor o peso</b>
	<b>A favor (&gt;50%)</b>	<b>En contra (&lt;=50%)</b>	
Vínculo con el territorio	X		25/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda		X	5/10
<b>TOTAL</b>			<b>80/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 26**

*Nombre del PIT: Batea Categoría: Artesanías Localización: Olmedo, La Esperanza.*

<b>Criterio</b>	<b>Características presentes en el PIT</b>		<b>Valor o peso</b>
	<b>A favor (&gt;50%)</b>	<b>En contra (&lt;=50%)</b>	
Vínculo con el territorio	X		25/30
Antigüedad del saber hacer		X	20/30
Fama del producto	X		15/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales		X	8/10
Características de la demanda	X		7/10
<b>TOTAL</b>			<b>75/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 27**

*Nombre del PIT: Porrón Categoría: Artesanías Localización: Olmedo, La Esperanza*

<b>Criterio</b>	<b>Características presentes en el PIT</b>		<b>Valor o peso</b>
	<b>A favor (&gt;50%)</b>	<b>En contra (&lt;=50%)</b>	
Vínculo con el territorio	X		30/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto	X		15/20

Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X	6/10
Características de la demanda	X	5/10
<b>TOTAL</b>		<b>86/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 28**

*Nombre del PIT: Mortero Categoría: Artesanías Localización: Olmedo, La Esperanza*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		25/30
Antigüedad del saber hacer	X		20/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		6/10
Características de la demanda		X	5/10
<b>TOTAL</b>			<b>66/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 29**

*Nombre del PIT: Vino de café Categoría: Agroindustrial Localización: Olmedo Santa Bárbara*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		25/30
Antigüedad del saber hacer		X	15/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		8/10
Características de la demanda		X	5/10
<b>TOTAL</b>			<b>68/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 30**

*Nombre del PIT: Bocado de café Categoría: Agroindustrial Localización: Olmedo, La Esperanza*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		25/30
Antigüedad del saber hacer	X		20/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda	X		8/10
<b>TOTAL</b>			<b>78/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 31**

*Nombre del PIT: Bocado Categoría: Agroindustrial Localización: Loma Redonda.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		30/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto	X		18/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda	X		10/10
<b>TOTAL</b>			<b>98/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 32**

*Nombre del PIT: Huevo de Faldiguera Categoría: Agroindustrial Localización: Loma Redonda.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		30/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto	X		18/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda	X		8/10
<b>TOTAL</b>			<b>96/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 33**

*Nombre del PIT: Garrapiñada Categoría: Agroindustrial Localización: Loma Redonda.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		30/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto	X		18/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda	X		8/10
<b>TOTAL</b>			<b>96/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 34**

*Nombre del PIT: Alforjas tejidas Categoría: Artesanal Localización: La Cidra.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		20/30

Antigüedad del saber hacer	X	30/30
Fama del producto	X	15/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X	10/10
Características de la demanda	X	8/10
<b>TOTAL</b>		<b>83/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 35**

*Nombre del PIT: Árguinás Categoría: Artesanal Localización: La Delicia*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		30/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto	X		10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales		X	10/10
Características de la demanda	X		6/10
<b>TOTAL</b>			<b>86/100</b>

**Ficha de criterios para la calificación y priorización del PIT N.º 36**

*Nombre del PIT: Aventadores Categoría: Artesanal Localización: Loma Redonda.*

Criterio	Características presentes en el PIT		Valor o peso
	A favor (>50%)	En contra (<=50%)	
Vínculo con el territorio	X		25/30
Antigüedad del saber hacer	X		30/30
Fama del producto		X	10/20
Posibilidades de contribuir al desarrollo de los productores rurales	X		10/10
Características de la demanda		X	5/10
<b>TOTAL</b>			<b>80/100</b>

#### Anexo 4. Ficha para análisis de la oferta de PIT

Lugar: _____																																				
Fecha: ____ / ____ / ____																																				
Nombre del encuestador: _____																																				
Cuestionario N.º: _____																																				
<b>I. Datos generales:</b>																																				
1.1 Nombre de la Zona o Predio: _____																																				
1.2 Propietario: _____																																				
1.3 Ubicación: _____																																				
1.4 Altitud (m.s.n.m.): _____																																				
1.5 Área ocupada (Hectáreas): _____																																				
1.6 N.º. de integrantes de familia o personal que labora: _____																																				
1.7 Topografía del área: c Plano c Ondulado c Accidentado																																				
1.8 Distancia al pueblo y/o ciudad (Km.): _____																																				
<b>Infraestructura vial al predio:</b>																																				
<ul style="list-style-type: none"><li>• Carretera afirmada</li><li>• Trocha carrozable</li><li>• Camino de herradura</li></ul>																																				
<b>II. Descripción de la infraestructura, instalación y equipos</b>																																				
¿Cuenta con viviendas en el predio?																																				
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sí</li><li>• No</li></ul>																																				
Tipo de material de la vivienda:																																				
<ul style="list-style-type: none"><li>• c Material noble</li><li>• c Bambú-piedra</li><li>• c Bambú-adobe</li><li>• c Calamina-adobe</li><li>• c Otros (especificar): _____</li></ul>																																				
¿Cuenta con equipos de comunicación?																																				
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sí</li><li>• No</li></ul>																																				
Si la respuesta es 'Sí', especificar: _____																																				
Número de personas que puede albergar o atender: _____																																				
<b>III. Productos y servicios ofertados</b>																																				
<table border="1"><thead><tr><th>Nº</th><th>Productos / servicios</th><th>Precio</th><th>Capacidad</th><th>Estacionalidad</th><th>Horario</th></tr></thead><tbody><tr><td>1.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>2.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>3.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>4.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>5.</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></tbody></table>	Nº	Productos / servicios	Precio	Capacidad	Estacionalidad	Horario	1.						2.						3.						4.						5.					
Nº	Productos / servicios	Precio	Capacidad	Estacionalidad	Horario																															
1.																																				
2.																																				
3.																																				
4.																																				
5.																																				
<b>IV. Publicidad</b>																																				
¿Cuenta con medios de publicidad?																																				
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sí</li><li>• No</li></ul>																																				

¿Qué medio de comunicación le parece más efectivo?

- Radio
- Televisión
- Periódico
- Internet
- Otros (especificar): \_\_\_\_\_

¿Qué tipo de publicidad utilizaría para obtener mayor afluencia turística? (puede marcar más de una opción)

- c Folletos, trípticos, volantes
- c Creación de página Web
- c Anuncios en televisión
- c Publicidad en radio
- c Publicidad en diarios
- c Afiches
- c Paneles publicitarios
- c Otro (especificar): \_\_\_\_\_

Anexo 5. Ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS															
Código del atractivo:	1	1	1	2	5	2	A	N	0	5	0	7	0	1	002
	Provincia		Cantón	Parroquia			Categoría		Tipo			Subtipo		Jerarquía	
<b>1. DATOS GENERALES</b>															
<b>1.1 Nombre del Atractivo Turístico</b>															
BOSQUE EL CEIBAL															
<b>1.2 Categoría</b>				<b>1.3 Tipo</b>				<b>1.4 Subtipo</b>							
ATRATIVOS_NATURALES				BOSQUES				SECO							
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO</b>															
<b>2.1 Provincia</b>				<b>2.2 Cantón</b>				<b>2.3 Parroquia</b>							
LOJA				SOZORANGA				TACAMOROS							
<b>2.4 Barrio, Sector o Comuna</b>				<b>2.5 Calle Principal</b>		<b>2.6 Número</b>		<b>2.7 Transversal</b>							
Barrio Ceibal				Vía al Ceibal		S/N		texto							
<b>2.8 Latitud (grados decimales)</b>				<b>2.9 Longitud (grados decimales)</b> <a href="#">Click</a>				<b>2.10 Altura (msnm)</b>							
9506559				0640710				1.798							
<b>2.11 Información del administrador</b>															
a. Tipo de Administrador:				Comunal				b. Nombre de la Institución:				Comuna la Poza			
c. Nombre del Administrador:				s/n				d. Cargo que ocupa:							
e. Teléfono / Celular:				f. Correo Electrónico:				-							
Observaciones:															
<b>3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO</b>															
<b>3.1 Características climatológicas</b> <input checked="" type="checkbox"/>															
a. Clima: Templado				b. Temperatura(°C): 23 a 28				c. Precipitación Pluviométrica (mm): mm							
<b>3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>															
a) Cultura <input type="checkbox"/>				b) Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/>				c) Aventura <input type="checkbox"/>							
<b>3.3 Escenario donde se ubica el atractivo turístico</b> <input checked="" type="checkbox"/>															
a. Pristino <input type="checkbox"/>		b. Intermedio <input type="checkbox"/>		c. Rustico natural <input type="checkbox"/>		d. Rural <input type="checkbox"/>		e. Urbano <input type="checkbox"/>							
<b>3.4 Ingreso al atractivo (U)</b> <input checked="" type="checkbox"/>															
a. Tipo de Ingreso		b. Ingreso				c. Atención									
		Ingreso		Salida		Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar	
Libre		<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>			

Res trin gid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
d. Maneja un sistema de reservas	<input checked="" type="checkbox"/>	vo	<input type="checkbox"/>	ero ctronico	<input type="checkbox"/>	ito io	<input type="checkbox"/>	Tarjeta de débito	<input type="checkbox"/>			
e . P r e c i o	Desde	Hasta	f. Forma de pago	Tarjeta de crédito	<input type="checkbox"/>	encia bancaria	<input type="checkbox"/>	Cheque	<input type="checkbox"/>			
g. Meses recomendables de visita:	Julio											
Obser vacio	Por el florecimiento de los árboles											
<b>4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO</b>							SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	S	<input type="checkbox"/>
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):	TACAMOROS											
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:	26	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:	2:30	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):	Lat.:	9511000	Lon g.:	6 3 2 8 0 0		
Obser vacio	La distancia está considerada desde el parque central											
<b>4.2 Vías de Acceso (M)</b>							<input checked="" type="checkbox"/>					
		Tipo De vía	Coordena da de inicio	Coordena da de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado					
a. Terrestre (M)	a. Primer	<input type="checkbox"/>										
	b. Segun	<input type="checkbox"/>										
	c. Tercer orden	<input checked="" type="checkbox"/>	11000-3280	9506559-640710	26	Tierra	Malo					
Obser vacio	Texto											
Acuát ico (U)	Marítimo	<input type="checkbox"/>	uerto / lle de tida			Puerto / Muelle de partida		Estado				
	Lacu	<input type="checkbox"/>	uerto / lle de tida			Puerto / Muelle de partida		Estado				
	Fluvial	<input type="checkbox"/>	uerto / lle de partida			Puerto / Muelle de partida		Estado				
Obser vacio												

c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>		Nacional: <input type="checkbox"/>		Internacional <input type="checkbox"/>	
Observaciones:					
<b>4.3 Servicio de transporte (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Bus <input type="checkbox"/>	Avioneta <input type="checkbox"/>	Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	Autobús <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>
g. Lancha <input type="checkbox"/>	Boya <input type="checkbox"/>	Barco <input type="checkbox"/>	Barcazo <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	Motor <input type="checkbox"/>	Triciclo <input checked="" type="checkbox"/>	Triciclo <input type="checkbox"/>		
Observaciones: Transporte privado 4x4 y ranchera tacalomas					
<b>4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia		d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diaria	Semanal	Mensual	Trimestral
Tacalomas	Estación	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sozoranga Xpress	Estación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo para personas con discapacidad (M)</b> <input type="checkbox"/>					
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	No es accesible <input type="checkbox"/>
Observaciones: Es de difícil acceso					
<b>4.5 Señalización</b> <input checked="" type="checkbox"/>					
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>		Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones: No tiene señalética					
<b>5. PLANTA TURÍSTICA Y COMPLEMENTARIOS</b> SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>					
<b>5.1 Planta turística (M)</b> <input type="checkbox"/>					
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la población o poblado más cercano <input type="checkbox"/>		
Alojamiento	Establecimientos	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	Establecimientos
Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input type="checkbox"/>	0

Hos tal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hos tería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hac iend a Turí stic a	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Lod ge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Res ort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Ref ugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Ca mpa men to Turí stic o	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Cas a de Hué spe des	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Obs er va cion es:	Observaciones:								
<b>Alimentos y bebidas</b>	Establecimientos <input type="checkbox"/>	Número de Mesas	Número de Plazas	<b>Alimentos y bebidas</b>	Establecim ientos registrados	Número de Mesas	Núm ero de Plaza s		
Restau rantes	<input type="checkbox"/>	0	0	Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Cafete rías	<input type="checkbox"/>	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Fuente s de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	
Obs er va cion es:	Observaciones:								
<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		<b>Agencias de Viaje</b>	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			
Internacionale s	<input type="checkbox"/>	0		Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			
Obs er va cion es:	Observaciones:								

<b>G</b>	Loca	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	<b>Guía</b>	Loca	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
	0	0	0	Aventura	0	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0
Observaciones:						Observaciones:					
<b>5.2 Facilidades en el entorno al atractivo</b>						<input checked="" type="checkbox"/>					
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad	Estado (U)					
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	<input type="checkbox"/>	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	I-Tur	<input type="checkbox"/>	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Miradores	<input type="checkbox"/>	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. De recorrido y descanso	Senderos	<input type="checkbox"/>	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Casas de acampar	<input type="checkbox"/>	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. De servicio	Wáter sanitarios	<input type="checkbox"/>	9506570-0640720	Público	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
	Wáter sanitarios	<input type="checkbox"/>	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Otros		<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:											
<b>5.3. Complementarios a la actividad turística (M)</b>						<input type="checkbox"/>					
<b>a. En el atractivo</b>						<b>En la ciudad o poblado cercano</b>					
Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>				
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automatico	<input type="checkbox"/>	Cajero automatico	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>				
Especifique						Especifique					
Observaciones:											
<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO/ENTORNO</b>						<input checked="" type="checkbox"/>	<b>O</b>	<input type="checkbox"/>	<b>I</b>	<input type="checkbox"/>	

<b>6.1 Atractivo (U)</b>							
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	ra	<input checked="" type="checkbox"/>	n proceso de riero	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.1.1.1 Naturales (M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)			
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	Actividades ícolas y laderas	<input checked="" type="checkbox"/>	Actividades forestales	<input checked="" type="checkbox"/>	g. Actividades extractivas/minería	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	Negligencia/abando	<input checked="" type="checkbox"/>	h. Huaquería	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	j. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	Conflicto político/social	<input type="checkbox"/>	Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	k. Vandalismo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	especifique:					
Observaciones:							
<b>6.2 Entoro (U)</b>							
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input checked="" type="checkbox"/>	n proceso de riero	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.2.1.1 Naturales (M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénico: <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	Actividades ícolas y laderas	<input checked="" type="checkbox"/>	Actividades forestales	<input checked="" type="checkbox"/>	Actividades extractivas minería	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	Negligencia / abandono	<input checked="" type="checkbox"/>	Huaquearía	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input checked="" type="checkbox"/>	Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	Vandalismo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	especifique					
Observaciones: <a href="#">texto</a>							
<b>6.3 Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo</b>							
a. Declarante:	<a href="#">texto</a>	b. Denominación:	<a href="#">texto</a>	b. Fecha de declaración:	<a href="#">texto</a>	c. Alcance:	<a href="#">texto</a>
Observaciones:	<a href="#">Texto</a>						
<b>7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA</b>							
				SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
						S	<input type="checkbox"/>
						I	<input type="checkbox"/>

7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>								
A. En El <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano						
Agua <input checked="" type="checkbox"/>	Otro	Agua <input checked="" type="checkbox"/>	Potable					
Especifique: <u>Tratada</u>		Especifique: <u>Red pública sistema de abastecimiento de Agua Potable</u>						
Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>	<u>Red eléctrica de servicio público</u>	Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/>	<u>Red eléctrica de servicio público</u>					
Especifique		Especifique:						
Saneamiento <input type="checkbox"/>		Saneamiento <input checked="" type="checkbox"/>	<u>Red pública</u>					
Especifique		Especifique:						
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>	<u>Carro Recolector</u>					
Especifique		Especifique: <u>Recolección de basura</u>						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Tótem de sitio	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de direccionamiento	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Letreros info <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>							
Observaciones: No existe ningún tipo de señalética							
<b>7.3 Salud (más cercano) (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>							
<b>a. En el atractivo</b> <input type="checkbox"/>				<b>b. En la ciudad o poblado más cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica	<input type="checkbox"/>	Cantidad	0
Puesto / Centro de salud	<input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud	<input checked="" type="checkbox"/>		1
Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico	<input type="checkbox"/>		0
Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios	<input type="checkbox"/>		0
Otros	<input type="checkbox"/>		0	Otros	<input checked="" type="checkbox"/>		1
Observaciones: Centro de salud en Tacamoros							
<b>7.4 Seguridad (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Privada	<input type="checkbox"/>	Detalle	UPC Tacamoros				
b. Policía nacional	<input type="checkbox"/>						
c. Policía metropolitana / Municipal	<input type="checkbox"/>						
d. Otra	<input type="checkbox"/>						
Observaciones:							
<b>7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>							
<b>a. En el atractivo</b> <input checked="" type="checkbox"/>				<b>b. En la ciudad o poblado más cercano</b> <input checked="" type="checkbox"/>			
Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>			Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>	Conexión a internet <input checked="" type="checkbox"/>		
Fija <input type="checkbox"/>	Línea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>		Fija <input checked="" type="checkbox"/>	Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/>	Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/>	
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes alámbricas <input type="checkbox"/>		Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes alámbricas <input checked="" type="checkbox"/>	
Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>			Satelital <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/>		
Observaciones: Escasa cobertura de las operadoras de telefonía móvil, no hay para CNT en la mayoría de poblados							
<b>Radio portátil (U)</b> <input type="checkbox"/>							
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>			
Observaciones: No exist							
<b>7.6 Multiamenazas (M)</b> <input checked="" type="checkbox"/>							
Deslaves <input checked="" type="checkbox"/>	Sismos <input type="checkbox"/>	Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	Incendios forestales <input type="checkbox"/>				

Sequía	<input checked="" type="checkbox"/>	Inundaciones	<input type="checkbox"/>	Aguajes	<input type="checkbox"/>	Tsunami	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input type="checkbox"/>	¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	<input type="checkbox"/>	Nombre del documento:		Año de elaboración:	
Observaciones: No existe ningún plan de contingencia.							
<b>8. POLÍTICAS Y REGULACIONES</b>							
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	Año de elaboración:		
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?	SI	<input type="checkbox"/>				Especifique:	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	<input type="checkbox"/>				Especifique:	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	<input type="checkbox"/>				Especifique:	
Observaciones:							
<b>9. ACTIVIDADES QUE SE PRÁCTICAN (M)</b>							
<b>9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)</b>							
9.1.1 En el Agua (M)							
a. Buceo	<input type="checkbox"/>	Canoa	<input type="checkbox"/>	b. Kayak acuático	<input type="checkbox"/>	Kayak de Río	<input type="checkbox"/>
f. Kite surf	<input type="checkbox"/>	Rafting	<input type="checkbox"/>	g. Snorkel	<input type="checkbox"/>	Windsurfing	<input type="checkbox"/>
k. Paseo en panga	<input type="checkbox"/>	Paseo en canoa	<input type="checkbox"/>	l. Paseo en canoa ancha	<input type="checkbox"/>	Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático	<input type="checkbox"/>	Canoa de mano	<input type="checkbox"/>	q. Boya	<input type="checkbox"/>	Escalada deportiva	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
<b>9.1.2 En el aire (M)</b>							
a. Alas Delta	<input type="checkbox"/>	b. Canopy	<input type="checkbox"/>	c. Parapente	<input type="checkbox"/>	d. Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones: Texto							
<b>9.1.3 En Superficie Terrestre (M)</b>							
a. Montañismo	<input type="checkbox"/>	Escalada	<input type="checkbox"/>	b. Senderismo	<input type="checkbox"/>	Geoturismo	<input checked="" type="checkbox"/>
f. Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/>	Actividades creativas	<input checked="" type="checkbox"/>	g. Cabalgata	<input checked="" type="checkbox"/>	Caminata	<input checked="" type="checkbox"/>
k. Picnic	<input checked="" type="checkbox"/>	Observación de flora y fauna	<input checked="" type="checkbox"/>	l. Observación de los astros	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
<b>9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)</b>							
9.2.1 Tangibles e intangibles							
a. Recorridos guiados	<input type="checkbox"/>	Recorrido autoguiados	<input type="checkbox"/>	Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>		
h. Participación en talleres artísticos	<input type="checkbox"/>	Visita a talleres culturales	<input type="checkbox"/>	Participación en talleres culturales	<input type="checkbox"/>		

e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	<input type="checkbox"/>	Exhibición de piezas, obras, etc., finales.	<input type="checkbox"/>	Actividades vivenciales y/o lúdicas	<input type="checkbox"/>
g. Presentaciones o representaciones en vivo	<input type="checkbox"/>	Muestras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	Fotografía	<input checked="" type="checkbox"/>
j. Degustación de platos tradicionales	<input type="checkbox"/>	Exhibición de la artesanía	<input type="checkbox"/>	Exposición de artesanías	<input type="checkbox"/>
n. Convivencia	<input checked="" type="checkbox"/>	Medicina ancestral	<input type="checkbox"/>	Exposición de artesanías	<input type="checkbox"/>

Observaciones:

**10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO** SI  NO  S/I

**10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)**

¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI  NO  Especifique:

¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI  NO

Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB	RL: <a href="http://www.sozoranga.gob.ec">www.sozoranga.gob.ec</a>	Trimestral
b. Red Social	Nombre: Municipio de Sozoranga	Trimestral
c. Revistas Especializadas	Nombre:	
d. Material POP	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas	Nombre:	
h. Otro	Nombre:	

Observaciones:

**10.2 El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)** SI  NO  Especifique:

Observaciones:

**11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA** SI  NO  S/I

**11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos**

a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI  NO  Tipo: Digital  Papel  Años de registro

b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI  NO  Frecuencia de los reportes:

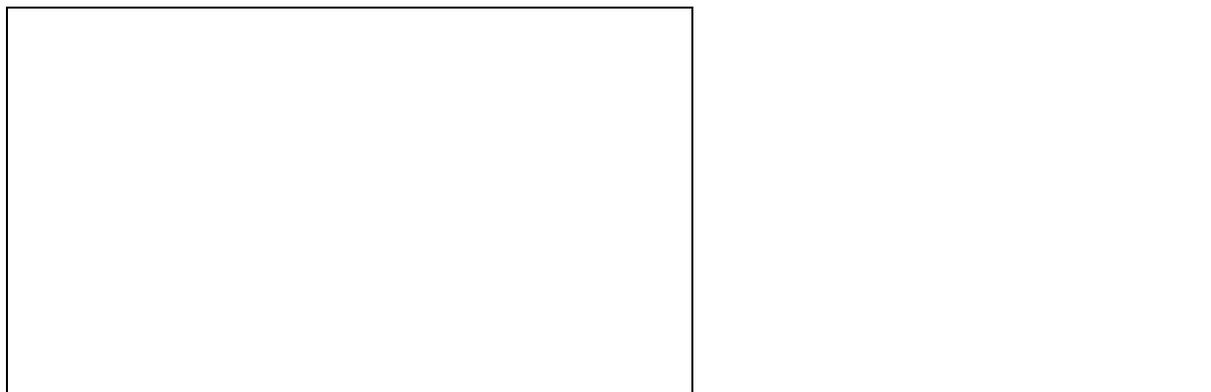
c. Temporada de visita al atractivo

Alta (meses)	Especifique	Número de visitantes
<input type="checkbox"/>		S/I
Baja (meses)		S/I

d. Llegada de turistas

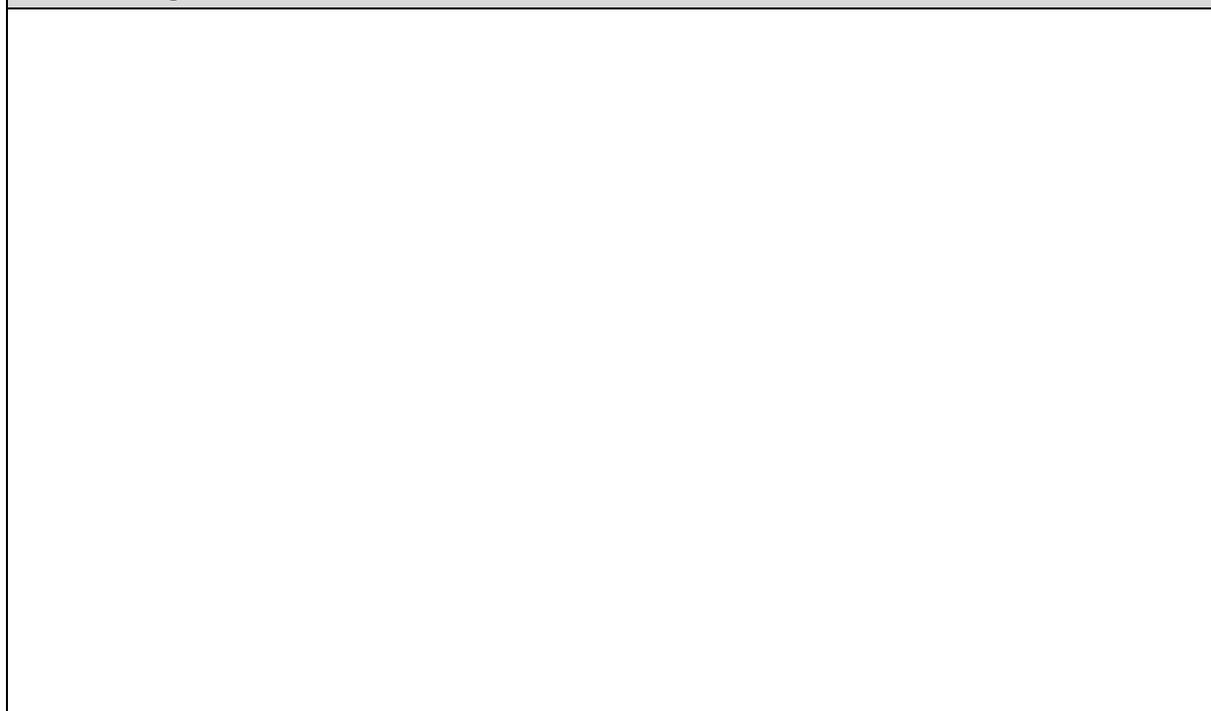
<input type="checkbox"/>	Turista nacional	Llegadas mensuales	Total, anual	<input type="checkbox"/>	Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total anual
Ciudades de origen							

				Paises de origen			
Observaciones							
11.2 Frecuencia de visita según informantes clave				<input type="checkbox"/>			
Nombre del Informante Clave:			Contactos:				
Demanda según días de visita			<input type="checkbox"/>	Demanda según frecuencia de visita			<input type="checkbox"/>
Lunes a viernes	Fines de semana	Días feriados	Permanente	<input type="checkbox"/>	Accidental	<input type="checkbox"/>	Estadística
			Existente	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
<b>12. RECURSO HUMANO</b>							
				SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo				<input type="checkbox"/>	d. Número de personas especializadas en turismo		
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):				<input type="checkbox"/>	Número de personas capacitadas por temática (M)		
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios	0	Hospitalidad	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	0
Otro				Sensibilización de discapacidades	0	Otro	
						Inglés	0
						Alemán	0
						Francés	0
						Italiano	0
						Chino	0
						Otro	
Observaciones:							
<b>13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)</b>							
<b>14. ANEXOS</b>							
<b>a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)</b>							



**Fuente:** [Fotografía tomada en el sitio](#)

**b. Ubicación gráfica del Atractivo**



**Fuente:** [Google earth](#)

**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)**

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	<a href="#">María Fernanda Herrera Herrera</a>	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	<a href="#">Universidad Nacional de Loja</a>	Institución		Institución	
Cargo	<a href="#">Estudiante</a>	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	<a href="mailto:mafer_herrera22hotmail.com">mafer_herrera22hotmail.com</a>	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	<a href="#">0995708784</a>	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	

## Anexo 6. Fichas resumen de los atractivos turísticos

### Ficha resumen: Cerro Santa Bárbara

---

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>	<b>JERARQUÍA</b>	
Cerro Santa Bárbara	II	
<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Atractivos Naturales	Montaña	Baja montaña
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Olmedo	Olmedo



**Ubicación:** Se encuentra ubicado en el cantón Olmedo, a 1.5 km del centro y una distancia de 10 min caminando.

**Georreferenciación**

**Latitud:** -3.93096

**Longitud:** -79.64517

Fuente: Foto tomada en salida de campo

**Características:**

Este cerro es considerado por sus habitantes como un símbolo de prosperidad y grandeza, por lo cual consta en el escudo como elemento de composición; se rumora que cada año tiene un pequeño crecimiento, desconociendo el motivo por el cual ocurre este prodigio, es un mirador perfecto para divisar Olmedo y su exuberante y pintoresca vegetación, así mismo las faldas del cerro son ideales para realizar caminatas en familia, para distraerse y observar la flora y fauna propia del cantón

**Recomendaciones:**

Llevar ropa y zapatos cómodos, no botar basura, usar bloqueador solar, gorra.

**Actividades Turísticas:**

- Fotografía
- Mirador
- Observación de flora y fauna

---

### Ficha resumen: Cascada La Delicia

---

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>	<b>JERARQUÍA</b>	
Cascada la Delicia	I	
<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
Atractivos Naturales	Rio	Cascada
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Loja	Olmedo	La Delicia



**Ubicación:** Se encuentra ubicado en el cantón Olmedo, barrio La Delicia, a 5km de la cabecera cantonal, 15min en auto.

**Georreferenciación**

**Latitud:** -3.92051

**Longitud:** -79.62962

Fuente: tomada en salida de campo.

**Características:**

La cascada La Delicia se encuentra ubicada en la parte baja del barrio La Delicia y lleva su nombre en honor al barrio, tiene una altura aproximada de 12m, según leyendas de la comunidad ésta cascada era encantada ya que no permitía que los moradores se acercaran a lanzarle piedras porque inmediatamente eran arrastrados por la crecientada. Esta cascada es perfecta para realizar deportes de aventura como cannoying.

**Recomendaciones:**

Llevar ropa y zapatos cómodos, ropa de baño, no botar basura, usar bloqueador solar, gorra.

**Actividades Turísticas:**

- Fotografía
- Observación de flora y fauna
- Baño en la cascada
- Caminata

**Ficha resumen: Cordillera Yamalaca**

**NOMBRE DEL ATRACTIVO**

Cordillera Yamalaca

**JERARQUÍA**

I

**CATEGORÍA**

Atractivos Naturales

**TIPO**

Montaña

**SUBTIPO**

Baja montaña

**PROVINCIA**

Loja

**CANTÓN**

Olmedo

**LOCALIDAD**

Yamalaca



**Ubicación:** Se encuentra ubicado en el cantón Olmedo, barrio Yamalaca, a 7km de la cabecera cantonal, 15min en auto.

**Georreferenciación**

**Latitud:** -3.9546262

**Longitud:** -79.63957

Foto tomada en salida de campo

**Características:**

Esta cordillera cuenta con una exuberante vegetación y ofrece unas vistas hermosas para la fotografía, debido a su relieve se puede realizar caminatas de larga y corta duración, entre la fauna más representativa se puede mencionar las ardillas, tumulles, leones, palomas, chilalos, entre otros, la flora existente el laurel, faique, guayacán, eucalipto. Este espacio es utilizado por las familias olmedense para realizar excursiones principalmente los fines de semana.

**Recomendaciones:**

Llevar ropa y zapatos cómodos, no botar basura, usar bloqueador solar, gorra.

**Actividades Turísticas:**

- Fotografía
- Observación de flora y fauna
- Caminata

**Ficha resumen: Cerro Chivatos**

NOMBRE DEL ATRACTIVO	JERARQUÍA	
Cerro Chivatos	I	
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Atractivos Naturales	Montaña	Baja montaña
PROVINCIA	CANTÓN	LOCALIDAD
Loja	Olmedo	Parroquia La Tingue



**Ubicación:** Se encuentra ubicado en el cantón Olmedo, Parroquia La Tingue

**Georreferenciación**

**Latitud:** -3.95261

**Longitud:** -79.58855

Foto tomada en salida de campo

**Características:**

Es una elevada montaña de una vegetación variada, con diferentes tipos de flora y fauna silvestre; al llegar a la cumbre se puede visualizar algunos paisajes de cantones vecinos como: Piñas, Zaruma de la Provincia de El Oro, Catacocha y Chaguarpamba de la Provincia de Loja. El cerro se lo puede visitar desde el mes de mayo hasta noviembre, dado que en este tiempo permanece despejado y es un mirador natural por su altura.

**Recomendaciones:**

Llevar ropa y zapatos cómodos, repelente para mosquitos, protector solar y gorra

**Actividades Turísticas:**

- Fotografía
- Caminata.
- Observación de Flora y Fauna

**Ficha resumen: Iglesia Matriz Santa Teresita**

NOMBRE DEL ATRACTIVO	JERARQUÍA	
Iglesia Matriz Santa Teresita	II	
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Atractivos Culturales	Arquitectura	Historia/Vernácula
PROVINCIA	CANTÓN	LOCALIDAD
Loja	Olmedo	Olmedo



**Ubicación:** Se encuentra ubicado en el cantón Olmedo, barrio central.

**Georreferenciación**

**Latitud:** -3.93445

**Longitud:** -79.64683

Foto tomada en salida de campo.

**Características:**

Tiene una construcción de estilo moderno, en su fachada de color blanco sobresalen tres torres, las tres cuentan con una cruz en la parte superior, las dos torres de los extremos se encuentran a una altura aproximada de 12m y la torre central a 15m aproximadamente donde se puede visualizar el campanario y un reloj, es la principal y única iglesia dentro de la cabecera cantonal de Olmedo.

**Recomendaciones:**

Llevar ropa y zapatos cómodos.

**Actividades Turísticas:**

- Fotografía
- Interpretación cultural

**Ficha resumen: Centro Recreacional Santa Bárbara**

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>	<b>JERARQUÍA</b>	<b>SUBTIPO</b>
Centro Recreacional Santa Bárbara	II	Infraestructura recreativa
<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>LOCALIDAD</b>
Atractivos Culturales	Arquitectura	Olmedo
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>	
Loja	Olmedo	



Foto tomada en salida de campo.

**Características:**

Es el único centro recreacional de Olmedo que cuenta con piscinas de agua temperada, tobogán, hidromasaje, turco y sauna. A su alrededor se ubican pequeñas chozas donde se puede degustar la gastronomía de la zona. Además, cuenta con una piscina para niños, camerinos para damas y caballeros. También cuenta con un bar donde se expenden bebidas alcohólicas y snacks. Su espacio es utilizado para la realización de eventos culturales, sociales y artísticos, especialmente en la temporada de carnaval.

**Recomendaciones:**

Llevar traje de baño, protector solar y repelente para mosquitos

**Actividades Turísticas:**

- Fotografía
  - Diversión.
- 

**Ubicación:** Se encuentra ubicado en el cantón Olmedo, barrio urbano del cantón Santa Bárbara.

**Georreferenciación**

**Latitud:** -3.93270

**Longitud:** -79.64644

## Anexo 7. **Modelo de encuesta para análisis de la demanda.**

El Cantón Olmedo, es el cantón más pequeño de la provincia de Loja, ubicado al noroeste de la provincia, región sur del Ecuador a una distancia aproximada de 100 Km. de la ciudad de Loja, es conocido como la tierra del café, ya que su principal producto lo ha posesionado como uno de los cantones con mayor producción cafetalera, no solo por su cantidad, sino también por la exquisitez, aroma, y calidad y ha obtenido el reconocimiento de la “Taza Dorada”. El objetivo del presente trabajo es realizar una propuesta agroturística para el cantón con la finalidad de que el turista conozca y participe en los procesos agro productivos, artesanales, agroindustriales y gastronómicos que se dan dentro del cantón, mismos que serán considerados como productos con identidad territorial.

Su participación llenando esta encuesta es de gran ayuda para seguir con mi proyecto, de ante mano agradezco por su tiempo y colaboración.

### Información general del encuestado.

1. Lugar de residencia:

- Catamayo
- Chaguarpamba
- Paltas
- Olmedo
- Otro

2. Sexo:

- Hombre
- Mujer

3. Edad:

- 18-25
- 26-33
- 34-41
- 42-49
- más de 50

4. Estado Civil:

- Soltero
- Casado
- Divorciado
- Unión libre

5. Ocupación:

- Estudiante
- Empleado público
- Empleado privado
- Emprendedor
- Sin trabajo

6. Ingresos mensuales:
  - \$0-\$400
  - \$401-\$600
  - \$601-\$800
  - más de \$800
  
7. Grado instrucción:
  - Primaria
  - Secundaria
  - Técnica
  - Universitaria
  - Maestría
  
8. ¿Estaría dispuesto a visitar el cantón?
  - Si
  - No
  - Talvez
  
9. Indique el número de veces que ha visitado el cantón Olmedo.
  - Nunca
  - Una vez
  - Dos veces
  - Tres veces
  - Más de tres veces.
  
10. ¿Con quién realizaría la visita?
  - Solo
  - En Pareja.
  - En familia.
  - Grupo de amigos
  
11. ¿Cuántas personas lo acompañarían a este viaje?
  - 1-3
  - 4-6
  - 7-9
  - 10 o mas
  
12. ¿Rango de días previstos para su salida?
  - 3 días
  - 6 días
  - 9 días
  - Más de 9 días
  
13. ¿En qué tipo de alojamiento usa?
  - Hotel
  - Hostal
  - Hostería
  - Cabañas ecológicas
  - Campamento
  - Casas comunitarias

14. ¿Cuál es tu medio de transporte favorito para viajar?

- Auto propio
- Alquiler de auto
- Transporte público
- Transporte turístico

15. Principales razones de su visita

- Vida familiar
- Festividades
- Educación, investigación
- Trabajo
- Descanso y diversión
- No he visitado el cantón.

16. Mencione las principales actividades realizadas en la visita.

- Observación de flora y fauna
- Senderismo
- Cabalgata
- Observación de procesos agroindustriales
- Deportes de aventura
- Degustación de comida típica
- Prácticas tradicionales de cultivos y cosecha de productos agrícolas
- Observación de artesanías

## Anexo 8. Convocatoria a taller

 **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN OLMEDO**  
**UNIDAD DE TURISMO**



**CONVOCATORIA:**

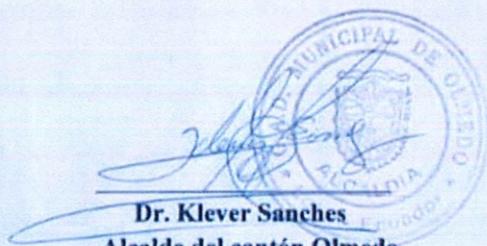
Por medio de la presente quiero hacer la cordial invitación a participar de un taller denominado **“Creación de productos agroturisticos basados en productos con identidad territorial para el cantón Olmedo”** donde con la participación de todos ustedes, actores claves del desarrollo del turismo en el cantón propondremos actividades turísticas encaminadas a fortalecer las prácticas agrícolas, artesanales, gastronómicas y agroindustriales que existen en el cantón.

Este taller forma parte del trabajo de investigación que vengo desarrollando en coordinación con la unidad de turismo del GAD Municipal de Olmedo para realizar una propuesta de agroturismo en el cantón.

**Lugar:** Albergue municipal.  
**Fecha:** martes 9 de agosto del 2022  
**Hora:** 15h00

Por la favorable atención que se digne dar a la presente, expreso a usted mi gratitud.

Atentamente,

  
**Dr. Klever Sanches**  
**Alcalde del cantón Olmedo**

Ciudad Universitaria “Guillermo Falconi Espinosa” Casilla letra “S”  
Teléfono: 2547 – 252 Ext. 101: 2547-200  
(correo electrónico del Estudiante)

## Anexo 9. Acta de taller realizado



UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE LOJA



MUNICIPIO DE OLMEDO

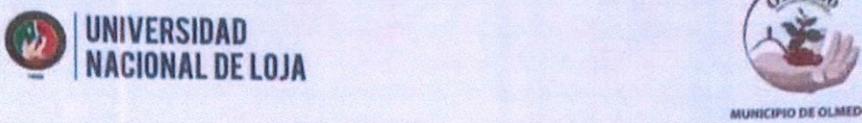
### ACTA Nro. 1

**Tema a tratar:** “Creación de productos agroturísticos basados en productos con identidad territorial para el cantón Olmedo.

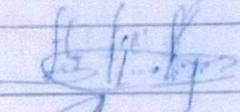
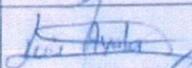
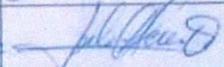
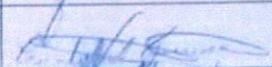
#### Orden del día:

1. Saludo y bienvenida.
2. Presentación de la propuesta
3. Definición de un producto
4. Conversatorio de ideas para definir un órgano gestor de la propuesta.
5. Recomendaciones
  - > Visitar personas que elaboran digninas, aventadores, lomillos e instrumentos para montar
  - > Encargar el cumplimiento de la propuesta a una persona privada
  - > Realizar ferias gastronómicas y dedicar un día especial a un plato típico del cantón
  - > Realizar viajes de reconocimiento a otros lugares donde se realice agroturismo.
  - > Socializar la propuesta con más personas.
6. Agradecimiento y despedida.
7. Firma de los asistentes.

Anexo 10. Firmas de asistentes al taller



**ASISTENCIA:**

Nombres y apellidos	Sector turístico al que pertenece.	Firma
Joz Herrera	Gastronomía	
Benigno Carrón	Artesanías	
Silva Espinoza	Agroindustria	
Jaelio Herrera	Producción Orgánica	
Cristbal Jimenez		
María Carrón		
Juan Machuca	Hostelería Olmedo	

Ciudad Universitaria "Guillermo Falconi Espinosa" Casilla letra "S"  
 Teléfono: 2547 - 252 Ext. 101: 2547-200  
 (maria.f.herrera@uni.edu.ec)

**Anexo 11. Ficha técnica de productos agroturísticos potenciales N.º**

Nombre del producto: \_\_\_\_\_

Localización: \_\_\_\_\_

Breve descripción de cada uno de los siguientes componentes:

1. Atractivos (PIT y otros)

---

---

---

Actividades (actuales y potenciales en torno a los atractivos)

---

---

---

2. Servicios (agencias de viajes, hoteles, restaurantes, transportistas)

---

---

---

3. Infraestructura (accesibilidad a los atractivos)

---

---

---

4. Medios de información y comunicación

---

---

---

5. Características de la demanda

---

---

---

6. Experiencia sugerida (itinerario que seguiría el turista)

---

---

---

Anexo 12. Fotografías del taller



Anexo 13. Certificado del abstract

**Certificado**

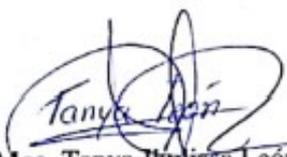
Certifica:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés, del resumen de la tesis titulada "**Propuesta agroturística, basada en productos con identidad territorial, para el cantón Olmedo, provincia de Loja.**"

Proyecto de Tesis que se encuentra bajo la dirección de la **Ing. Maruxi Yadira Loarte Tene. Mg. Sc.** De la autoría de la estudiante: **María Fernanda Herrera Herrera**, con cedula de identidad número **1105414989**, egresada de la carrera de Administración Turística de la **Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja.**

Es todo en cuanto puedo certificar en honor de la verdad, facultando a la interesada hacer uso de la presente en lo que estime conveniente.

Loja, 06 de marzo 2023



Mgs. Tanya Julissa León

1150128195

**DOCENTE DE INGLÉS**