



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TÍTULO:

“Plan de negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “Fernández” de la Parroquia de Malacatos, Cantón y Provincia de Loja”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTORA:

Mercy Etelvina Yunga Cueva

DIRECTOR:

Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos, Mg. Sc.

1859

LOJA – ECUADOR
2017

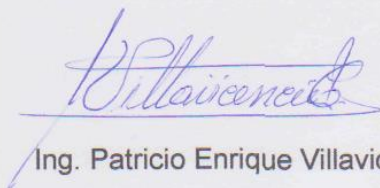
CERTIFICACIÓN

Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos, MG. SC DOCENTE DE LA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Que el trabajo de tesis titulado: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA “FERNÁNDEZ” DE LA PARROQUIA DE MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”**, elaborada por la Srta. Mercy Etelvina Yunga Cueva; previo a obtener el grado de Ingeniera en Administración Turística, ha sido orientada y supervisada bajo mi dirección; por lo que se autoriza la presentación y defensa ante el tribunal de grado.

Loja, febrero del 2017



Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos, Mg. Sc.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Mercy Etelvina Yunga Cueva, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Así mismo acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

AUTORA: Mercy Etelvina Yunga Cueva

FIRMA:



CÉDULA: 110387312-9

FECHA: Loja, febrero de 2017

Para constancia de esta autorización, en la Ciudad de Loja, a los 16 días del mes de febrero del 2017, firma la autora.

Firma:

Autora: Mercy Etelvina Yunga Cueva

Cédula: 110387312-9

Dirección: Cda. La Banda (Pedro de León) Rafael Rodríguez 48 - 485

Córeo electrónico: mercy@unl.edu.ec

Teléfono: 0991951630

DATOS COMPLEMENTARIOS

CARTA DE AUTORIZACIÓN TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Mercy Etelvina Yunga Cueva, declaro ser autora de la tesis titulada: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA “FERNÁNDEZ” DE LA PARROQUIA DE MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”** Como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración Turística, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, 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 de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la Ciudad de Loja, a los 16 días del mes de febrero del 2017, firma la autora.

Firma: 

Autora: Mercy Etelvina Yunga Cueva

Cédula: 110387312-9

Dirección: Cdla. La Banda (Pedro de León y Rafael Rodríguez 46 – 06)

Correo electrónico: mercyyunga130@gmail.com

Teléfono: 0991951636

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos, Mg. Sc.

Tribunal de grado:

Ing. Rocío Toral Tinitana, Mg. Sc	Presidenta del Tribunal
Ing. Melva Jaramillo Hidalgo, Mg. Sc	Vocal
Ing. Katherine Astudillo Balandín, Mg. Sc	Vocal

DEDICATORIA

Dedico mi sacrificio plasmado en este trabajo primeramente a mi Dios por la salud y la sabiduría que me permitió alcanzar un logro más en mi vida.

A mi padre que está en el cielo por ser mi inspiración para no dejar de luchar por mis sueños, a mi madre mi eje fundamental la persona que siempre me apoyó y me brindo su amor incondicional, siendo mi ejemplo de superación, humildad y sacrificio ayudándome a cumplir el sueño que tanto anhelaba.

A mis hermanos y hermanas que aportaron con un grano de arena, quienes siempre creyeron en mí, por su aprecio y constante apoyo en todos los momentos.

A mi familia por su apoyo y alientos a seguir adelante.

A todos quienes fueron parte de mi formación universitaria.

Mercy Etelvina Yunga Cueva

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja principalmente a la planta docente de la Carrera de Administración Turística por los conocimientos y valores impartidos durante mi formación universitaria, así mismo agradezco de manera especial al Ing. Patricio Villavicencio por ser mi guía y director de tesis quien me brindó su apoyo y conocimientos en la realización y culminación del trabajo de investigación.

A mi Dios por todas sus bendiciones, por ser mi mayor fortaleza y por permitirme cumplir con una nueva etapa de vida.

Agradezco infinitamente a mis padres Juan Yunga y María Cueva los principales promotores en mi vida, por los valores enseñados, por su apoyo y dedicación enseñándome a luchar y seguir el camino del éxito; a mis hermanos gracias por cada consejo gracias por ser mis guías en mi vida universitaria y a mi familia que es lo más valioso que dios me ha dado.

A mis amigos y compañeros que hemos compartido grandes momentos y siempre me han estado apoyando.

Gratifico a la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja por darme la oportunidad de realizar un proyecto emprendedor, así como al propietario de la Finca Fernández Sr. Didio Fernández por las facilidades y apoyo para la realización de mi trabajo de tesis.

Mercy Etelvina Yunga Cueva

1. TÍTULO

“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA “FERNÁNDEZ” DE LA PARROQUIA DE MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”

2. RESUMEN

Para llevar a cabo la presente investigación se determinó los siguientes objetivos: Realizar un diagnóstico turístico de la Finca Cafetalera "Fernández", se logró conocer la situación actual de la zona externa e interna de la Finca "Fernández", se identificó los atractivos turísticos más relevantes, así mismo se investigó cuáles son los hábitos y preferencias de los posibles clientes. Proponer el Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca "Fernández", se realizó mediante estudios como: el técnico que permitió el desarrollo de los objetivos estratégicos, en el estudio administrativo se estableció procedimientos organizacionales, el legal donde mostrará como está constituida legalmente la empresa, el estudio financiero que nos ayudó a establecer la inversiones, los estados financieros y la evaluación financiera para determinar la rentabilidad del negocio. Socializar la propuesta del Plan de Negocios para productos turísticos a las Autoridades como a la sociedad civil se logró dar a conocer la propuesta obteniendo opiniones y sugerencias que ayudó con el fortalecimiento del desarrollo de la investigación. El objetivo general fue: Establecer un Plan de negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera "Fernández", el cual les servirá como una guía para el funcionamiento correcto de la finca.

Para el cumplimiento del trabajo de investigación se utilizó métodos como: el inductivo, deductivo, descriptivo y analítico; técnicas como: la encuesta, entrevista, observación directa y revisión bibliográfica que ayudaron a recolectar información profunda y veraz, se usó las fichas de inventario turístico y fichas resumen que permitió obtener información de los atractivos turísticos más importante, se utilizó la Matriz FODA que detectó las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa.

En cuanto a resultados se puede evidenciar que la parroquia Malacatos cuenta con grandes potencialidades turísticas capaces de atraer a los visitantes para poder desarrollar el agroturismo en la Finca Cafetalera "Fernández", siendo el Plan de negocios una herramienta fundamental para la puesta en marcha del negocio; considerando el estudio financiero uno de los más importantes se pudo evidenciar que el Sr. Didio Fernández necesitará una inversión adicional para la puesta en marcha de su negocio de \$17.437,08 dólares de los cuales \$ 5231,12 dólares serán aportados por el Sr. Didio Fernández y los \$ 12205,96 será un préstamo en el Banco del Ecuador; según como estiman las ventas anuales de \$ 123710,25 dólares superando el punto de equilibrio anual de \$13.239,42 dólares con el 11% de capacidad instalada para el primer año; generando un promedio de ventas anuales de \$123710,25 dólares se recuperará la inversión establecida en el primer año a los 9 meses y 26 días iniciando desde la fecha de la puesta en marcha del negocio. Como se puede observar en la información antes detallada se concluye que es un proyecto rentable, trabajando fuertemente desde el primer año para poder obtener un porcentaje considerado de utilidades netas.

ABSTRACT

To carry out this investigation determined the following goals: a diagnosis tourist of the coffee farm Fernandez, he was accomplished know the current situation of the outer zone and inside of the Fernandez farm, identified the most important tourist attractions and was also investigated what are the habits and preferences of potential customers. Business plan for tourist products on the farm "Fernandez, was carried out by studies such as: the technician that allowed the development of the strategic objectives, the administrative study was established organizational procedures, where will be shown as the company, the financial study that helped us set up the investments, the financial statements and the financial evaluation to determine the profitability of the business is legally constituted legal." Socialize the proposed Business Plan for tourism products to the authorities and civil society was to publicize the proposal obtaining opinions and suggestions that helped with the strengthening of the development of research. The general objective was to: establish a Business Plan for tourist products in the coffee farm Fernandez, which served as a guide for the correct functioning of the farm.

For the fulfilment of the research methods used such as: the inductive, deductive, descriptive and analytical; techniques such as: survey, interview, direct observation and literature review that helped collect information with deep, used tourism inventory sheets and tabs overview allowing the most important tourist attractions information, was used the SWOT matrix that detected the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the company.

In terms of results is can demonstrate that the parish Malacatos has great tourist potential capable of attracting visitors to develop agrotourism in the "Fernandez" coffee farm, being Business Plan a fundamental tool for setting up business; whereas the study financial one of them more important is could demonstrate that the Mr. Didio Fernandez will need an investment additional for it put up of its business of \$17.437,08 dollars of which \$ 5231,12 dollars will be contributed by the Mr. Didio Fernandez and them \$ 12205,96 will be a loan in the Bank of the Ecuador; as they estimate \$ 123710,25 annual sales exceeding the point of annual balance of \$ 13.239,42 with 11% of installed capacity for the first year; generating an average of annual sales of \$ 123710,25 will recover the investment established in the first year at 9 months and 26 days starting from the date of starting up business. As is can observe in it information before detailed is concludes that is a project profitable, working strongly from the first year to be able to get a percentage considered of utilities NET.

3. INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación “Plan de negocios para productos turísticos en la Finca cafetalera “Fernández” se estableció con el propósito de poder aportar a la oferta turística de la parroquia de Malacatos y brindar una guía a los propietarios para que puedan direccionar correctamente en el momento de la puesta en marcha de la empresa y de esta manera contribuir con el desarrollo socio económico de la comunidad.

Debido a la inexistencia de un plan de negocios, el desconocimiento de productos turísticos por parte de los propietarios, así también tienen una proyección familiar y comercio del café, teniendo únicamente una orientación de negocio y no con fines turísticos, es la razón por la cual se crea conveniente establecer un plan de negocios, aprovechando el potencial turístico de la finca y de esta forma dar respuesta a los problemas.

La estructura del presente trabajo se encuentra constituido de acuerdo a las reglas establecidas por la Universidad Nacional de Loja; es así que dentro del resumen consta de un análisis general de la investigación encaminado a los objetivos, metodología y resultados, en la introducción presenta una descripción de las partes que constituyen al trabajo de investigación, revisión de la literatura posee conceptos claves que engloban un plan de negocios y el ámbito turístico, el marco referencial describe los principales antecedentes del campo de estudio.

El presente trabajo de investigación inicia con un análisis de la parroquia de Malacatos indagando el potencial como destino turístico y específicamente de la finca “Fernández” analizando como se encuentra constituida, que potencialidades posee y de que servicios consta.

En lo que concierne a materiales y métodos, indica los materiales que hicieron posible el desarrollo del proyecto, métodos y técnicas que se utilizaron para cumplir con el proceso de indagación.

En cuanto a resultados muestra el desarrollo de los objetivos propuestos como primer objetivo específico realizar el diagnóstico turístico, muestra el análisis de la situación real externa e interna de la Finca Cafetalera “Fernández”, así mismo se encuentra la identificación de los principales atractivos turísticos de Malacatos y de la finca “Fernández” mediante las fichas de inventario otorgados por el Ministerio de Turismo, análisis y resultados de la encuesta aplicada, de igual forma consta de entrevistas dirigidas a la presidenta del GADP de Malacatos, a la competencia y a los propietarios de la finca y finalmente muestra la matriz FODA que muestra los respectivos objetivos estratégicos para la empresa. En el segundo objetivo proponer el Plan de negocios para productos turísticos presenta el estudio de mercado, además contiene estudios como: el estudio administrativo el cual muestra su organización, elementos administrativos y acciones a seguir para alcanzar las metas empresariales, el estudio técnico contempla los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos que cuenta la finca para la prestación de servicios turísticos es decir el desarrollo de los objetivos estratégicos planteados, en el estudio legal analiza como estará la empresa legalmente constituida cumpliendo con los principios y procedimientos legales, indicando la razón social y la constitución como compañía anónima, en el estudio ambiental se elaboró la matriz de Leopold que permitió detectar cuáles son los impactos negativos que causará la empresa y a la vez la determinación de las medidas de mitigación de dichos impactos a favor del medio ambiente y finalmente el estudio financiero uno de los más fundamentales ya que se nos permite conocer que la Finca “Fernández” una vez puesta en funcionamiento tendrá la capacidad para ser sustentable, viable y rentable. En el tercer objetivo socializar la propuesta del Plan de Negocios a las autoridades y sociedad civil indica la forma de la presentación del trabajo ante la comunidad mediante la utilización del método de MARPP que permitió una discusión abierta entre los asistentes y de esta forma se obtuvo opiniones, sugerencias y recomendaciones en beneficio del proyecto.

En discusión se presenta un análisis general en forma de conversatorio sobre el desarrollo del trabajo de investigación.

En las conclusiones se muestra los resultados de todo el proceso investigativo y las recomendaciones dirigidas a las entidades o personas involucradas en el proyecto y en el sector turístico.

Seguidamente se presenta la bibliografía de donde se obtuvo la información útil para el proyecto, los anexos que ayudan a sustentar el trabajo de investigación y finalmente el índice que indica el contenido del proyecto de forma ordenada.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1 Marco Conceptual

4.1.1 Finca

El nombre de finca es el que se aplica a un determinado tipo de establecimiento que tiene lugar en el ámbito rural y que se dedica a la producción de algún tipo de elemento agrícola o ganadero. Las fincas suelen ser establecimientos ubicados en terrenos más bien amplios, con un centro habitable, grandes extensiones de tierra. La finca también puede ser un tipo de propiedad inmueble que no se dedica a la producción y que es más que nada un tipo de propiedad lujosa de los sectores más altos de la sociedad (ABC, 2007).

4.1.2 Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales.

Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (OMT, 2007).

4.1.3 Clasificación de la Actividad Turística

a) Según el tipo de desplazamiento.

Esta clasificación responde a la ubicación geográfica del destino visitado y lugar de residencia del visitante.

- Turismo receptor.- Es el que realizan los extranjeros o no residentes, de un país determinado a otro denominado destino. Desde el punto de vista económico su desarrollo repercute directamente en la inversión, el empleo y la generación de divisas para nuestro país.

- Turismo interno.- Es el que realizan los residentes de un país al interior del mismo. Esta clasificación se encuadra dentro del campo de acción del turismo educativo.
- Turismo emisor.- Es el que realizan los nacionales o residentes de nuestro país al visitar países extranjeros.

b) Según la modalidad

Esta clasificación responde a la actividad desarrollada por el visitante y puede dividirse en dos grandes grupos:

- Turismo convencional.- Es la práctica organizada y tradicional de desarrollar turismo. Los programas son predeterminados por una agencia de viajes y turismo y los servicios integrales como el alojamiento, el transporte, la alimentación y excursiones son convencionales.
- Turismo no convencional.- Se le denomina a la práctica no tradicional del turismo y tiene un carácter especializado. Por ejemplo, las caminatas, el canotaje, la observación de la naturaleza y las visitas que necesiten de accesos y servicios no convencionales.

Entre estas actividades tenemos:

Turismo de aventura.- Abarca el turismo de aventura suave o soft, comprende actividades de un nivel básico y aprovecha normalmente los recursos físico-recreacionales y el turismo de aventura fuerte o hard que es desarrollado por personas que conocen a profundidad estas actividades, pues suponen algunos riesgos.

Turismo de naturaleza.- Se desarrolla en zonas naturales. Existen las de interés específico y las que buscan beneficios personales de la relación con el entorno natural.

El ecoturismo.- Es el turismo de naturaleza que promueve los rasgos biológicos y físicos de la naturaleza, la conservación del entorno natural y la gestión sostenible de los recursos. Comprende la observación de la naturaleza, en busca de una visión general del paisaje y la biodiversidad de lugares turísticos, como también el interés científico, que permite el estudio de la flora y fauna a profesionales en la materia.

Turismo rural.- El turismo rural comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza.

Turismo místico o religioso.- Se refiere a la corriente de viajeros con motivaciones estrictamente religiosas.

Turismo esotérico.- Es aquella demanda interesada en la fuerza de la energía cósmica y su influencia en el hombre y la tierra.

c) Según la forma de viaje

Puede ser individual, cuando una persona viaja sola, o grupal, cuando los viajeros se desplazan en grupos familiares o laborales.

d) Según el tipo de viaje

Esta clasificación responde a la toma de decisión del visitante con relación a como adquiere los servicios turísticos, comprende:

- Turismo independiente.- Cuando el propio turista compra directa e independientemente los componentes del producto turístico final, es decir, el pasaje, el hotel, el tour y la alimentación.
- Turismo organizado.- Cuando el turista adquiere todos los servicios por un precio global, es decir, el “paquete turístico” (FIT, 2003).

4.1.4 Atractivos Turísticos

Son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica (FIT, 2003).

4.1.5 Atractivo Turístico Natural

En la categoría de sitios naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas, subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas (Turísticos, 2004).

4.1.6 Atractivo Turístico Cultural

En la categoría manifestaciones culturales se reconocen los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados (Turísticos, 2004).

4.1.7 Turista

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación (OMT, 2007).

4.1.8 Empresa Turística

Se pueden definir las empresas turísticas como aquellas que de forma profesional, habitual y mediante precio, prestan sus servicios en el ámbito turístico; engloba las empresas que enumeran las distintas leyes de turismo autonómicas y que vienen a coincidir con lo que son las empresas reglamentadas. Al margen de la vía abierta que establecen algunas comunidades autónomas y siempre que se haga reglamentariamente, estas son básicamente las empresas de alojamiento turístico, de

intermediación turística, de restauración turística y de información turística (Raúl Pérez Guerra, María Cevallos, 2006).

4.1.9 Capacidad Instalada

La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de infraestructura que permite a una empresa (unidad, departamento o sección) producir determinados niveles de bienes o servicios en un periodo determinado.

Pero, a fin de alcanzar un determinado nivel de producción, las empresas emplean todos los recursos disponibles, sea la maquinaria y equipo, las instalaciones, los recursos humanos, la tecnología, etc. A breves rasgos, una mayor cantidad de recursos utilizables conduce a una mayor cantidad esperada de producción (Dillon, 2008).

4.1.10 Servicio Turístico

Los Servicios Turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos (Emiliani, 2013).

4.1.11 Tipos de Servicios Turístico

- Servicio de alojamiento, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de alimentación, cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- Servicio de guía, cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.
- Servicio de OPC, cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.

- Servicio de información, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de intermediación, Agencias de Viajes, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario.
- Servicios de consultoría turística, está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística.
- Servicios de transporte, ofrecido por la necesidad de movilización de los turistas (Emiliani, 2013).

4.1.12 Oferta

La oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar y que se estructuran de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. La Oferta turística se compone de tres elementos fundamentales:

- a) Recursos turísticos: Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita.
- b) Infraestructuras: Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados.
- c) Empresas turísticas: Prestan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, de transporte, etc.

4.1.13 Demanda

Conjunto de turistas actuales y potenciales que desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes y/o servicios turísticos en función del precio y su renta. (Campdesuñer, 2011).

La demanda turística, como en todo mercado, se divide en:

- Demanda turística potencial: Es aquel grupo de personas que tiene todas las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, pero aún no lo han consumido o comprado.
- Demanda turística actual o real: Es aquel grupo de personas que consumen o compran un servicio o producto turístico (FIT, 2003).
- Demanda insatisfecha: Es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que puede ser cubierta, al menos en parte por el proyecto; dicho de otro modo existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta (Vásquez, 2015).

4.1.14 Diagnóstico turístico

La realización de un diagnóstico turístico es necesario dentro de un estudio para vincular directamente el turismo con la ordenación del territorio. El objetivo es la detección tanto de los puntos fuertes y oportunidades en el territorio como de las debilidades y amenazas, que analizadas en conjunto conduzcan al correcto desarrollo de un modelo territorial dado. Así un diagnóstico ha de contener información descriptiva de la situación actual de la actividad turística y de los factores que en ella confluyen, especialmente de las características de la oferta y sobre el comportamiento y las tendencias de la demanda turística.

El diagnóstico turístico se ha dividido en partes diferenciadas para facilitar su análisis:

- Aspectos físicos y socioeconómicos del territorio, donde se describe la situación actual de las características naturales y socioeconómicas del territorio en el ámbito considerado.
- Análisis de la oferta turística, en la que se describen y evalúan la situación actual y la tendencia de la actividad turística en el municipio (Emilio Díaz, Rafael Crecente Maseda, Carlos López, 2004).

4.1.15 Entrevista

Reunión o cita de dos o más personas en un lugar determinado para tratar o resolver algún asunto o para tomar nota de las respuestas de uno o varios e informar al público, o para recoger datos acerca de un problema social o psicosocial, etc. (Fidel Perez, 2009).

4.1.16 Encuesta

Una encuesta es una técnica o método de recolección de información en donde se procede a interrogar de manera verbal o escrita a un grupo de personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación (Negocios, 2015).

4.1.17 ¿Qué es Mercado?

Un mercado es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio (Manene, 2012).

4.1.18 Estudio de Mercado

El estudio o investigación de mercados es aportar información adecuada ante problemas planteados en el proceso de toma de decisiones en el área comercial de una organización.

El estudio de mercado es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el analista del mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado;

para generar, refinar y evaluar las medidas de comercio y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercado que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado (Manene, 2012).

4.1.19 Segmentación de Mercado

La segmentación del mercado es un proceso encaminado a la identificación de aquellos consumidores con similares necesidades o necesidades homogéneas a fin de que resulte posible establecer para cada grupo una oferta comercial diferenciada, orientada de un modo específico hacia las necesidades, intereses y preferencias de los consumidores que componen ese grupo o segmento.

El mercado total, heterogéneo, de un producto, se divide en varios segmentos, cada uno de los cuales tiende a ser homogéneo en todos sus aspectos significativos. Considera segmentos o partes cada una de ellas uniforme. La gerencia selecciona uno o más de estos segmentos como el mercado objetivo o meta y cada segmento desarrolla estrategia de mercado por separado.

Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por sub-segmentos.

La base de la segmentación de mercados descansa en la posibilidad de repartir a los individuos que componen una población en cierto número de grupos o segmentos , de tal forma, que los elementos de un determinado segmento tengan, ante un criterio dado, unas características si no idénticas, por lo menos muy parecidas. Esto permite pasar de una política de marketing ante una masa heterogénea, a una política específica

diferenciada y, por tanto, más adecuada al segmento a que vaya dirigida particularmente.

Un segmento de mercado está constituido por un grupo importante de compradores. La segmentación es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseñó para identificar y servir a éste grupo. Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

En general, la segmentación de mercados permite, para los productos ya existentes en el mercado, al establecimiento táctico de las adecuadas estrategias de marketing y publicidad. Por otra parte, y por lo que se refiere a nuevos productos, coopera en el establecimiento y descubrimiento de posibles huecos en que puedan progresar dichos productos (Manene, 2012).

4.1.20 Tipos de Mercado

Puesto que los mercados están contruidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas.

Así tendremos diversas clasificaciones o tipos de mercado según sean los criterios aplicados, a saber:

- **Según su extensión:**

Mercado Total.- conformado por la totalidad del universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

Mercado Potencial.- conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio o un bien están en condiciones de adquirirlas.

Mercado Objetivo.- está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar. El mercado meta y la mezcla de mercado se desarrollan en relación con las metas de mercados. La organización busca en forma consciente mercados que generen un volumen suficiente de ventas de bajo costos, para dar como resultado una rentabilidad. La empresa debe por lo general buscar un mercado donde el número de competidores y su tamaño sean mínimos. No debe entrar a un mercado saturado de competidores, a menos que tenga ventaja competitiva sobre las empresas existentes. Para seleccionar su mercado meta, la empresa debe hacer estimaciones cuantitativas del tamaño del volumen de ventas en el mercado para el producto o servicio. La gerencia debe preparar un pronóstico de ventas, normalmente para un periodo de un año.

Mercado Real.- representa el mercado en el cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado objetivo que se han captado.

- **Según el tamaño:**

Mercado mayorista.- Son en los que se venden mercancías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.

Mercado Minorista.- Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores. Una nueva modalidad de este tipo de mercados lo tenemos en los llamados “Supermercados de origen norteamericano, los que constituyen grandes cadenas u organizaciones que mueven ingentes capitales. En ellos se estila el “autoservicio”, es decir, que el mismo consumidor elige los artículos que va a comprar, eliminándose el empleado dependiente y al pequeño comerciante que vende personalmente sus artículos.

- **Según el tipo de producto ofrecido:**

A tener en cuenta que su clasificación dependerá del uso dado al producto por parte del usuario del mismo, quien determinara la diferenciación entre bienes de consumo y bienes industriales.

Mercado de bienes de consumo.- Los mercados de consumo están integrados por los individuos o familias que adquieren productos para su uso personal, para mantenimiento y adorno del hogar. Por lo tanto, aquí podemos englobar innumerables productos de todo tipo. La frecuencia de compra depende de muchos factores; uno de ellos es el tipo de producto: los productos duraderos no se consumen con un solo uso, por lo cual se compran con menor frecuencia que los no duraderos, es decir, aquellos que se consumen con uno o pocos usos (por ejemplo, productos alimenticios).

Mercado de bienes industriales.- En este caso se singulariza por lo siguiente: compra por razonamiento, origen de rentabilidad, la mayoría de las ventas las realiza directamente el fabricante, se necesita un buen conocimiento del cliente y de sus necesidades, compra colectiva, suelen decidir varias personas.

4.1.21 Marketing Turístico

Es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados meta a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en práctica; razón por la cual, nadie duda de que el marketing es indispensable para lograr el éxito en los mercados actuales. (Thompson, 2012).

4.1.22 Objetivo del Marketing Turístico

Cuyo objetivo es conocer y entender al cliente, que el producto o servicio que le ofrezca se ajuste a sus necesidades. Por tanto el marketing no es el arte de vender lo que produce sino el arte de saber qué producir o vender. El arte de identificar y entender las necesidades del cliente, el marketing

parte de una necesidad un deseo de acuerdo con las características personales del consumidor (Martínez, 2011).

4.1.23 Marketing Mix

Los especialistas en marketing utilizamos una serie de herramientas para alcanzar las metas que nos hayamos fijado a través de su combinación o mezcla (mix). Por ello, podemos definirlo como el uso selectivo de las diferentes variables de marketing para alcanzar los objetivos empresariales. Fue McCarthy quien a mediados del siglo XX, lo denominó la teoría de las «cuatro pes», ya que utiliza cuatro variables, cuyas iniciales en inglés empiezan por «p»:

- Product --> Producto.- Es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo.
- Place --> Distribución – Venta.- En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor). Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas.
- Promotion --> Promoción.- Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales. La mezcla de promoción está constituida por Promoción de ventas, Fuerza de venta o Venta personal, Publicidad y Relaciones Públicas, y Comunicación Interactiva.
- Price --> Precio.- Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción (aunque también se paga con tiempo o esfuerzo). El precio es el único elemento del mix de Marketing que proporciona ingresos, pues los otros componentes únicamente producen costes.

El Marketing es el proceso de planificar y ejecutar la concepción del producto, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan tanto a objetivos individuales como a los de las organizaciones. (Culturalia, 2013).

4.1.24 Plan de Negocios

El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios se utiliza para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. La forma se refiere al plan como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado (Villarán, 2009).

- Importancia de un Plan de Negocios

La importancia de los planes de negocios para las organizaciones ha crecido tanto en los últimos tiempos, sobre todo con la apertura a un mercado global que exige que las empresas sean competitivas es decir tener un buen precio, calidad en los productos, entregas a tiempo y con cumplir con las especificaciones que el cliente le solicite. Bajo este horizonte de mercado en el que se mueve los negocios, las compañías se ven obligadas a planear su negocio y visualizar el comportamiento del mismo a través del tiempo, por lo que elaborar un plan de negocio resulta de su importancia para este contexto real. (Cordova, 2015).

- ¿Para qué sirve un Plan de Negocios?

El plan de negocios es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra que es conocida como financiera o externa.

Desde el punto de vista interno, el plan de negocios sirve para:

- Conocer en detalle el entorno en el cual se desarrollarán las actividades de la empresa.
- Precisar las oportunidades y amenazas del entorno, así como las fortalezas y debilidades de la empresa.
- Estar atentos a los cambios que pudieran representar una amenaza para la empresa y así anticiparse a cualquier contingencia que disminuiría la probabilidad de éxito de la empresa.
- Dar a conocer como se organizarán los recursos de la empresa en función a los objetivos y la visión del empresario.
- Atraer a las personas que se requieran para el equipo empresarial y el equipo ejecutivo.
- Evaluar el potencial real de la demanda y las características del mercado objetivo.
- Determinar las variables críticas de la empresa y aquellas que exigen un control permanente, como los puntos críticos en los procesos.
- Evaluar los varios escenarios y hacer un análisis de sensibilidad en función a los factores de mayor variación, como podrían ser la demanda el tipo de cambio, el precio de los insumos de mayor valor, entre otros.
- Establecer un plan estratégico para la empresa y planes de acción de corto y mediano plazo para cada una de sus áreas funcionales. En este sentido, busca asignar responsabilidades y coordinar soluciones ante posibles problemas.
- Tomar decisiones con información oportuna, confiable y veraz, y no solo sobre la base de la intuición, lo que reduce el riesgo del negocio.
- Tener un presupuesto maestro y presupuesto por áreas funcionales, que permitan evaluar el desarrollo de la empresa en términos económicos y prever los requerimientos de capital.
- Mostrar la capacidad empresarial del empresario.
- Mostrar los posibles resultados de la empresa, en función a simulaciones hechas para probar distintos escenarios y estrategias.

En resumen, el plan de negocios sirve a nivel interno, como una guía para las operaciones de la empresa y como punto de referencia para la

evaluación del desempeño. De este modo, permite identificar tanto los puntos fuerte y débiles de la empresa posibilita evaluar su marcha y sus desviaciones sobre el escenario previsto, y a su vez, es una valiosa fuente de información para realizar presupuestos e informes.

Por otro lado, la función financiera o externa del plan de negocios está orientada a:

- La búsqueda y consecución de los recursos del proyecto, especialmente los financieros.
- Informar a posibles inversionistas, sean entidades de crédito o cualquiera otra persona natural o jurídica, acerca de la rentabilidad esperada y el periodo de retorno de la inversión.
- Buscar proveedores y clientes, con quienes establecer relaciones confiables y de largo plazo, que generen compromisos entre los interesados.
- Vender la idea a potenciales socios como accionistas, proveedores, clientes, sociedad en su conjunto.
- En general, la esencia de un plan de negocios es comunicar a todos los grupos de interés de la empresa.
- Dispone de un excelente producto o servicio con muchos clientes dispuestos a adquirirlos.
- Cuenta con un excelente equipo empresarial y gerencial, con habilidades humanas, técnicas y administrativas destacadas.
- Mantiene bien informados a sus clientes y proveedores, acerca de la forma de operación, los resultados esperados y las estrategias que permitirán alcanzar los objetivos establecidos y cumplir con la visión del empresario (Villarán, 2009).

4.1.25 Tipos de Plan de Negocios

Un plan de negocios, estrictamente hablando, debe mostrar la viabilidad económica, social, técnica y ambiental de un nuevo negocio, sea para una

empresa en marcha o para la creación de una nueva empresa. A continuación los tipos de planes de negocios más representativos y comunes en nuestro medio:

- **Plan de negocios para empresa en marcha**

Por lo general, las empresas en marcha van aumentando sus unidades de negocios con la finalidad de crecer y ser más rentables. Sin embargo, un crecimiento no planificado ni controlado podría causar el fracaso de esta nueva unidad de negocio, o lo que es peor, la quiebra de toda la empresa.

El plan de negocios para una empresa en marcha debe evaluar la nueva unidad de negocio de manera independiente y además deberá distribuir los costos fijos de toda la empresa, entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva.

Por otro lado deberá mostrar las fortalezas y debilidades de la empresa y además podrá demostrar la capacidad gerencial del grupo empresarial, cosa que una nueva empresa no está en capacidad de hacer.

- **Plan de negocios para nuevas empresas**

El desarrollo del plan de negocios se convierte en una herramienta de diseño, y parte de una idea inicial a la cual se le va dando forma y estructura para su puesta en marcha. En ella se debe detallar tanto la descripción de la idea en sí misma, como los objetivos a ser alcanzados, las estrategias a ser aplicadas y los planes de acción respectivos para lograr las metas propuestas. Este plan, en el futuro, se convertirá en insumo para retroalimentar el negocio, ayudando a estimar, corregir y /o instituir las posibles variaciones que se realizaran durante el desarrollo de la empresa.

- **Plan de negocios para inversionistas**

El plan de negocios debe estar redactado para atraer el interés de los inversionistas. Por ello, es importante que el documento incorpore toda la

información necesaria sobre la idea o la empresa en marcha y sobretodo, datos relevantes que determinen las factibilidad financiera del negocio y el retorno de la inversión, que el inversionista puede obtener al apostar por la idea propuesta. Debe ser claro, sencillo y contener la información relevante para una evaluación financiera confiable. Por lo general, un plan de negocios para potenciales inversionista son superan las 30 páginas.

- **Plan de negocios para administradores**

El plan de negocios para los administradores debe contener el nivel de detalle necesario para guiar las operaciones de la empresa. Este plan suele contener mayor nivel de detalle, pues muestra los objetivos, las estrategias, las políticas, los procesos, los programas y los presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa. Mientras que en el plan de negocios para los inversionistas no supera las 30 páginas, el plan de negocios operativo suele tener una extensión de 50 a 100 páginas, dependiendo de la complejidad el negocio (Villarán, 2009).

4.1.26 Estructura de un Plan de Negocios

Si bien cada proyecto es diferente, todo parte de tener una idea y materializarla por escrito con base en cinco puntos básicos:

a) Estructura Administrativa

Esta primera estructura equivale al alma de una empresa. Aquí se presenta y describe la idea de negocio, así como los objetivos que se pretenden alcanzar. Lo valioso de esta sección es que se trata de la tarjeta de presentación frente a tus colaboradores e inversionistas potenciales.

La estructura ideológica se integra por los siguientes puntos:

- Nombre de la empresa.- Éste debe reflejar de manera sencilla a lo que se dedica el negocio y el giro en el que se desenvuelve. Lo mejor es que sea corto, fácil de pronunciar y recordar. Haz una búsqueda en

Internet para saber los nombres utilizados por tu competencia y darte una idea de cuál elegir.

- Misión.- Es el propósito por el que surge una empresa y es lo que le da identidad. Se compone de tres elementos: descripción de lo que hace el negocio, a quién va dirigido el producto y/o servicio que ofrece, qué lo hace diferente frente a sus competidores.
- Visión. Es una imagen de la compañía a futuro y su función es inspirar a los colaboradores, inversionistas y público meta para llegar hasta donde se propone. Ésta se caracteriza por ser: realista, con objetivos viables y alcanzables, motivadores, claros, sencillos y fáciles de comunicar.
- Valores. Son las reglas bajo las que se conducirá la organización a la hora de cerrar un trato con clientes, proveedores, inversionistas y colaboradores. Lo importante de este apartado es que los valores siempre guiarán tus prácticas de negocio dentro y fuera de éste.
- Ventajas competitivas. Refleja los motivos por los que tu producto y/o servicio tendrá éxito en el mercado. Esto dependerá tanto de su valor agregado como de tus habilidades.
- Compromiso. Responde por qué quieres emprender, determina qué tan persistente eres, reconoce tus habilidades y calcula cuánto de tu tiempo destinarás al negocio.
- Carácter. ¿Estás preparado para el riesgo? ¿Eres lo suficientemente honesto como para hacer tratos justos con clientes, proveedores, inversionistas y colaboradores.
- En cuanto a tu oferta, responde: ¿Qué necesidades cubre mi producto y/o servicio? ¿Quién lo comprará? ¿Por qué lo adquirirá? ¿Dónde se podrá tener acceso a él? ¿Por qué es mejor mi oferta que la de mis competidores directos?

Una tendencia entre los emprendedores es convertirse en “todólogos” pues son ellos quienes, al inicio, se hacen responsables tanto de la administración como de la operación del negocio. Sin embargo, si la

empresa cuenta con socios fundadores y un equipo de trabajo, es importante que se delimiten funciones, responsabilidades, sueldos y prestaciones de acuerdo al rol que se tenga.

A continuación, algunos consejos prácticos para construir una estrategia de recursos humanos:

- Comienza por desarrollar un organigrama en el que se delimiten las funciones, obligaciones y responsabilidades del equipo con base en sus cargos.
- Determina los sueldos, prestaciones e incentivos de cada puesto.
- Si bien es cierto que será difícil igualar los salarios que ofrecen las empresas que tienen años operando, también lo es que puedes “premiar” los esfuerzos de tu equipo con bonos o reconocimientos por sus logros destacados.
- Elabora una tabla en la que se identifique al líder de cada estrategia implementada al interior de la organización e incluye sus funciones, gente a cargo, metas a alcanzar y en qué periodo deberá reportar sus resultados.
- Una vez que se consolide tu empresa, lo ideal es crear un departamento de Recursos Humanos que se encargue tanto de la contratación como del desarrollo de cada trabajador.

b) Estudio técnico

Esta sección del plan de negocios es una radiografía de la industria y el mercado en los que se desarrollará tu empresa. Conocer el comportamiento del sector al que pertenece tu oferta, cómo se han comportado las ventas de productos y/o servicios similares al tuyo en los últimos 12 meses y qué es lo que demanda tu público meta, te ayudará a reafirmar si tu idea es viable o hay que reformularla.

Para comenzar a generar esta información, haz un análisis FODA. Esta metodología te permite conocer, por un lado, las fuerzas y debilidades del

negocio, es decir, variables internas que puedes controlar. Y aunque tanto las oportunidades como las amenazas son externas y más impredecibles, si cuentas con un plan previsor puedes aprovecharlas y evitarlas, respectivamente.

Las variables que incluye son:

- Fortalezas. Se refiere a aquellas características que hacen de la empresa única y diferente a sus competidores
- Oportunidades. Aquí el emprendedor debe enumerar qué demanda el mercado y cómo su negocio podrá satisfacer esas necesidades a resolver
- Debilidades. La honestidad es muy importante en esta variable, pues hay que reconocer cuáles son los defectos del producto y/o servicio
- Amenazas. El empresario debe conocer muy bien la industria en la que participa, porque sólo así detectará de dónde puede venir un golpe de la competencia o qué le exigirá su consumidor en el corto, mediano y largo plazo.

Posteriormente, enfócate en reconocer y documentar tu industria y mercado. Empieza por completar estos puntos:

- Describir tu público meta. ¿Quién te comprará? ¿Son hombres o mujeres? Define edades, ingreso promedio, hábitos y costumbres, profesiones, etc. Recuerda que todo dato aporta información que te será de gran utilidad.
- Investigar datos demográficos del mercado. Incluye crecimiento del sector en los últimos tres años, compañías líderes del sector, tendencias de consumo y perspectivas de crecimiento a corto, mediano y largo plazo, etc.
- Saber con qué frecuencia se adquiere tu producto y/o servicio. Este dato es vital para calcular el tiempo para completar tu ciclo de venta y

así determinar, por ejemplo, tus costos de almacenamiento y distribución.

- Estudiar a tus competidores. Investiga el valor agregado de la oferta de tu competencia, los precios que ofrecen y los canales de distribución que utilizan. También presta atención a sus estrategias de venta y mercadotecnia. Consejo: no los imites y mejor usa esa información para depurar tus ideas.

Aquí se encuentran incluidos los objetivos de la compañía y las estrategias para lograrlos, así como los plazos en los que se deben reportar los primeros resultados. La estructura mecánica fungirá a manera de bitácora y será la que te ayudará a detectar errores y cambiar de táctica de inmediato en caso de ser necesario.

Con base en la “Estructura del entorno”, determina qué estrategias implementarás para crear un plan de ventas y de mercadotecnia que garantice un flujo constante de ingresos en la empresa. Por lo tanto, tendrás que definir estos puntos:

- Precio de tu producto y/o servicio. Una buena forma de tasar tu oferta es investigar el rango en el que oscilan los productos y/o servicios de tus competidores. Eso sí, no castigues tu precio de venta con tal de bajar el precio de venta al público, mejor apuesta por tener procesos internos más eficientes que disminuyan tus costos de operación.
- Planes de pago. Si tu producto y/o servicio es más costoso que el tu competencia, puedes diseñar esquemas de crédito o pagos diferidos. El objetivo es que tus clientes dejen de lado el tema del precio y aprovechen los beneficios de financiamiento que ofreces.
- Fuerza de ventas. Aquí se determina el número de vendedores que necesitas para iniciar, así como su perfil y las habilidades requeridas para colocar tu oferta en el mercado con éxito. Se vale incluir los esquemas de compensación y pago.

- Canales de distribución. Dependiendo de la naturaleza de lo que comercialices, tendrás que elegir los medios a través de los cuales tus clientes potenciales tendrán acceso a tu oferta. Para ello, responde preguntas como: ¿Necesitas hacerte de inventario? ¿Requieres de un lugar para almacenar tu mercancía? ¿Tus ventas se hacen sobre pedido? ¿Te conviene más tener un local o manejar un catálogo en Internet?
- Canales de comunicación. Actualmente, las empresas se apoyan de otros medios además de los tradicionales (como radio y televisión) para llegar a su público meta. Por eso, ya no es necesario invertir fuertes cantidades de dinero para contar con un canal masivo de comunicación. Basta con tener definido el perfil de tu consumidor para elegir cuál de las siguientes opciones te conviene más explorar:
 - Spots de radio y televisión.- Se recomienda para negocios que ya están operando y que cuentan con productos y/o servicios ya posicionados en la mente del público.
 - Redes sociales. -La ventaja es que son de gran alcance e incluso, algunas de sus aplicaciones son gratuitas. Son ideales para llegar a un público juvenil, entre los 14 y 35 años.
 - Campañas Web.- Incluye los correos electrónicos directos, newsletters, blogs, páginas Web y Web banners en sitios con alto tráfico de cibernautas. Estas estrategias requieren de una inversión de tiempo y dinero moderada.

c) Estructura Política – legal

Es un aspecto donde se tratan los trámites requeridos para crear una empresa de carácter legal.

d) Estudio Ambiental

Sirve para identificar, describir y valorar de manera apropiada y, en función de las particularidades de cada proyecto, los efectos notables previsible

que la realización del proyecto produciría sobre los distintos aspectos ambientales.

e) Estructura Financiera

La experiencia de algunos emprendedores muestra que la parte más complicada al momento de desarrollar un plan de negocios es la que tiene que ver con las finanzas. Sin embargo, ésta es la que aporta más información acerca de la viabilidad de una idea para que se convierta en una empresa exitosa.

La estructura financiera básica de un plan de negocios se compone de:

- **Estado de resultados.-** Tiene como objetivo presentar una visión a futuro del comportamiento del negocio. “Se calcula considerando las siguientes variables: cuántas unidades venderás y a qué precio, costo de ventas por unidad, costos fijos, costos variables, intereses (si tienes un crédito) e impuestos. El resultado será la utilidad neta”.
- **Balance general.-** Este reporte se divide en dos variables: qué tiene la empresa y cómo se financió. Contempla desde mobiliario y equipo (activos de la compañía), así como de dónde surgieron los recursos para adquirirlos.
- **Flujo de caja.-** Aquí defines tus políticas de cuentas por cobrar, qué plazo te darán tus proveedores para cumplir tus obligaciones con ellos y cuál será tu ciclo de venta. Este reporte debe responder a estas dos preguntas: ¿cuándo voy a requerir de capital? y ¿de dónde se obtendrán esos recursos?
- **Análisis del punto de equilibrio.** Es una medida que indica las unidades que una empresa debe vender para cubrir los costos fijos derivados de su propia operación. Este dato es relevante para determinar el momento en el que las ventas comenzarán a generar utilidades a la compañía. Asegúrate de que el punto de equilibrio sea algo real y alcanzable de acuerdo a tus posibilidades (Bravo, 2014).

- **Valor Actual Neto (VAN).**- Es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.
- **Tasa Interna de Retorno (TIR).**- Es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje (Campo, 2015).
 - **Relación Beneficio – Costo.**- Este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada "dólar" que se ha invertido. Para el cómputo de la Relación Beneficio Costo también se requiere de la existencia de una tasa de descuento para su cálculo (Platero, 2014).
- **Periodo de Recuperación.**- El plazo de recuperación es un método de valoración de inversiones que mide el tiempo que una inversión tarda en recuperar el desembolso inicial, con los flujos de caja generados en el futuro por la misma. Se trata de un método estático ya que no actualiza los flujos de caja, es decir, considera que una unidad monetaria tiene el mismo valor en cualquier tiempo.
- **Análisis de sensibilidad.**- El análisis de la sensibilidad es una técnica que, aplicada a la valoración de inversiones, permite el estudio de la posible variación de los elementos que determinan una inversión de forma que, en función de alguno de los criterios de valoración, se cumpla que la inversión es efectuable o es preferible a otra (Campo, 2015).

4.1.27 Análisis FODA

La técnica FODA se orienta principalmente al análisis y resolución de problemas y se lleva a cabo para identificar y analizar las Fortalezas y Debilidades de la organización, así como las Oportunidades (aprovechadas

y no aprovechadas) y Amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo.

Las Fortalezas y Debilidades se refieren a la organización y sus productos, mientras que las Oportunidades y Amenazas son factores externos sobre los cuales la organización no tiene control alguno.

Al detectar primero las amenazas que las debilidades, la organización tendrá que poner atención a las primeras y desarrollar las estrategias convenientes para contrarrestarlas, y con ello, ir disminuyendo el impacto de las debilidades. Al tener conciencia de las amenazas, la organización aprovechará de una manera más integral tanto sus fortalezas como sus oportunidades. Las Fortalezas y Debilidades incluyen entre otros, los puntos fuertes y débiles de la organización y de sus productos, dado que éstos determinarán qué tanto éxito tendremos poniendo en marcha nuestro plan. Algunas de las oportunidades y amenazas se desarrollarán con base en las fortalezas y debilidades de la organización y sus productos, pero la mayoría se derivarán del ambiente del mercado y de la competencia tanto presente como futura.

El FODA como técnica de planeación, permitirá contar con información valiosa proveniente de personas involucradas con la administración del negocio y así pueden aportar ideas inestimables para el futuro organizacional. Es necesario señalar que la intuición y la creatividad de los involucrados es parte fundamental del proceso de análisis ya que para los que una determinada situación parece ser una oportunidad, para otros puede pasar desapercibida; del mismo modo esto puede suceder para las amenazas, fortalezas y debilidades que sean examinadas. (Flores, 2013).

Existen dos matrices que nos ayudan a evaluar nuestro análisis FODA:

Matriz Evaluadora de Factores Externos (MEFE)

El análisis de evaluación de factor externo permitirá resumir y evaluar toda la información externa, como son: las variables ambientales decisivas, predicciones ambientales determinantes y la matriz de perfil competitivo.

En el desarrollo de la MEFÉ habrá que utilizar vicios de tipo subjetivo, por ello, esta herramienta de formulación de estrategia no debe usarse en forma indiscriminada. Los procedimientos requeridos para la construcción de una MEFÉ son:

- Hacer una lista de amenazas y oportunidades decisivas en la firma. El número recomendado de amenazas y oportunidades clave a incluir en la MEFÉ, varía de 5 a 20.
- Asignar una ponderación a cada factor que oscila entre 0.0 (sin importancia) 1.0 (muy importante). La ponderación dada a cada factor indica la importancia relativa de dicho factor en el éxito de una industria dada. La sumatoria de todas las ponderaciones dadas a los factores deberá ser de 1.0.
- Hacer una clasificación de 1 a 4 para indicar si dicha variable presenta:
 - Una amenaza importante (1)
 - Una amenaza menor (2)
 - Una oportunidad menor (3)
 - Una oportunidad importante (4)
- Multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación, para establecer el resultado ponderado para cada variable.
- Sumar los resultados ponderados para cada variable con el fin de determinar el resultado ponderado para una organización.

Sin tomar en cuenta el número de amenazas y oportunidades claves incluidas en la MEFÉ, el resultado ponderado más alto posible para una organización será 4.0 y el resultado ponderado menor posible de 1.0. El resultado ponderado promedio es, por tanto, 2.5. Un resultado 4.0 indicará que una empresa compite en un ramo atractivo y que dispone de

abundantes oportunidades externas, mientras que un resultado 1.0 mostraría una organización que está en una industria poco atractiva y que afronta graves amenazas externas (Berzunza, 2003).

Matriz de Evaluación del Factor Interno (MEFI)

La MEFI suministra una base para analizar las relaciones internas entre las áreas de las empresas. Es una herramienta analítica de formulación de estrategia que resume y evalúa las debilidades y fortalezas importantes de gerencia, mercadeo, finanzas, producción, recursos humanos, investigación y desarrollo.

Para desarrollar esa matriz se necesita de vicios subjetivos, por ello, la apariencia de ser un enfoque científico no debe hacer creer que se trata de una herramienta todo poderoso. Todas las herramientas analíticas pueden llegar a usarse en forma incorrecta si se aplican indiscriminadamente.

Se requiere 5 cinco pasos para el desarrollo de una MEFI:

- Identificar las fortalezas y debilidades claves de la organización y con ellas hacer una lista clara.
- Asignar una ponderación que vaya desde 0.0 (sin importancia) hasta 1.0 (de gran importancia) a cada factor. La ponderación indica la importancia relativa de cada factor en cuanto a su éxito en una industria dada. Sin importar si los factores clave dan fortalezas o debilidades internas, los factores considerados como los de mayor impacto en el rendimiento deben recibir ponderaciones altas. La suma de dichas ponderaciones debe totalizar 1.0.
- Hacer una clasificación de 1 a 4 para indicar si dicha variable presenta:

Una debilidad importante (1)

Una debilidad menor (2)

Una fortaleza menor (3)

Una fortaleza importante (4)

- Multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación, para establecer el resultado ponderado para cada variable.
- Sumar los resultados ponderados para cada variable con el fin de determinar el resultado ponderado para una organización.

Sin importar el número de factores por incluir, el resultado total ponderado puede oscilar de un resultado bajo de 1.0 a otro alto de 4.0 siendo 2.5 el resultado promedio. Los resultados mayores de 2.5 indican una organización poseedora de una fuerte posición interna, mientras que los menores de 2.5 muestran una organización con debilidades internas (Berzunza, 2003).

4.1.28 ¿Qué es estrategia?

Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización. Es el arte de entremezclar el análisis interno y la sabiduría utilizada por los dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan. Para diseñar una estrategia exitosa hay dos claves; hacer lo que hago bien y escoger los competidores que puedo derrotar. Análisis y acción están integrados en la dirección estratégica. (K. J. Halten, 1987).

4.1.29 Matriz de Estrategias

La matriz de la gran estrategia se ha convertido en un instrumento popular para formular estrategias alternativas. Todas las organizaciones se pueden colocar en uno de los cuatro cuadrantes estratégicos de la matriz de la gran estrategia. Las divisiones de la empresa también se pueden colocar en ella.

- Las empresas que se ubican en el cuadrante I de la matriz de la gran estrategia están en una posición estratégica excelente.

- Las empresas que se ubican en el cuadrante I se pueden dar el lujo de aprovechar las oportunidades externas en muchas áreas; pueden correr riesgos agresivamente cuando resulte necesario.
- Las empresas ubicadas en el cuadrante II tienen que evaluar a fondo su actual enfoque hacia el mercado. Aun cuando su industria está creciendo, no son capaces de competir en forma eficaz y deben determinar por qué el enfoque actual de la empresa resulta ineficaz y cuál es el mejor camino para que la compañía cambie, a efecto de mejorar su competitividad.
- Las organizaciones situadas en el cuadrante III compiten en industrias con crecimiento lento y tienen posiciones competitivas muy débiles. Estas empresas deben aplicar cambios drásticos sin tardanza a efecto de evitar su mayor caída y posible liquidación.
- Por último, los negocios situados en el cuadrante IV tienen una posición competitiva fuerte, pero están en una industria que registra un crecimiento lento. Estas empresas tienen la fuerza suficiente para iniciar programas diversificados en áreas con crecimiento más promisorio. Normalmente, las empresas que se ubican en el cuadrante IV tienen grandes flujos de dinero y poca necesidad de crecimiento interno y muchas veces, pueden perseguir con éxito la diversificación concéntrica, horizontal o de conglomerados. (Cortina, 2009).

4.1.30 Técnica de Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARPP)

Se trata de un método de investigación participativa y una herramienta de aprendizaje que compensa la omisión de los métodos de investigación tradicionales, que no permiten entender mejor lo que puede ser la realidad rural. Dicho método se sitúa entre la investigación formal (costosa y larga) y la investigación informal (demasiada corta para lograr resultados seguros y calificados de « turismo rural »). El MARPP es un conjunto de métodos y herramientas, usados para dar la oportunidad a las poblaciones rurales y urbanas de presentar su conocimiento de su propia situación y condiciones

de vida. Esta técnica establece un proceso de comunicación más próxima y reveladora de la población que los cuestionarios. Por ejemplo, "el MARPP permite una consultación directa de los beneficiarios respecto a su bienestar. Su percepción de la pobreza incluye mucho más que lo que pueden incluir los indicadores propuestos por el PNUD".

El MARPP o RRA (Rapid Rural Appraisal) es un proceso de aprendizaje intensivo, iterativo y rápido, establecido para entender unas situaciones específicas. Este método usa pequeños grupos multidisciplinarios y una gran diversidad de medios, herramientas y técnicas para recoger informaciones.

Existen cuatro maneras de usar el método MARPP, que corresponden de hecho a los momentos importantes del ciclo de proyecto:

Durante la fase de diagnóstico (misión de exploración o diagnóstico más largo).

Durante el análisis de un problema temático (relacionado con la implementación de investigación/acciones).

Durante la fase de planificación (concepción participativa de las acciones).

Durante la fase de evaluación de la acción (URD, MARPP, 2002).

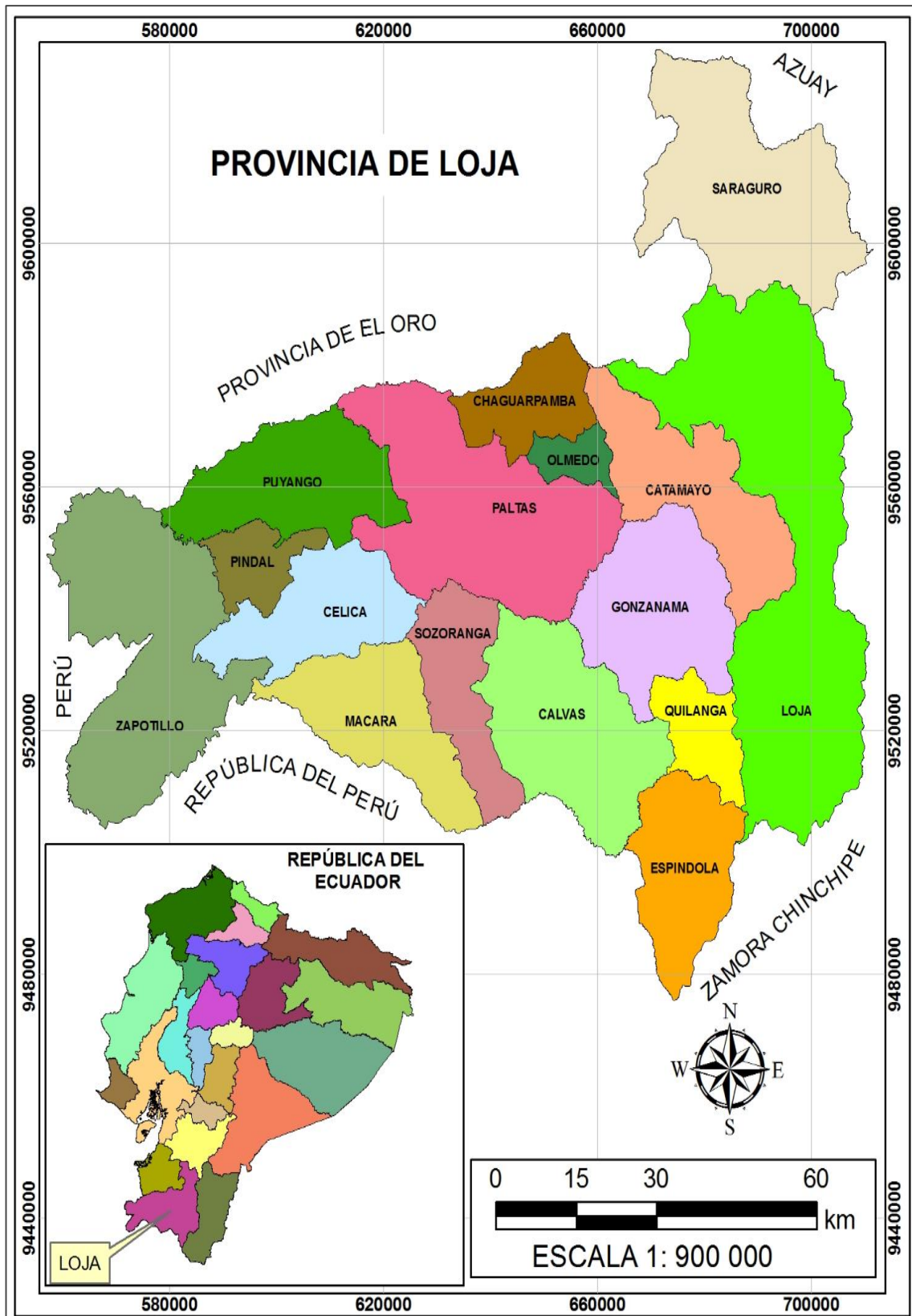
4.2 Marco Referencial

4.2.1 Datos generales de la Provincia de Loja

Ubicación y límites

La provincia de Loja está ubicada en el sur de la cordillera oriental de los Andes. Está localizada al suroccidente de la República del Ecuador y tiene los siguientes límites: al norte con la provincia de El Oro y Azuay, al sur con la República del Perú, al este con la provincia de Zamora Chinchipe y al oeste con la República del Perú.

Figura N° 1 Mapa de la Provincia de Loja



Fuente: CINFA
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Historia de Loja

La fundación de Loja, está ligada a los vaivenes armados de los más inquietos y célebres conquistadores españoles. Tuvo dos fundaciones, la primera en el valle de Garrochamba a principios de 1547 y la definitiva realizada probablemente el 8 de Diciembre de 1548 por el lojano de Granada Alonso de Mercadillo, en el valle de Cuxibamba, "llanura alegre o risueña" situado entre dos ríos pequeños: El Malacatos y el Zamora y al pie de la cordillera o serranía El Villonaco. El 18 de Noviembre de 1820, Loja proclamó la independencia de la ciudad y de la provincia. El acto patriótico tuvo lugar en San Sebastián, cuando el pueblo revestido de gran civismo irrumpió hacia la Plaza Mayor. El movimiento libertario fue encabezado por Ramón Pinto, José María Peña, Nicolás García, José Picoita y Manuel Zambrano. Enclavada en el rincón más bello de la sierra ecuatoriana, la ciudad de la música y la poesía es una de las más antiguas del país, fundada en 1548 con el nombre de la Loja española.

Turismo

La Provincia de Loja está considerada dentro de dos zonas turísticas: zona turística 1, conformada por los cantones Chaguarpamba, Olmedo y Paltas; y, zona turística 2, integrada por Saraguro, Catamayo, Loja, Calvas, Gonzanamá, Quilanga y Espíndola.

Estas zonas poseen atractivos turísticos como son:

En la zona 1, la provincia de Loja aporta con 45 atractivos turísticos, de los cuales 38 son de tipo cultural y 7 naturales.

En lo que respecta a los cantones Chaguarpamba, Paltas y Olmedo, predominan los atractivos turísticos de tipo cultural como: Chaguarpamba, Catacocha, Museo Hno. Joaquín Liebana Calle, Mirador de Shiriculapo, Piedra del Sol y Moliendas.

En la zona 2 conformada por Saraguro, Catamayo, Loja, Calvas, Gonzanamá, Quilanga y Espíndola cuenta con atractivos turísticos como: León Dormido Natural, Baño del Inca, Iglesia matriz de Saraguro Cultural, Taller artesanal comunidad de Lagunas, Comunidad de Ilincho, Cerámicas de Gunudel, Orfebrería comunidad de Lagunas, Indumentaria, Ingenio Monterrey Cultural, Iglesia María Auxiliadora, Río Boquerón Natural, Parque Nacional Podocarpus, Centro Histórico ciudad de Loja, Molienda de Malacatos, Centro comercial Reina del Cisne, principales monumentos de la ciudad de Loja, Parque ecológico Orillas del Zamora, Santiago, Jardín botánico Reinaldo Espinoza, Puerta de la Ciudad, Santuario de El Cisne Romería de la Virgen de El Cisne, Santuario eucarístico San Sebastián, Iglesia de San Juan del Valle Iglesia, Catedral, Iglesia de Malacatos, Iglesia de Santo Domingo, Iglesia de San Francisco, Museo del Banco Central, Museo Matilde Hidalgo de Prócel, Parque recreacional Jipiro, Parque Pucará Podocarpus, Cerámicas del barrio Cera, San Lucas, Valle de Vilcabamba, Cerro Ahuaca, Iglesia San Pedro Mártir, Cerro Colombo, Granja experimental demostrativa Lanzaca, Santuario del Señor del Buen Suceso, Artesanías Quilanga, Santuario de Cristo Pobre, Amaluza, Laguna de Jimbura.

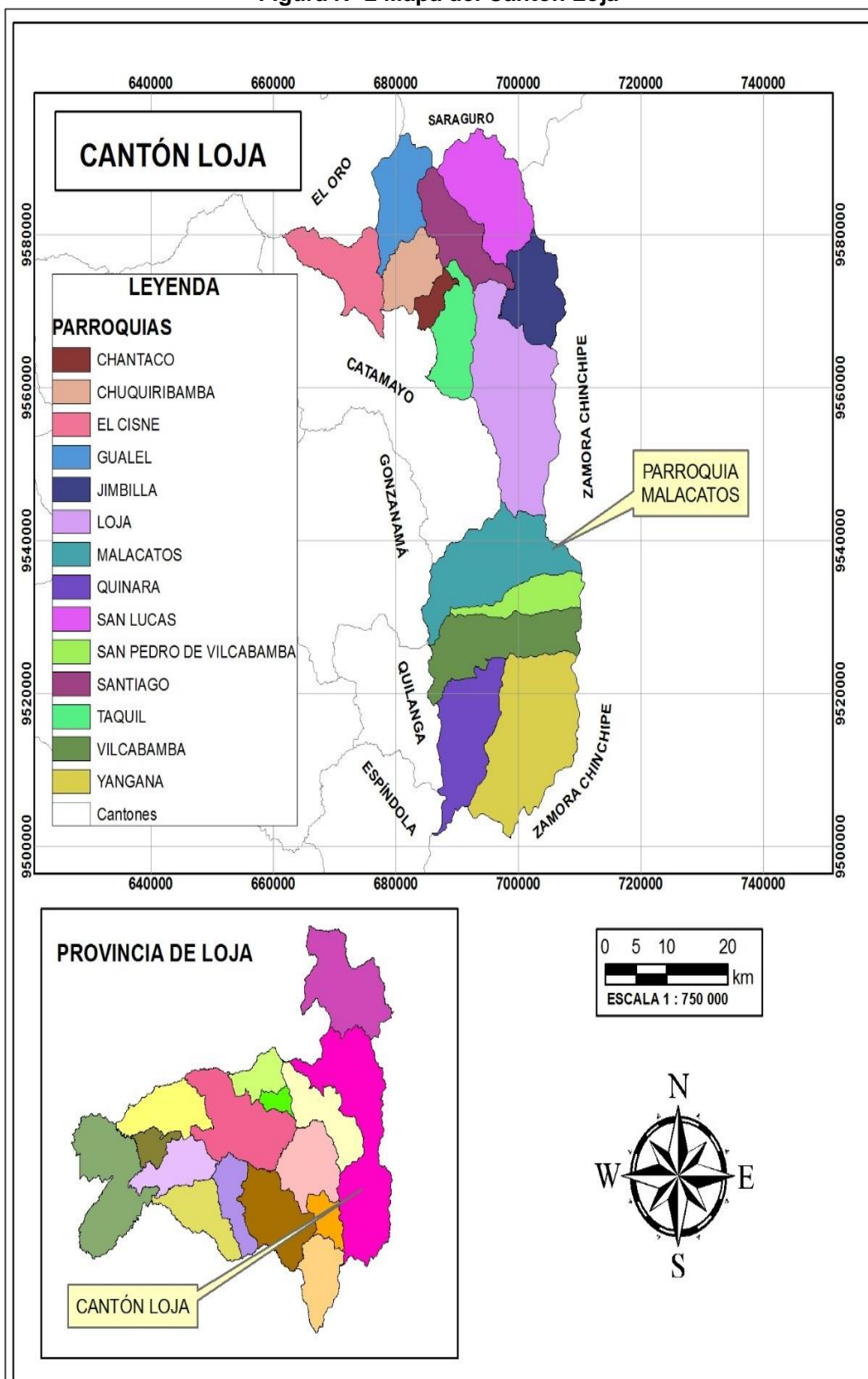
Cada rincón de la provincia de Loja tiene sus características especiales. Así mismo en Loja, por donde vayamos, sus paisajes se combinan con el aroma del café y la exquisita variedad de su gastronomía (GPL, 2014).

4.2.2 Antecedentes del Cantón Loja

Límites

El cantón Loja situado al oeste dentro de la provincia de Loja limitando al norte con la provincia de Zamora Chinchipe y los cantones Saraguro (provincia de Loja) y Portovelo (provincia de El Oro); al este y sur con la provincia de Zamora Chinchipe, y al oeste con los cantones lojanos Espíndola, Quilanga, Gonzanamá y Catamayo.

Figura N° 2 Mapa del Cantón Loja



Fuente: La autora.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Clima y altura

El cantón Loja tiene un tipo de clima Ecuatorial Mesotérmico Semi – Húmedo, se encuentra a una altura de 2.100 m.s.n.m.

Temperatura

La temperatura media anual a nivel de cantón Loja es de 15 °C, el valor más alto registrado es de 23°C localizado en la parroquia de El Cisne; mientras que los valores más bajos se registran en las parroquias de San Lucas, Jimbilla y en la ciudad de Loja con 9 °C.

División política y administrativa

Cuenta con cuatro parroquias urbanas: San Sebastián, El Sagrario, Sucre y El Valle y con 13 parroquias rurales como: Yangana, Malacatos, Vilcabamba, Quinara, San Lucas, Jimbilla, El Cisne, Santiago, Gualiel, Taquil, Chuquiribamba, San Pedro de Vilcabamba, Chantaco (Loja, PLAN PARTICIPATIVO DE FORTALECIMIENTO DE LA DEMOCRACIA, 2014).

Turismo

El cantón Loja goza de importantes potencialidades en diferentes tipos de turismo, en nivel alto, se encuentran el turismo cultural, ecoturismo y turismo de naturaleza, y Turismo de Convenciones, en nivel medio se encuentra el turismo de deportes y de salud y en un nivel bajo se encuentra el turismo comunitario.

Atractivos turísticos culturales de la ciudad de Loja

- Conjunto San Juan del Valle
- Mercado Gran Colombia
- Puerta de la Ciudad
- Archivo Histórico de Loja
- Conjunto San Francisco

- Museo Matilde Hidalgo de Prócel
- Parque Central
- Iglesia Catedral
- Museo del Banco Central
- Museo de Arte Religioso Madres Concepcionistas
- Museo de La Música
- Conjunto Santo Domingo
- Casa de Música Santa Cecilia
- Conjunto San Sebastián
- Calle Lourdes El Pedestal
- Museo de Arqueología y Lojanidad
- Santuario del Cisne
- Romería de La Virgen Del Cisne
- Mirador de San Cayetano

Atractivos Turísticos Naturales De La Ciudad De Loja

- Parque Pucará
- Parque Recreacional Jipiro
- Parque Ecológico Orillas Del Zamora
- Parque Lineal La Tebaida
- Parque Recreacional Daniel Álvarez Burneo
- Parque Nacional Podocarpus.

Los lugares más visitados por los turistas en el cantón Loja son: Vilcabamba con un 32%, ciudad de Loja con un 19%, Parque Nacional Podocarpus con un 13% y Saraguro y El Cisne con el 10%, respectivamente, los demás lugares como Catamayo, Malacatos, Bosque Petrificado del Puyango con mínima preferencia (Loja, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2014).

4.2.3 Referencias de la Parroquia de Malacatos

Límites

La parroquia de Malacatos se ubica al Sur de la República del Ecuador, pertenece a la Región 7, provincia y cantón; limita al norte con la parroquia San Pedro de Vilcabamba, al sur con la parroquia Vilcabamba, al este con la parroquia El Tambo (cantón Catamayo) y al oeste con la provincia de Zamora Chinchipe.

Clima y temperatura

Posee un clima subtropical – seco con una temperatura promedio de 20.6°C.

Extensión y altura

Su extensión es de 208.66 Km² y su altura es de 1.470 m.s.n.m.

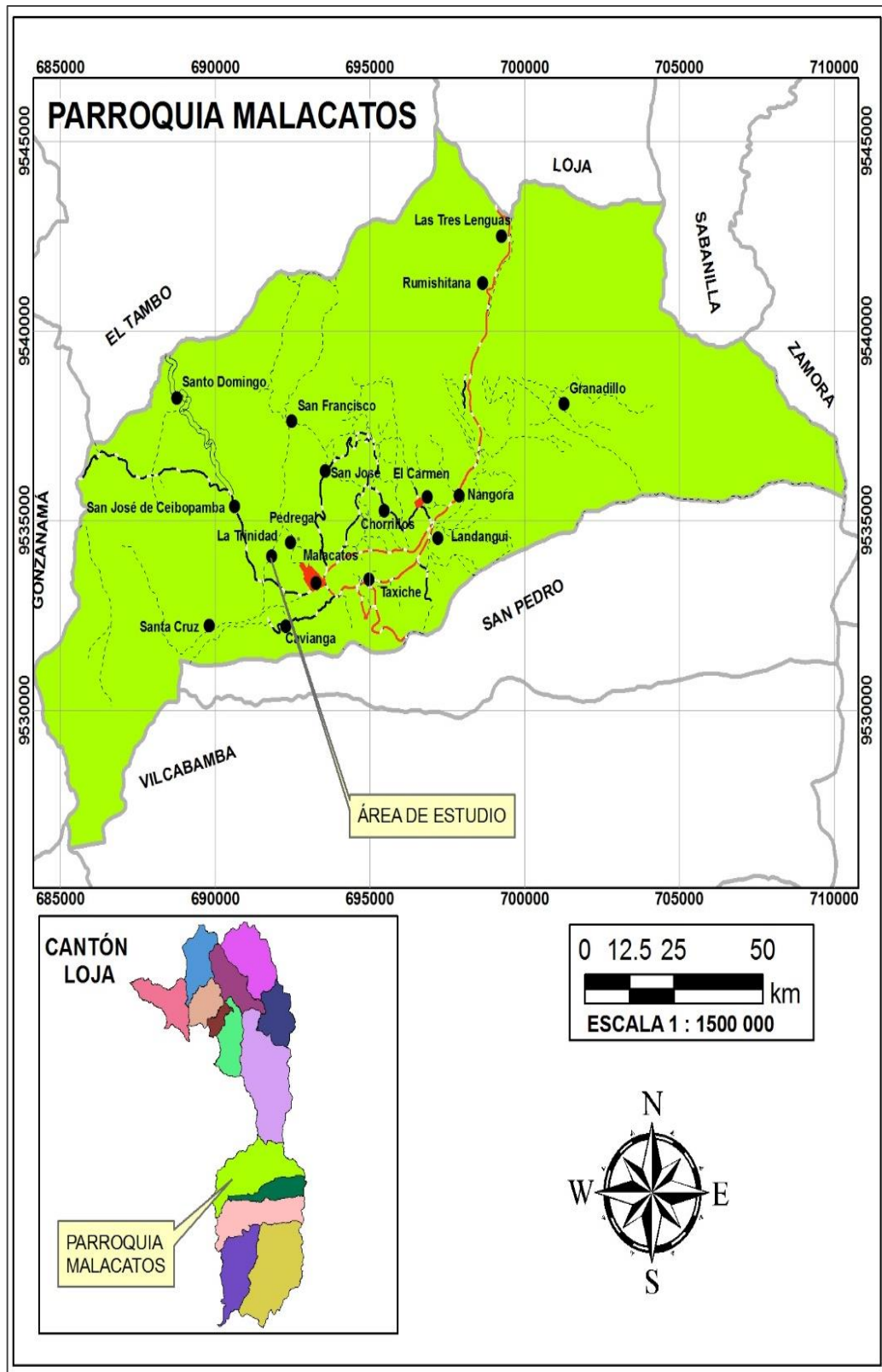
División Política y Administrativa

Malacatos cuenta con las siguientes comunidades y barrios:

Urbanos: La Recta, El Vergel, El Retorno, Santa Anilla, Trinidad, Taxiche, Ceibopamba, El Cementerio.

Rurales: Tres Leguas, Rumishitana, Granadillo, Potopamba, Nangora, Chorrillos, Landangui, El Prado, Naranjo Dulce, Cavianga, El Carmen, El Sauce, Bélen, Palanda, San Francisco alto, San Francisco medio y San Francisco bajo (La Florida), Calera, La Granja, Picotas, Pedregal, Saguaynuma, Santo Domingo, San José de Ceibopamba, Santa Cruz, Santa Ana. Caseríos: Mishquiaco, Los Lirios, El Mirador, La Era, Santa Gertrudis, El Porvenir, Yamba Alto, Yamba Bajo, Orta, El Naranjo, Prado alto, San José de las Peñas, Cobalera, Jabonillo.

Figura N° 3 Mapa de ubicación de la Parroquia Malacatos



Fuente: La autora.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

La palabra Malacatos proviene del nombre del grupo indígena de los “MALACATUS” quienes vivían en el sector al momento de la llegada de los españoles, de allí el nombre de la parroquia. Se constituyó como parroquia eclesiástica y civil en 1691.

Actividad turística.- Malacatos es uno de los lugares aptos para realizar actividad turística con un maravilloso paisaje con temperatura agradable y lugares de interés turístico que visitar.

Al llegar a Malacatos, se respira el aroma a café, caña de azúcar, naranjos, entre otros productos que hacen a esta región eminentemente agrícola, creando un paisaje floreado casi todo el año, debido a la fertilidad de su suelo y al agradable clima que posee, este es otro paraíso de nuestro Ecuador.

La arquitectura de esta parroquia mantiene un estilo tradicional – republicano que conserva la identidad de lo que fueran las viviendas en el centro de la ciudad de Loja en la época republicana; por otro lado el conjunto de viviendas que actualmente rodean el parque de Malacatos no ha sufrido modificación alguna, conservando su arquitectura.

Principales atractivos turísticos culturales de Malacatos

- Plaza central
- Arquitectura del lugar
- Fiestas del señor de la Caridad
- Fiestas de Parroquialización
- Moliendas o trapiches
- Comidas típicas
- La casa del bizcochuelo
- Piladoras y tortadoras de café

Principales atractivos turísticos naturales de Malacatos

- Río Malacatos

- Sendero Caxarumi
- Centro Recreacional Malacatos (Loja, MALACATOS, 2014).
- Cerros: La Mina y Pan de azúcar.

4.2.4 Descripción de la Finca Cafetalera “Fernández”

La Finca Cafetalera “Fernández” se encuentra ubicada en la Parroquia Malacatos a 33 km de la ciudad de Loja, en el sector la Trinidad a 2 km del centro de Malacatos, posee un clima de 18°C - 28°C, ubicado a una altura de 1450 msnm.

Esta propiedad lleva el nombre de finca cafetalera “Fernández”, el propietario o dueño de la finca integral es el Lic. Didio Fernández, esta finca se caracteriza por la producción de café de alta calidad que conjuntamente con un integrante de la familia el Lic. Patricio Sánchez comercializa el Café llamado “Mandango” totalmente orgánico, esta persona es el dueño de la marca del producto mencionado.

Dicha empresa es familiar, no existe un organigrama del personal de trabajo de lo contrario todos los integrantes de la familia trabajan de forma general ayudando y cumpliendo con las diferentes actividades y responsabilidades en la finca “Fernández”.

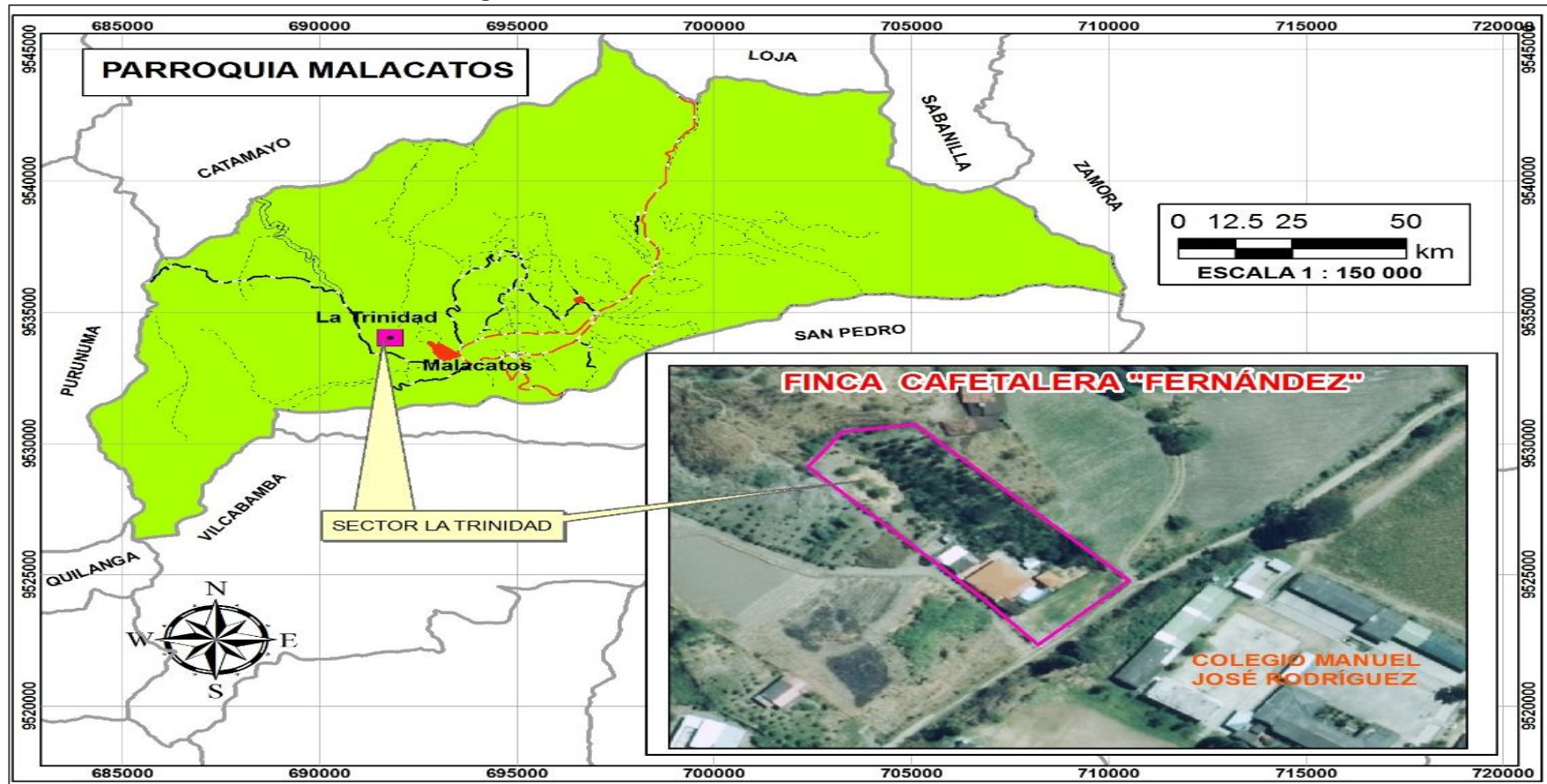
Es una finca familiar con una extensión de media hectárea, dedicada a la producción de café y árboles frutales como: papaya, naranja, aguacate, limón, mango, guanábana, guaba, guabo, naranja, zapote, níspero, limón injerto, lima, mandarina, etc., dichos productos son totalmente orgánicos.

Así mismo es un lugar apto para disfrutar en familia y amigos, posee un mirador donde podemos observar un paraíso encantador rodeado con la naturaleza y parte de Malacatos, un sendero con un recorriendo de 20 minutos de distancia en donde podrá recorrer por medio de los sembríos de café y árboles frutales acompañado del guía o propietario de la finca, el cual le dará datos y explicaciones generales de la finca.

Dentro de la infraestructura de la finca “Fernández” cuenta con: una zona de restaurante, trapiche, piscina e hidromasaje, canchas deportivas y mesas de juegos para disfrutar de un buen esparcimiento y recreación.

Así mismo posee una sala de procesamiento y demostración del “Café Mandango” orgánico, en donde podrá observar una demostración de todo el proceso de la fabricación desde la siembra hasta el producto final del café característico o producto estrella de la finca y finalmente podrá degustar del sabroso “Café Mandango” orgánico, un café elaborado con materia prima de alta calidad; parte del Café es producido en esta finca integral y Vilcabamba y otro porcentaje se obtiene de otros lugares como: Olmedo y Chaguarpamba, y finalmente café que otorga la organización PROCAFEQ (Organización de Pequeños Productores de los Cantones de Espíndola, Quilanga, Gonzanamá, Clavas y Sozoranga); la elección del lugar de obtención del café depende de acuerdo a la calidad.

Figura N° 4 Ubicación de la Finca Cafetalera "Fernández"



Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1 Métodos y técnicas

5.1.1 Métodos

Método Deductivo.- se lo uso para descubrir los hechos verídicos generales de la parroquia de Malacatos y de la Finca “Fernández”.

Método inductivo.- este método me ayudó generalizando factores y datos contemplados, información que se aplicó sobre el desarrollo del trabajo.

Método Descriptivo.- lo utilice para indagar datos y características de la población en general dentro del campo de estudio.

Método Analítico.- método que me ayudó a investigar como es la interacción y comportamiento de la población permitiendo comprender y analizar diferentes hábitos.

5.1.2 Técnicas

La Encuesta.- sirvió para obtener información real por parte de la población que nos ayudó analizar cuáles son sus principales preferencias.

La Entrevista.- dirigida a personas claves involucradas con el proyecto logrando conocer la realidad en diferentes ámbitos sociales, culturales, políticos, económicos y ambientales internamente y externamente de la zona de investigación.

La Observación directa.- nos permitió constatar y comprobar los hechos en el lugar de estudio.

Revisión bibliográfica.- se utilizó diferentes fuentes de información escrita sobre el tema de investigación.

Método Análítico Rápido y Planificación Participativa (MARPP): me ayudó con la socialización ordenada básicamente con el cumplimiento del tercer objetivo propuesto.

FODA.- se logró detectar las fortalezas y debilidades de la empresa, las oportunidades y amenazas del ámbito externo que dio lugar al planteamiento de objetivos estratégicos a favor de la finca “Fernández”.

Metodología por objetivos

En el desempeño del primer objetivo: **Realizar un diagnóstico turístico de la Finca Cafetalera “Fernández” en la Parroquia Malacatos, Cantón y Provincia de Loja,** se ejecutó con la utilización del método descriptivo, deductivo y analítico mediante el cual permitió conocer cuáles son los datos generales y las características de la población, así como conocer las necesidades y las nuevas tendencias de mercado, situación económica, actividades que realizan y la situación actual en el sector.

Se realizó con el uso de la técnica de la observación directa es decir se acudió a la parroquia de Malacatos y al sector la Trinidad lugar donde se encuentra la finca cafetalera “Fernandez”, permitió conocer los hechos reales que posee el lugar y la población, se efectuó fichas descriptivas de atractivos turísticos; fichas de inventarios de atractivos turísticos del MINTUR a los principales atractivos turísticos de la parroquia de Malacatos, del sector la Trinidad y atractivos dentro de la finca cafetalera “Fernandez”, se utilizó información del Ministerio de Turismo, del GAD DE Malacatos, datos de la finca cafetalera “Fernandez” y fuentes de investigaciones en la pagina web; una vez finalizado la fichas de inventario se procedió hacer la jerarquización dependiendo de la metodología para inventarios de atractivos turísticos del MINTUR.

Se desarrolló entrevistas al Lic. Didio Fernández propietario de la finca, al Lic. Patricio Sánchez encargado del tema del café y al Presidente del GDP

de Malacatos, con la finalidad de obtener información interna y externa que aporten para el avance del trabajo de investigación.

De la misma manera se realizó una encuesta que sirvió para la recopilación de información, para conocer la opinión de los ciudadanos sus comportamientos, hábitos, estado y las nuevas tendencias que poseen, con preguntas abiertas y cerradas.

Tipo de muestra

El universo que se tomó en cuenta con proyecciones y datos hasta el año 2015 es a la población económicamente activa (PEA) de la Ciudad de Loja con 91.276 habitantes (ver Cuadro N°1), sumado el total de la población económicamente activa (PEA) de la Parroquia de Malacatos 2.821 habitantes (ver Cuadro N°2) y el número de turistas anual que ingresaron a la Ciudad de Loja 2.899 (ver Cuadro N°3), sumados se obtuvo 96.996 personas que sirvieron para el tipo de muestra.

Cuadro N° 1 Proyección Población Económicamente Activa de la Ciudad de Loja

Género	Habs	TC	2011	2012	2013	2014	2015
Mujeres	33397	2,65%	34282	35190	36123	37080	38063
Hombres	44922	2,65%	46112	47334	48589	49876	51198
TOTAL	78319	2,65%	82405	84537	86725	88971	91276

Fuente: Censo INEC 2010.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 2 Proyección de los habitantes Parroquia de Malacatos

Género	Habs	TC	2011	2012	2013	2014	2015
Mujeres	739	1,36%	749	759	770	780	791
Hombres	1898	1,36%	1924	1950	1976	2003	2031
TOTAL	2637	1,36%	2673	2709	2746	2783	2821

Fuente: Censo INEC 2010.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

<p>Nomenclatura Habs: Habitantes TC: Tasa de crecimiento</p>

Cuadro N° 3 Turistas que ingresaron a la ciudad de Loja en el año 2015

TURISTAS EN LA CIUDAD DE LOJA	Año 2015
TOTAL	2899

Fuente: Ministerio de Turismo (MINTUR)
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Para obtener el número de encuestas se utilizó la siguiente fórmula:

Representando:

z: nivel de confianza 1.96

q: probabilidad de favor 0.5

p: probabilidad en contra 0.5

N: universo

e: margen de error de estimación (0.05)

Desarrollo de la fórmula:

$$n: \frac{z^2 * p * q * N}{Ne^2 + (z^2 * p * q)}$$

$$n: \frac{(1.96)^2 * 0,5 * 0,5 * 96996}{96996 * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n: \frac{3,8416 * 24,249}{242,44 + 0,9604}$$

$$n: \frac{93154,9584}{243,4504}$$

$$n: 382,64 = 383 \text{ Encuestas}$$

Con el desarrollo de la fórmula se sacó como conclusión que se realizó encuestas a 383 personas.

Segmentación de mercado para la aplicación de encuestas

Cuadro N° 4 Segmentación de Mercado

Localidad	Habitantes	Universo total	%	Nº encuestas total aplicar	Nº de encuestas por zona
Loja	102.192	107.912	95%	383	363
Malacatos	2.821	107.912	3%	383	10
Turistas	2.899	107.912	3%	383	10
TOTAL			100%		383

Fuente: Cuadro1, Cuadro 2 y Cuadro 3.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

La segmentación se determina con el total de encuestas a aplicar 383 por el porcentaje que le pertenece a cada lugar y dividido para el 100% obteniendo 363 en Loja, 10 en Malacatos y 10 en turistas.

Se efectuó el análisis de la herramienta FODA donde se analizó e investigó las situaciones externas y las características internas, describiendo cada una de las fortalezas factores positivos con los que cuenta la finca cafetalera “Fernández”, las oportunidades aspectos que aprovechamos con el uso de las fortalezas, las debilidades factores negativos y las amenazas aspectos del entorno que pueden obstaculizar el logro de nuestros objetivos planteados.

Finalmente se aplicó la Matriz Evaluadora de Factores Externos (MEFE) que permitió reducir y evaluar toda la información externa y la Matriz Evaluadora de Factores Internos (MEFI) igualmente evaluó la información encontrada dentro de la empresa y de esta forma se realizó la formulación de estrategias a seguir.

En el cumplimiento del segundo objetivo: **Proponer el Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “Fernández” en la parroquia Malacatos, Cantón y Provincia de Loja**, se efectuó mediante los datos que se obtuvo en el diagnóstico turístico, además del uso de

método inductivo y analítico que nos sirvió para razonar y deducir la información obtenida y así poder mostrar punto por punto lo que contiene la propuesta.

Finalmente para el desarrollo del tercer objetivo: **Socializar la propuesta del Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “Fernández” en la parroquia Malacatos, Cantón y Provincia de Loja a las Autoridades como a la sociedad civil**, se ejecutó con el Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARPP) en el cual se desarrolló en tres fases:

1. Se realizó una convocatoria previa a todos los involucrados de las instituciones y comunidad en general.
2. Se expuso la propuesta del trabajo de investigación a todos los asistentes.
3. Se recopiló sugerencias y propuestas por todos los asistentes.

6. RESULTADOS

6.1 DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE LA FINCA CAFETALERA “FERNÁNDEZ” EN LA PARROQUIA MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA.

6.1.1 Análisis externo

6.1.1.1 Factor demográfico

Según datos del INEC la ciudad de Loja en el año 2010 tienen una población de 180.617 habitantes, 86.631 hombres y 93.986 mujeres con una tasa de crecimiento de 2,84% en los hombres y 2,48% en las mujeres.

Así mismo el cantón Loja posee una Población Económica Activa de 91.978 según el Censo 2010 y la ciudad de Loja con un PEA de 78.319 personas; mediante la proyección se pudo determinar que en la ciudad de Loja la población en el año 2015 es de un incremento de 91.276 habitantes.

Cuadro Nº 5 Proyección de la Población Económicamente Activa de la Ciudad de Loja al año 2015

Género	Habs	TC	2011	2012	2013	2014	2015
Mujeres	33397	2,65%	34282	35190	36123	37080	38063
Hombres	44922	2,65%	46112	47334	48589	49876	51198
TOTAL	78319	2,65%	82.405	84.537	86.725	88.971	91.276

Fuente: INEC, Censo de Población y Vivienda 2010.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

La parroquia Malacatos tiene una superficie aproximada de 20.645,38 ha, que corresponden a 3,75 % del cantón Loja y el 0,64 % a nivel provincial.

Así mismo en la Parroquia de Malacatos existe una población de 7.114 habitantes, 3.577 hombres y 3.537 mujeres con una tasa de crecimiento de 1,32% en los hombres y 1,42% en las mujeres. La población mayoritaria es masculina y fundamentalmente joven, ya que el 56,45 % está en el rango de 0 a 29 años.

Cuadro Nº 6 Población de la Parroquia Malacatos por rango de edad

Grupo de edad	Hombres	Mujeres	Total	%
Menor de 1 año	50	56	106	1,49
De 1 a 4 años	255	255	510	7,17
De 5 a 9 años	400	383	783	11,01
De 10 a 14 años	446	406	852	11,98
De 15 a 19 años	358	373	731	10,28
De 20 a 24 años	289	275	564	7,93
De 25 a 29 años	240	231	471	6,62
De 30 a 34 años	193	220	413	5,81
De 35 a 39 años	181	183	364	5,12
De 40 a 44 años	160	178	338	4,75
De 45 a 49 años	146	163	309	4,75
De 50 a 54 años	155	145	300	4,22
De 55 a 59 años	146	141	287	4,03
De 60 a 64 años	134	117	251	3,53
De 65 a 69 años	120	118	238	3,35
De 70 a 74 años	100	118	218	3,06
De 75 a 79 años	81	71	152	2,14
De 80 años y más	71	47	227	3,19
Total	3526	3480	7114	100 %

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Mercy Etefvina Yunga Cueva.

Desde el 2010 (último censo) hasta el 2020, la población de la parroquia de Malacatos experimentará un crecimiento significativo, de acuerdo a las proyecciones de población del INEC, que va desde los 7.114 (2010) a 9.076 habitantes (2020).

La población tanto a nivel de provincia, cantón y parroquia ha tenido una tasa de crecimiento en alza; en la parroquia de Malacatos la tasa de crecimiento para el año 1990- 2001 fue de 0,37 % y para el año 2001-2010 fue de 1,36 %.

En la parroquia Malacatos este incremento en la tasa de crecimiento puede deberse a varias razones: posiblemente una de las más relevantes es que la parroquia es considerada como un centro turístico, ha sido el sitio elegido como residencia ocasional, segunda residencia, o permanente por personas de la ciudad de Loja y extranjeros, debiendo poner atención al hecho de que una cantidad creciente de profesionales jubilados de la ciudad de Loja se encuentran en dicho rango.

Se considera que en el año actual 2016 se tiene un incremento de habitantes de 7.718 habitantes en la Parroquia de Malacatos.

Cuadro N° 7 Proyección de la población de la Parroquia de Malacatos año 2016.

Género	Habitantes	Tasa crecimiento (2,65%)	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Mujeres	3.537	1,42%	3.587	3.638	3.690	3.742	3.795	3.849
Hombres	3.577	1,32%	3.624	3.672	3.720	3.769	3.819	3.869
TOTAL	7.114	1,36%	7.211	7.310	7.410	7.511	7.614	7.718

Fuente: INEC 2010.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Considerando una población económicamente activa (PEA) de 2.637 habitantes (población de 12 años y más) y la población en edad de trabajar PET de 5.715 (más de 10 años). La población ocupada es de 2.577 de los cuales el 19,1% trabajan en relación de dependencia en instituciones del Estado o empresas privadas y el 39,2% trabajan por cuenta propia.

6.1.1.2 Factor económico

La economía es uno de los factores importantes del crecimiento económico, elemento que favorece a la población de todo el país ya que no solo se favorece la población de Malacatos sino la población local y nacional.

La Población Económicamente Activa –PEA- de la parroquia de Malacatos desarrolla como actividades principales la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (41,5% de la PEA); la construcción (10,4%); el comercio

(9,76%); y, la manufactura (7,57%) seguidamente de otras ramas existentes.

Cuadro N° 8 PEA de la parroquia de Malacatos, según ramas de actividad

RAMA DE ACTIVIDAD	POBLACIÓN	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1.097	41,51
Explotación de minas y canteras	15	0,57
Industrias manufactureras	200	7,57
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	8	0,30
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	11	0,42
Construcción	275	10,40
Comercio al por mayor y menor	258	9,76
Transporte y almacenamiento	98	3,71
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	54	2,04
Información y comunicación	17	0,64
Actividades financieras y de seguros	7	0,26
Actividades profesionales, científicas y técnicas	23	0,87
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	14	0,53
Administración pública y defensa	72	2,72
Enseñanza	85	3,22
Actividades de la atención de la salud humana	35	2,32
Artes, entretenimiento y recreación	1	0,04
Otras actividades de servicios	31	1,17
Actividades de los hogares como empleadores	84	3,18
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	3	0,11
No declarado	189	7,15
Trabajador nuevo	66	2,50
Total	2,643	100,00

Fuente: INEC 2010.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

La agricultura y ganadería practicada en la parroquia es de preferencia para el consumo local y abastecimiento de la ciudad de Loja. La construcción que ha sido una actividad importante donde se ocupa la mano de obra itinerante de la agricultura, ha decaído durante el último año. El comercio realizado al por mayor y menor genera empleo y sirve para complementar los ingresos familiares. La manufactura está vinculada preferentemente a

la producción de panela y aguardiente que extraen en base a la caña de azúcar así como también ladrillos y elaboración de artesanías.

La población económicamente activa coincide con la economía por sectores en la que predomina el sector primario (agricultura y ganadería), y terciario (comercio y servicios). El sector terciario ha visto incrementado su peso en la economía parroquial fundamentalmente por el aumento de la oferta turística.

Un elemento importante a considerar y abordar en la dinámica económica local es la disminución del número de molindas existentes, lo que a su vez repercute en la baja de fuentes de trabajo y en la pérdida de un valor simbólico trascendente. De igual forma dentro de Malacatos la población posee una gran capacidad para ejecutar multi-actividad es lo que repercute en un mayor ingreso económico.

Según el PEA por género se tiene que el 29.3% de la PEA ocupada en agricultura, silvicultura, caza y pesca es femenina, lo que permite deducir el significativo rol de las mujeres en el desarrollo del sistema económico productivo, pues asumen un papel activo debido a la migración temporal de la mano de obra masculina, dada a su vez por la estacionalidad de la agricultura, pero a la vez evidencia su invisibilización puesto que se considera esta actividad como parte de sus roles de ama de casa.

La actividad donde mayormente se ocupan las mujeres es el comercio al por mayor y al por menor, sea como propietarias de los mismos o como asalariadas. La actividad comercial al por menor, se refiere especialmente en la zona urbana a la instalación de tiendas en las viviendas en las cuales se expenden productos básicos, y en la zona rural a la venta a filo de carretera de diversos productos de las huertas y en ferias libres que se realizan en la parroquia, los cuáles constituyen un mecanismo para que las amas de casa contribuyan a complementar los ingresos de la familia. Además, las mujeres se ocupan en el sector público y en actividades de manufactura.

Los hombres por otro lado, ocupan la mayor parte de su mano de obra en agricultura y ganadería, así como en manufactura y comercio, sea como productores particulares o como asalariados. La diferenciación de las actividades que realizan hombres y mujeres en las mismas ramas de actividad se evidencia por ejemplo en que en el comercio los hombres se dedican a la comercialización de productos agropecuarios y ganado bovino, cultivados y criados para estos fines, mientras las mujeres venden animales menores y en las tiendas en la zona urbana. En la manufactura los hombres trabajan en las molindas o ladrilleras, mientras las mujeres en artesanías y otras actividades que requieren menor esfuerzo físico.

La Población Económicamente Activa de acuerdo a las categorías de ocupación, está dada en Malacatos por la agricultura, comercio y manufactura pues en estas actividades se incluyen a las personas, hombres y mujeres, que realizan la misma por cuenta propia, como jornaleros o como empleados u obreros. El 39,15% de la PEA está constituida por trabajadores o emprendedores por cuenta propia; con el 29,1 % se tiene a los jornaleros o peones; mientras que empleados u obreros privados con el 12,38 % y el porcentaje restante en otras.

Cuadro Nº 9 PEA de la parroquia de Malacatos, según categorías de ocupación

CATEGORÍA DE OCUPACIÓN	POBLACIÓN	%
Empleado/a u obrero/a público	172	6,67
Empleado/a u obrero/a privado	319	12,38
Jornalero/a o peón	750	29,1
Patrono/a	47	1,82
Socio/a	11	0,43
Cuenta propia	1.009	19,15
Trabajador/a no remunerado	48	1,86
Empleado/a doméstico/a	97	3,76
Se ignora	124	4,81
TOTAL	2.577	100

Fuente: INEC 2010.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Se observa la pluriactividad que realizan los habitantes de la parroquia de Malacatos en el propio territorio (agricultura, comercio, manufactura,

artesanías, turismo), precisando que el trabajo de las mujeres y los jóvenes contribuye a través de la misma a dinamizar la economía de la parroquia.

Principales productos del sector

La Parroquia Malacatos está entre los principales proveedores de productos agropecuarios para la ciudad de Loja. De esto, se concluye que los principales productos que ofrece la parroquia son precisamente los obtenidos a través de la producción primaria, en especial la caña de azúcar, pepino, pimienta, cebada, trigo, fréjol, maíz, papa, arveja, yuca y hortalizas. También son de relevancia los productos del sector de secundario y terciario, como la manufactura (ladrilleras, productos como panela y aguardiente) y de servicios (hospedaje, alimentación, entre otros.).

Actividad forestal

La parroquia no dispone de extensiones forestales productivas de relevancia, apenas existen 80 ha de pino que se encuentran en el sector 1 (Rumishitana) y 20 ha de eucalipto que se ubican en el sector 2 (El Carmen).

Actividad turística

Otra actividad con potencial de desarrollo en la Parroquia de Malacatos es el turismo para lo cual la parroquia dispone de infraestructura que permite aprovechar los sitios con alta importancia paisajística, cultural y natural. De acuerdo al catastro de turismo en la parroquia Malacatos existen nueve establecimientos que ofrecen alojamiento y cinco que brindan alimentación.

Estos establecimientos generan fuertes de empleo para 30 hombres y 48 mujeres de la parroquia (ver Cuadro N° 11 Establecimientos dedicados a la prestación de servicios de alimentación y hospedaje Parroquia de Malacatos).

Cuadro Nº 10 Servicios vinculados a la actividad turística en la Parroquia de Malacatos

ACTIVIDAD TURÍSTICA	SUBACTIVIDAD TURÍSTICA	# DE ESTABLECIMIENTOS	EMPLEADOS		
			HOMBRES	MUJERES	TOTAL
ALOJAMIENTO	Hostería	5	15	35	50
	Pensión	2	3	1	4
	Hotel residencia	1	1	1	2
COMIDAS Y BEBIDAS	Restaurante	4	8	9	17
	Discoteca	1	3	2	5
	TOTAL	13	30	48	78

Fuente: Catastro MINTUR.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 11 Establecimientos dedicados a la prestación de servicios de alimentación y hospedaje Parroquia de Malacatos

ACTIVIDAD TURÍSTICA	SUBACTIVIDAD TURÍSTICA	Nro. DE ESTABLECIMIENTOS	OBSERVACIONES
ALOJAMIENTO	Hosterías	5	
	Hoteles	4	
COMIDAS Y BEBIDAS	Picanterías	19	3 en Tres Leguas, 6 en Rumishitana, 1 en el Porvenir, 7 en Landanguí, 2 en la vía Malacatos-El Tambo
	Restaurantes	26	
	Fruterías y tiendas	7	6 fruterías y 1 sitio de venta de bizcochuelos (La casa del bizcochuelo)
	Discotecas	1	
	Total	62	

Fuente: Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial Malacatos.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Los lugares de interés turístico dentro de la Parroquia de Malacatos son los siguientes:

- Los cerros La Mina, Yunanga y el Pan de Azúcar, poderosos vigilantes llenos de encanto y belleza paisajística.



Foto N° 1 Cerro La Mina
Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Malacatos.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Foto N° 2 Cerro Yunanga
Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Malacatos.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Foto N° 3 Cerro Pan de Azúcar

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Malacatos.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

- Las fábricas para el procesamiento de caña de azúcar o también conocidas como molindas o trapiches, donde extraen el guarapo y la cachaza derivados de la caña previa elaboración de la panela o aguardiente, son los productos más famosos y apetecibles.



Foto N° 4 Molienda de Malacatos

Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

- “Los Encuentros”, balneario donde se unen los ríos Uchima y Malacatos, un sitio acogedor que atrae a turistas para disfrutar del ambiente y del agua del río en temporada de carnavales y vacaciones.
- La ruta turística Caxarumi que une el sector de Cajanuma y Rumizhitana (Malacatos) es un sendero turístico importante para los turistas de aventura.



Foto Nº 5 Ruta Caxarumi
Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Malacatos.
Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

- Rumishitana y Landanguí son los sitios más visitados por los turistas los fines de semana para disfrutar de su gastronomía con el ingrediente principal que es la carne de chancho.



Foto Nº 6 Gastronomía de Malacatos (Fritada)
Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Malacatos.
Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

- En la cabecera parroquial se encuentra el Centro turístico recreacional Malacatos, de propiedad del Municipio de Loja, que ofrece bajo esta administración infraestructura para el esparcimiento y el deporte.



Foto N° 7 Centro Turístico Recreacional Malacatos

Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

- La feria libre del domingo es otro atractivo turístico comercial de Malacatos que permite el intercambio y venta de productos de la zona y de comerciantes que llegan con ropa y demás productos que no se producen en Malacatos.

Malacatos tiene un gran potencial turístico pero en su mayoría no consigue desarrollarse por la falta de oferta de servicios. En Malacatos apenas un 0,2% de la PEA ofrece servicios de alojamiento y comida; y un 0,04 entretenimiento y recreación.

Manufactura

Otra actividad son los 16 ladrilleros de la parroquia Malacatos que realizan una producción artesanal en vista que sus actividades son netamente

manuales. Dos productores mantienen una producción continúa mientras que los demás dependen de la temporada invernal y su próxima horneada depende de vender primero la anterior.

La producción anual se estima en 1.388.000,00 unidades, con un promedio de producción mensual de 86.750 ladrillos tipo panelón. En las dieciséis ladrilleras de la parroquia Malacatos predomina la mano de obra masculina sin embargo la equidad de género se enfocó a la participación del hombre y la mujer en la actividad ladrillera mencionando que en las ladrilleras de la parroquia Malacatos no existe participación directa de la mujer en las actividades productivas pero si en labores eventuales puntuales como limpieza, despacho y apoyo a la administración de la unidad productiva.

6.1.1.3 Factor político

La parroquia de Malacatos viene trabajando rigiéndose en leyes y está constituido por oficinas gubernamentales y grupos sociales que influyen en las actividades de diversas organizaciones e individuos en la sociedad.

Se ha determinado como enfoque de trabajo el marco jurídico de la Ley orgánica de participación (art. 36) , código civil, decretos ejecutivos de las instituciones como Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, Secretaría Nacional de Gestión de la Política, el decreto ejecutivo Nro. 16 que expide el reglamento para el funcionamiento del sistema unificado de información de las organizaciones sociales y ciudadanas donde además se define instancias, mecanismos, instrumentos, requisitos y procedimientos adecuados para el funcionamiento del Sistema Unificado de Información de las Organizaciones Sociales –SUIOS. En base a este enfoque el análisis de los actores en el territorio se los abordara bajo los siguientes tipos de organizaciones:

Las personas naturales y jurídicas con capacidad civil para contratar y obligarse, en ejercicio del derecho constitucional de libre asociación,

podrán constituir: corporaciones, fundaciones y otras formas de organización social nacionales o extranjeras; y organizaciones con fines de gestión o control social constituidas por instituciones o funciones del Estado, que solicitaren la incorporación al sistema.

En cuanto a los mecanismos de participación ciudadana que se han establecido en la parroquia desde el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Malacatos existen 3: dos instituidos con resolución administrativa y uno de carácter administrativo, al momento se encuentran activos. Los de mayor impacto por su involucramiento y participación son las asambleas barriales.

Cuadro N° 12 Mecanismos de participación parroquial

Tipo de mecanismo	Descripción	Estado	Marco legal
Consejo Parroquial de Planificación	Constituido para definir la planificación, programación, gestión y evaluación estratégica de la Parroquia	Activo	Acta y Resolución de Conformación
Asamblea de Rendición de Cuentas	Instituida para el cumplimiento de la Ley de participación ciudadana y control social	Activo	Acta de Asamblea
Asambleas Barriales Zonales	Implementadas para definir las prioridades de intervención del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial	Activo	Definición administrativa

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Malacatos

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Estructura Institucional.- el GAD parroquial de Malacatos tiene el correspondiente orgánico estructural (ver figura N°5)

Figura Nº 5 Estructura Institucional de GADP de Malacatos (Periodo 2014 – 2019)



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Malacatos.
 Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 13 Gobernanza de la Parroquia de Malacatos (Periodo 2014-2019)

NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO
Área ejecutiva	
Lic. Sandra Marita Rodríguez Carrión	Presidenta
Ing. Fredy Humberto Cuenca Paz	Vicepresidente
Dr. Eli Oswaldo Jiménez Soto	1º Vocal
Sr. Luis Marcelo Ramón	2º Vocal
Tec. Vicente de Paúl Ochoa Lalanguí	3º Vocal
Área operativa	
Lic. Moravia Quizhpe	Secretaria
Lic. María Augusta Ojeda Poma	Tesorera
Ing. Jimmy Patricio Jiménez Delgado	Técnico en proyectos civiles
Ing. Cesar Puchaicela Tene	Técnico forestal
Ing. Danner Eduardo Arévalo Medina	Técnico forestal
Sr. Jorge Tulio Piedra Jiménez	Obrero
Sra. María Estetoria Ordoñez Cavanilla	Auxiliar de Cuidados Infantiles
Sr. Gladis Tatiana Chuya Salinas	Auxiliar de Cuidados Infantiles
Sr. Rigoberto Valdivieso	Chofer de volquete
Sr. Federico Nemesio Holguín Rendón	Operador de retroexcavadora
Sra. Verónica Elizabeth Paz Jara	Auxiliar de Cuidados Infantiles
Sra. Karina Alexandra Gaona Medina	Auxiliar de Cuidados Infantiles

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Malacatos.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Se ha determinado la presencia de funcionarios, que cumplen sus funciones de acuerdo al orgánico estructural vigente y al marco de los convenios firmados con el MIES y con el MAE, poseen un nivel profesional adecuado a sus funciones, además cumplen las disposiciones legales sobre la administración del talento humano. El Gobierno Autónomo Parroquial de Malacatos no posee un sistema automatizado para el control de talento humano.

El Gobierno Autónomo descentralizado Parroquial de Malacatos mantiene una página web (<http://gadmMalacatos.gob.ec>), en la cual esta consignada la información general de la Institución y Parroquia como Transparencia, rendición de cuentas, turismo, contactos. Posee software para el manejo contable, y una red de internet inalámbrica provista por la empresa pública estatal de comunicaciones.

La Parroquia Malacatos se encuentra conformada por 82 barrios, divididos en ocho sectores.

Cuadro N° 14 Barrios de Malacatos

Nº	SECTORES	BARRIOS
1	Rumizhitana	Rumishitana, Tres Leguas, Mizquiagu, Granadillos, Santa Gertrudis, El Porvenir, Nangora, Potopamba, La Era, Yamba, Los Lirios.
2	El Carmen	Landangui, Orta, Naranjo, Prado Alto, Prado Bajo, El Carmen, El Sauce.
3	Belén	Belén, Palanda, San Francisco Alto, San Francisco Medio, La Florida, Granja, San José de las Peñas, San José Alto, La Calera.
4	Pedregal	Saguaynuma, Pedregal, Picotas, Cobalera, Jabonillo.
5	San José de Ceibopamba	San José de Ceibopamba, Naranjo Dulce, Santo Domingo Chinguilamaca.
6	Trinidad	Trinidad, Ceibopamba, Trinidad Alto, Santanilla, Santana, Santa Cruz, Country club (privado)
7	Taxiche	Taxiche, Cabianga, Tariana.
8	Malacatos	Barrio Central, La Recta, El Vergel, El Retorno, Mirador, Cementerio.

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Malacatos.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.1.1.4 Factor tecnológico

Servicio de comunicación o telecomunicaciones

En parroquia de Malacatos se ha registrado una antena de telecomunicación destinada para telefonía celular. Según datos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, en el 2012 existían 812

líneas telefónicas asignadas, que llega al 43,52% de hogares, mientras que el servicio de internet, llega a 2,2% de familias.

Los datos anteriores confirman la realidad de los barrios en el acceso a estos servicios, que la mayoría están concentrados en la cabecera parroquial, mientras que barrios rurales en un gran número la comunicación es precaria, por falta de cobertura o recursos económicos para adquirir el servicio

Telefonía móvil

Según el Censo de Población y Vivienda 2010 de los 1.866 hogares de la parroquia de Malacatos, el 70,10 % poseen telefonía móvil un 29,90 % de déficit de cobertura, además posee cobertura 1W, que significa que los niveles de señal en la parroquia son óptimos y permite que los usuarios tengan muy buena cobertura en cualquier punto de la población indicada, aun dentro de casas y domicilios.

Telefonía fija

Según el Censo de Población y Vivienda 2010 de los 1.866 hogares de la parroquia de Malacatos, el 85,85 % presentan déficit de cobertura fija, mientras el 14,15 % de hogares se benefician del servicio de telefonía fija.

Disponibilidad de Internet

Según el Censo de Población y Vivienda 2010 de los 1.866 hogares de la parroquia Malacatos, el 1,82 % poseen el servicio de Internet en sus viviendas, mientras que el resto de hogares presentan déficit en el servicio de internet.

6.1.1.5 Factor socio – cultural

Se entiende el factor socio-cultural como la realidad social de un medio o cultura determinada.

Es así que el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo) señala, que los factores de desarrollo son: migración, desigualdad, educación, salud, matrimonio... etc.

En este análisis mencionaremos algunas condiciones, estilos y formas de vida de la población de la parroquia de Malacatos.

De las parroquias rurales de la ciudad de Loja, la más poblada es Malacatos con un peso poblacional respecto al Cantón del 3,31% siendo esto elemental si se analiza con las funciones que cumple esta parroquia, de tipo turístico y de descanso.

Vivienda

En la parroquia Malacatos la mayoría de los habitantes tienen vivienda propia y en un bajo nivel carecen de vivienda propia, los materiales de construcción de dichas viviendas predominan las de paredes de ladrillo o bloque, de teja y en el piso ladrillo o cemento.

Pobreza

La pobreza en necesidades básicas insatisfechas de Malacatos existe en mayor cantidad en las zonas rurales de la localidad en que el que día a día ha disminuido con el esfuerzo y trabajo de las autoridades y comunidad en general por trabajar por el adelanto del sector.

Migración

Los moradores de la parroquia mantienen un fuerte arraigo a su tierra natal, Malacatos cuenta con 7.114 habitantes de los cuales han sido nacidos en este lugar y actualmente residen en el mismo, en menor cantidad existen personas que residen en otras provincias del país y otros en el extranjero; existe así mismo población que han llegado a vivir a esta tierra hospitalaria siendo importante el número de moradores que han llegado de la provincia

de Loja y otras provincias del país y extranjeros provenientes principalmente del Perú y España.

Los motivos de migración de Malacatos son por crisis económica, motivos de trabajo, por estudios o para reunirse con familiares que viven en el exterior.

Educación

En la parroquia de Malacatos existen establecimientos educativos con varios niveles educativos: Educación Pre-escolar, Educación Básica y Bachillerato. Dentro de la población existen personas que no tiene ningún nivel de instrucción, personas que tienen educación primaria o básica, otros educación secundaria o bachillerato medio, población de educación superior, existiendo también en menor cantidad personas con educación de nivel de postgrado, determinando que en la parroquia Malacatos existe un gran talento humano que aportan al país.

Organizaciones sociales

En la parroquia existen varias formas organizativas. Entre ellas podemos mencionar las organizaciones correspondiente al componente Político – Institucional.

- Asociación Participación Social de Malacatos.
- Consejos Estudiantiles de los tres colegios de bachillerato.
- Pre Asociación de Adultos mayores Nuestra Señora del Carmen”
- Asociación de Turismo “Eterna Primavera”
- Sociedad Obreros de Malacatos
- Asociación de Adultos Mayores de Charlaspamba del Barrio El Carmen
- Asociación de Productores Agropecuarios Nueva Esperanza
- Asociación de Productores de maíz del barrio Ceibopamba
- Asosullak
- Directivas barriales.

- Asociación Frente Social Femenino de Malacatos
- Asociación Comunitaria Niños, Niñas y adolescentes de Malacatos NNAM
- Agroceibo
- Asociación de conservación vial Caminos del Sur
- Cooperativa de transporte mixto en camionetas doble cabina “27 de Febrero”.
- Asociación de Personas con Discapacidad Señor de la Caridad Malacatos
- Liga Deportiva Parroquial de Malacatos.
- Comité de Ejecución y Administración de Proyectos.
- Comuna Cabianga
- Asociación de Maestros de la Zona Escolar ADEMAL
- Grupo Juvenil Manantial de Cristo.
- Junta General de Usuarios del Sistema de Riego Campana
- Junta de Agua Potable Regional Pedregal Saguaynuma y Calera Bajo
- Junta Administradora de Agua Potable y Alcantarillado de El Porvenir.
- Junta Administradora de Agua Potable y Saneamiento de Santo Domingo de Cementera.
- Junta Administradora de Agua Potable de Rumizhitana.
- Junta Administradora de Agua Potable y Saneamiento de Rumizhitana La Era y Yamba.
- Junta Administrada de Agua Potable El Prado-Malacatos.
- Junta Administradora de Agua Potable y Saneamiento del Regional San Francisco Belen y Barrios
- Junta de Riego San Jose de Ceibopamba
- Junta de Riego Moquillo, Encima
- Junta Administradora de Agua Potable del Barrio San José de Ceibopamba
- Junta de Agua Potable Picotas Jabonillo

Grupos culturales

- Grupo de Coro y Teatro “Señor de la Caridad”
- Ballet Folklórico Llaktanachi
- Grupo de danza moderno Evolution

Clubes deportivos no federados de Malacatos

- Club Social Cultural y Deportivo Juventudes de Malacatos
- Club Central de Malacatos
- Club Alianza Juvenil del barrio Rumishitana
- Club Deportivo Chorrillos del barrio Chorrillos
- Club Deportivo “El Carmen” del barrio El Carmen
- Club Deportivo “Los Leones” del barrio El Sauce
- Club Deportivo “Iracundos” del barrio Belén
- Club Deportivo “Independiente” del barrio San Francisco Bajo (Florida)
- Club Deportivo “Taxiche” del barrio Taxiche
- Club Deportivo “Nuevos Horizontes” del barrio Cavianga
- Club Deportivo “Valle de Malacatos” del Centro
- Club Deportivo “La Recta” del barrio La Recta
- Club Deportivo “Real Sociedad” del barrio Saguainuma
- Club Deportivo “Sporting Juvenil” del barrio El Retorno
- Club Deportivo “Nueva Generación” del barrio El Pedregal
- Club “Juventud” del barrio Ceibopamba
- Club Deportivo “Altamira” del barrio San Francisco Alto
- Club Deportivo “Buffalos” del barrio El Sauce
- Club Deportivo “San Francis” del Centro

Grupos Étnicos

Dentro de la parroquia existe la presencia de diversos pueblos y nacionalidades indígenas, afro descendientes, mestizos, montubios, blancos, entre otros.

Cuadro Nº 15 Población de auto identificación étnica en Malacatos

AUTOIDENTIFICACIÓN	INDIGENA	AFRO-ECUATORIANA	NEGRA	MULATA	MON-TUBIA	MES-TIZA	BLANCA	OTRO	TOTAL
TOTAL	8	66	6	12	29	6.832	159	2	7114
7114%	0,11	0,93	0,08	0,17	0,41	96,04	2,24	0,03	100

Fuente: INEC 2010

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Patrimonio cultural y conocimiento ancestral

Sin duda Malacatos tiene variedad de manifestaciones de patrimonio cultural, ya que aún se encuentran vigentes las festividades religiosas, cívicas, costumbres y tradiciones. Aquí existe la artesanía local, fiestas religiosas, gastronomía, etc.

Infraestructura de servicios básicos

Agua potable

En Malacatos existen 19 barrios que obtienen el agua para uso doméstico de red pública y los 31 restantes se abastecen de agua no tratada, podemos deducir que en el Malacatos poseen en su mayoría agua en malas condiciones.

Alcantarillado

El centro urbano de Malacatos, Rumishitana y parte del barrio Taxiche cuentan de servicio de alcantarillado el resto de los barrios carecen de sistemas de alcantarillado y la mayoría dispone de pozos sépticos colapsados, un problema dentro del sector es que existen viviendas que no tienen ninguna conexión para eliminación de excretas, lo que significa que los moradores de estas viviendas realizan sus necesidades a campo abierto.

Servicio de recolección de basura

Con relación a la eliminación de la basura, algunas viviendas de la parroquia, tiene el servicio del carro recolector que lo realiza el Municipio

de Loja, otras residencias desaparecen la basura de formas no adecuadas como arrojando a los terrenos baldíos, viviendas que la quema y otros hogares tienen otras formas de eliminación.

Energía eléctrica

La parroquia de Malacatos tiene una buena cobertura del servicio de energía eléctrica para la población, en razón de que el 96,68 % de viviendas tienen servicio de la red de empresa eléctrica, que en este caso de Malacatos la ofrece la Empresa Eléctrica Regional del Sur EERSA. Que otorga la empresa

Servicio de Salud

La parroquia cuenta con dos centros de salud como son: el sub centro de Salud del Ministerio de Salud Pública ubicado en la cabecera parroquial de Malacatos y el Seguro Social Campesino del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS situado en el sector de Rumishitana.

Servicios financieros

En Malacatos existe una sucursal de la COOPMEGO y CACPE que prestan servicios financieros tales como: créditos productivos, de consumo, microcréditos, así mismo se formaron cajas de ahorro y crédito en los barrios que funcionan en los sectores de Rumishitana y Belén con un bajo nivel de operatividad.

Seguridad humana

En la parroquia Malacatos existe una Unidad de Policía Comunitaria ubicada en la casa comunal, en esta parroquia la seguridad ciudadana no es en general un grave problema por lo que existe un bajo nivel de robos o sucesos peligrosos.

Espacios públicos

Malacatos cuenta con parques y dos áreas naturales protegidas el Parque Nacional Podocarpus y Parque Natural Yacuri, el mercado de Malacatos, un cementerio, varias instalaciones deportivas públicas y privadas como el coliseo de Malacatos, el área de recreación municipal. También existen centros culturales y de esparcimiento ubicados en el núcleo de Malacatos.

Redes viables y de transporte

Malacatos cuenta con una red vial principal pavimentada de doble carril, la vía colectora estatal E682, que la conecta con el cantón y provincia de Loja, se encuentra en condiciones regulares ya que por su uso, condiciones climáticas y geológicas, necesita de un constante mantenimiento. La parroquia Malacatos presenta la mayor cobertura de red vial del 11,81%, después de la parroquia urbana Loja, a nivel cantonal.

Redes viables principales

La parroquia Malacatos cuenta con tres tramos importantes de la red vial principal: El primero que va a la ciudad de Loja desde Malacatos a Tres Leguas pasando por los barrios Landangui, 243 Chorrillos, Nangora, Potopamba, El Porvenir, Rumishitana y Tres Leguas; el segundo tramo de Malacatos vía a Vilcabamba que pasa por los barrios Taxiche, Cabianga, y Cararango; y la tercera de Malacatos al Tambo que comprende los barrios de Trinidad, Ceibopamba, San José de Ceibopamba y Santo Domingo.

Transporte terrestre

Las principales empresas de transporte que cruzan la parroquia Malacatos, no llegan con el servicio a los diferentes barrios de la parroquia, estas unidades de transporte público transitan por el barrio central de Malacatos. No existe un estacionamiento o un lugar donde puedan estacionarse a manera de parada, simplemente estos transportes pasan por la vía a las otras parroquias.

El transporte en los barrios de la parroquia es deficiente, el servicio de camionetas es el que comúnmente las personas utilizan del centro de Malacatos a los barrios y viceversa.

Cuadro Nº 16 Servicio de transporte para acceder a la parroquia Malacatos

NOMBRES DE UNIDADES	RECORRIDO
Sur Oriente	Loja, Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana, Quinara
Unión Cariamanga	Loja, Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana.
Vilcabamba Turis	Loja, Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Quinara
Taxi Ruta 11 de Mayo	Loja, Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba.
Cooperativa de transporte Yanzatza	
Cooperativa de Transporte Nambija	Loja, Malacatos, Vilcabamba, San Pedro de Vilcabamba, Yangana y Zumba.

Fuente: Diagnóstico turístico.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.1.1.6 Factor ambiental:

El ambiente y los seres vivos están en una mutua relación, el ambiente influye sobre los seres vivos y éstos influyen sobre el ambiente y sobre otros seres vivos.

En la parroquia Malacatos se encuentran tres unidades ambientales: Vertientes y Relieves Superiores de las Cuencas Interandinas, Macizos Internos de la Sierra Sur. Relieves de los Fondos de las Cuencas y Valles Deprimidos. Medio Aluvial.

Suelos

Debido a las características climáticas y físicas en la parroquia Malacatos predominan las tierras para la conservación y protección con un 70,07 % de superficie; de estas el bosque húmedo es el más representativo ya que ocupa 4.136,48 ha, a continuación se encuentran las de uso pecuario con un 16,01 % es decir 3.304,30 ha. Las tierras agrícolas, agropecuarias

mixtas suman el 11,79 % de superficie y las tierras de uso antrópico únicamente ocupan el 0,88 %. En cuanto a la parte agrícola el porcentaje de territorio dedicado a esta actividad es muy reducido y alcanza aproximadamente 2.433,58 hectáreas.

Las áreas de pastizales de la parroquia están afectando las fuentes de agua que se ubican en la margen izquierda del río Malacatos; esta tiene limitaciones en cantidad y calidad por encontrarse las captaciones en zonas desprovistas de bosques naturales que afectan la regulación de caudales donde se realizan actividades pecuarias que llegan hasta los cauces de las quebradas, que se convierten en focos contaminantes para el agua de uso doméstico.

Cobertura vegetal y uso del suelo de la parroquia de Malacatos

Bosque húmedo: El bosque húmedo ocupa una superficie de 4.136,48 ha, que representa el 20,04 % de la cobertura vegetal natural. La flora registrada en esta formación son: Podocarpus, cascarilla, ducos, laurel de cera, Cashcos, Pumamaqui, cucharillo, Kike, entre otras.

Bosque seco: Esta formación vegetal se distribuye el centro de la parroquia en pequeñas cantidades. Existe una superficie de 187,80ha, lo que representa un 0,91 % de la cobertura natural total. Algunas especies características identificadas tenemos ceibo, pretino, laurel, bototillo, beldaco, porotón, niguito, entre otras.

Vegetación arbustiva húmeda: La vegetación arbustiva húmeda cubre el 8,71 % equivalente a 1.799,15ha y se encuentra distribuido en la parte centro y sur de la parroquia exceptuando toda la parte oriental. Las especies registradas en esta formación son: principalmente llashipa, pasto yarahua, paja, puya, entre otras.

Vegetación arbustal seca: La vegetación herbácea seca en el cantón, se la encuentra ocupando 3.559,53 ha, que representan 17,24 % de la cobertura vegetal natural.

Vegetación herbácea de húmeda: La vegetación herbácea de humedal en la parroquia, se encuentra, ocupando 1.948,92ha, que representan 9,44 % de la cobertura vegetal natural. Las especies registradas en esta formación son: junco, lechuguin, entre otras.

Vegetación herbácea seca: La vegetación herbácea seca en la parroquia, se la encuentra ocupando 1.621,48ha, que representan 7,85 % de la cobertura vegetal natural del cantón.

Páramo arbustivo: ecosistema tropical alto andino, caracterizado por una vegetación dominante de tipo arbustivo, ocupa una superficie de 769,86 ha, que representa el 3,73 % de la cobertura vegetal natural. Las especies registradas en esta formación son: huicundo, puya, chuquiragua, etc.

Páramo herbáceo. Ecosistema tropical alto andino, caracterizado por una vegetación dominante de tipo herbáceo, ocupa una superficie de 152,93 ha, que representa el 0,74 % de la cobertura vegetal natural. Las especies registradas en esta formación son: paja y cultivos. En lo referente a agricultura, los principales cultivos son: maíz y caña de azúcar artesanal. Con una superficie de 2.433, 68 ha, que representa el 11,79 % de la parroquia de Malacatos. La limitante para los cultivos agrícolas es la disponibilidad de agua de riego, es decir, se trata de cultivos de secano como: pastizales, caña de azúcar, hortalizas y plantas aromáticas.

Pasto cultivado: La explotación pecuaria comprende especialmente el manejo extensivo de bovinos para producción de leche y carne, que contempla 3.302,62 ha de pastizales (16,00 %), principalmente de pasto Saboya en los valles, mientras que el gramalote, raygrass y kikuyo en las zonas templadas más altas. Se cría la raza Holstein y la raza mestiza en las zonas de clima temperado, mientras que en las zonas subtropicales, se

cría las razas Brown Swiss y Brahma, para doble propósito. La ganadería marginal se caracteriza por el predominio de reses de tipo criolla.

Precipitación media mensual

Existe dos estaciones definidas: una donde las lluvias son más abundantes comprendido entre el periodo febrero a abril; y, el segundo período de menos precipitación durante los meses de junio a agosto, con un promedio de precipitación anual de 669,1 mm. Los valores en la parroquia de Malacatos varían desde 600 mm hasta 1.400 mm.

Temperatura

La temperatura del aire es el elemento del clima al que se asigna mayor importancia como causa de las variaciones que experimentan el crecimiento, el desarrollo y la productividad de los cultivos agrícolas. La temperatura promedio anual de la parroquia de Malacatos es de 19,9°C.

Agua

En la parroquia Malacatos se identifican micro- cuencas importantes en las que se encuentran quebradas, ríos y drenajes menores; abastecen de agua para uso doméstico, riego y abrevaderos para los animales.

La parroquia Malacatos tiene una fuente abastecedora de agua para la población de Malacatos, que es la microcuenca Campana con una superficie de 3.383,85 ha. Las demandas de agua para la parroquia Malacatos son de aproximadamente 1495,45 l/s.

Ecosistemas y territorio bajo conservación o manejo ambiental

La parroquia de Malacatos presenta un 15,95 % de su territorio dentro de una categoría del SNAP.

Cuadro Nº 17 Microcuencas en la parroquia de Malacatos

Microcuencas	Descripción
Microcuenca del Río Malacatos	Tiene una superficie de 13.371,68 ha ocupa el 64,77 % del territorio parroquial, cubre toda el área de drenaje que se encuentra desde la unión del río Malacatos con la quebrada Caña Brava, altura del barrio Landanguí. Se identifican dos redes hídricas: la del margen derecho del río Malacatos formada por las quebradas San Francisco, Mizhquiaco, La Era, Motobomba, La Chorrera y el Río Campana; y la del margen izquierdo que la constituyen las quebradas Tres Leguas, Huacamullo, Los Muertos, Nangora/ Quebrada Zapallal, Yunanga, Yunguilla, El Chorrillo y Caña Brava
Microcuenca Santo Domingo	Ocupa 2476,71 ha del territorio y drenan sus aguas al río Chinguilamaca. La red de drenaje que se encuentra en la parroquia está formada por las quebradas Santo Domingo, Naranja Dulce, Picotas, Cobalera y Capulí. La parte alta de la microcuenca está cubierta por pastizales y relictos de bosque natural y en la parte baja las zonas de producción agrícola.
Microcuenca del Río Chonta	La parte del área de drenaje que se ubica en la parroquia ocupa 947,29 ha de su territorio. En esta microcuenca se inicia la zona de bosque y vegetación protectora del Colambo-Yacuri.
Microcuencas de drenajes menores	Ocupan 2.071,38 ha del territorio parroquial; está formada por las quebradas que se encuentran al interior de la parroquia que drenan sus aguas a los ríos Malacatos, Solanda y Uchima; al río Malacatos drenan las quebradas Pilaraca, San Francisco, y Trinidad; al río Solanda las quebradas Guararás, Pailón y Las Cochas; y al Uchima la red hídrica está formada por pequeñas quebradas de recorrido corto.

Fuente: Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial Malacatos.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 18 Uso del agua en la parroquia de Malacatos

USO	CAUDAL l/s	%
Uso domestico	23,84	1,59
Riego	1.450,76	97,01
Agua potable	2,94	0,20
Piscícolas	16,06	1,07
Abrevaderos	1,85	0,12
TOTAL	1495.45	100%

Fuente: SENAGUA, 2012

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Las áreas que se encuentran bajo conservación y manejo ambiental de la parroquia Malacatos son:

Parque Nacional Podocarpus PNP

Parque Nacional "Colambo Yacuri"

De acuerdo con el Ministerio del Ambiente del Ecuador (2013), en su libro de Sistema de Clasificación de los Ecosistemas del Ecuador, en la parroquia Malacatos se encuentra de forma predominante los siguientes ecosistemas:

Bosque siempre verde montano del sur de la Cordillera Oriental de los Andes: representa el 14,43 % del área parroquial; es un ecosistema donde el dosel alcanza los 20 m.

Bosque y arbustal semideciduo del sur de los Valles Representa el 12,85 % del área parroquial; se compone de bosques con un dosel abierto que alcanza entre 8 y 12 m de alto.

Arbustal semideciduo del sur de los Valles Representa el 11,97 % del área parroquial, se compone por vegetación abierta baja, forma matorrales enmarañados que alcanzan alturas entre 6-8 m.

Dentro de la fauna de la parroquia de Malacatos existe una diversidad de especies como mamíferos: oso anteojos, tapir o danta, cervicabra, ardilla, guatusa, zorrillo, chucuri, raposo, murciélago, conejo, guanchaca, cabeza de mate y lobo de páramo; aves como pava de monte, quinde cola azul, colibrí, búho, vencejo con, tórtola, paloma callejera, paloma tuga, mirlo grande, loro, gavián, carpintero, gallinazo, tordo y garrapatero; reptiles: culebra boba, equis, coral, víbora, estrella y mariposa.

6.1.2 Análisis interno

La finca cafetalera “Fernández” se encuentra a 1480 m.s.n.m, con una temperatura promedio de 18° a 24°C, con una extensión de media hectárea; ¼ de extensión dedicados básicamente al cultivo de café orgánico y plantas frutales.

El propietario de la finca lo denomina finca integral y está legalmente registrada en el registro de la propiedad.

En dicha finca existen 4 personas 2 de género masculino y 2 de género femenino, con edades promedias entre 40 a 65 años.

Cuadro N° 19 Personas existentes en la finca cafetalera “Fernández”

GÉNERO	NÚMERO DE PERSONAS	EDADES
Masculino	2	42 – 61 años
Femenino	2	40 – 65 años

Fuente: Diagnóstico Turístico.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Las personas dentro de la finca son consideradas personas económicamente activas los cuáles trabajan en instituciones públicas y privadas aportando a la economía del país.

Los miembros de la finca no han migrado en ninguna ocasión, por lo que cuentan con fuentes de trabajo para poder sustentarse.

La finca integral cafetalera “Fernández” no cuenta con un organigrama estructural del personal existente, por la razón de ser una finca familiar, todos trabajan en conjunto cumpliendo las distintas actividades y responsabilidades dentro de la finca.

Dentro del talento humano la finca cuenta con personas capacitadas y preparadas: el Ing. Patricio Sánchez tiene conocimientos de catación de café, la Ing. Paulina Fernández es Ingeniería Agrónoma, el Ing. Didio

Fernández Guarnizo es Ingeniero en Agroindustrias de los Alimentos, personas preparadas para el fortalecimiento de la finca cafetalera.

Cuadro N° 20 Talento humano de la finca cafetalera “Fernández”

Nombres y apellidos	Cargo	Ocupación	Edad
Lic. Didio Gustavo Fernández Lasso	Propietario	Jubilado	67
Ing. Hugo patricio Sánchez vera	Dueño del Café Mandango orgánico	Trabajador privado	42
Ing. Paulina Vanesa Fernández Guarnizo	Ayudante	Trabajador pública	40
Sra. Judith Amada Guarnizo Jiménez	Ayudante	Ama de casa	65
Ing. Didio Gustavo Fernández Guarnizo	Ayudante ocasional	Trabajador privado	42

Fuente: Diagnóstico Turístico.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Dentro de las actividades económicas dentro de la finca, la actividad más sobresaliente es el procesamiento y venta del café orgánico Mandango, otras actividades económicas como la siembra y recolección de frutas que sirven para el autoconsumo propio. La mencionada finca se sustenta aproximadamente en un 70 % por la comercialización del café y el 30% por recursos propios del propietario Lic. Didio Fernández.

La finca posee cultivo del café y una amplia gama de árboles frutales.

La finca tiene un gran potencial turístico pero no consigue desarrollarse por la falta de oportunidades de insertarse en el mercado teniendo así: un espacio de interés comercial como el cultivo procesamiento de café orgánico que se lo realiza de forma industrial y tradicional, así como espacios de interés turístico como: un mirador donde se puede observar hermosas vistas panorámicas del sector La Trinidad y de la belleza paisajística del valle de Malacatos y un trapiche artesanal que sirve para la extracción del jugo de la caña; de igual forma la finca cuenta con una

excelente infraestructura para servicios de restaurante, piscina e hidromasaje, juegos de pin pon, villa y canchas deportivas de básquet y vóley, el conjunto de todos estos atractivos, infraestructura y servicios llegan hacer de esta finca un producto turístico para ser aprovechada en el mercado del turismo.

Cuadro Nº 21 Plantas existentes en la Finca Cafetalera “Fernández”

Nombre común	Nombre científico
Café	<i>Coffea arábica</i>
Caña de castilla	<i>Arundo donax</i>
Naranja dulce	<i>Citrus sinensis</i>
Naranja Agria	<i>Citrus aurantium</i>
Limón	<i>Citrus aurantifolia</i>
Limón Injerto	<i>Limón Tahití o persa</i>
Lima	<i>Citrus aurantifolia</i>
Mandarina	<i>Citrus nobilis</i>
Guanábana	<i>Annona muricata</i>
Guabilla	<i>Psidium sartorianum</i>
Papaya	<i>Carica papaya</i>
Mango	<i>Mangifera indica</i>
Zapote	<i>Manilkara zapota</i>
Níspero	<i>Eriobotrya japónica</i>
Morera	<i>Morus alba</i>
Chachafruto	<i>Erythrina edulis</i>
Aguacate	<i>Persea americana</i>
Guineo	<i>Musa paradisiaca</i>
Achiote	<i>Bixa Orellana</i>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

El café que produce esta finca, más el café que se obtiene de otros lugares de la provincia de Loja es de alta calidad trabajando específicamente con

la organización PROCAFEQ o FAPECAFES organización que garantiza la calidad de café en grano verde, la finca no es reconocida en el mercado, pero en el futuro se pretende que la finca sea reconocida juntamente con la empresa AGROBAMBA y marca y nombre del producto café Mandango Orgánico ya que este producto procesado ya se encuentra posicionado en el mercado con reconocimientos recientes como es el primer lugar de la mejor marca de café de la provincia de Loja organizado por el Gobierno Provincial de Loja.

Una explicación del nombre de Café Mandango orgánico se debe al cerro Mandango situado en la Parroquia de Vilcabamba razón por lo que Vilcabamba es más reconocido a nivel nacional e internacional turísticamente como el Valle de la longevidad que se encuentra a tan solo 7 Km de la finca, además por motivo que la planta procesadora del café en un principio se pensó ubicarla en Vilcabamba que por bajos recursos económicos no se logró establecerla.

El producto cuenta con registro sanitario una gran ventaja para el consumo del mismo y por ende para su comercialización; se encuentra posicionado a nivel local (Zerimar, Romar, Yerobi) y a nivel nacional (Mi Comisariato y Supermaxi) se encuentra a un precio de \$7,50 los 400 gramos y en varias ocasiones se ha exportado al exterior.

En la actualidad la finca no se encuentra funcionando, solamente cuando tienen pedidos del café y por dar el respectivo mantenimiento la finca se encuentra apta para ingresar, ya que los todos los miembros de la finca viven en la ciudad de Loja.

La finca posee servicios básicos como: agua entubada no tratada pero poseen un purificador de agua para el consumo humano, así como agua para riego que utilizan del canal campanas que pasa por la cabecera de la finca, utilizada para el riego del cultivo de café y plantas frutales, tiene alcantarillado posee pozos sépticos como todos los barrios de Malacatos, tienen energía eléctrica con un sistema interconectado de la Empresa

Eléctrica Regional del Sur EERSA con una buena cobertura del servicio, así también poseen tv cable, telefonía fija y carecen de servicio de internet; en cuanto al desechos de los residuos la basura orgánica lo utilizan para la lombricultura que es la crianza de lombrices de tierra para la producción de Humus de Lombriz, un abono enteramente orgánico una importante fuente de proteínas, la basura inorgánica lo colocan en fundas plásticas y lo depositan en el sector de Pedregales en un recipiente colocado por el Municipio de Loja.

Los medios de transporte para poder acceder a la finca son: desde la ciudad de Loja se toma buses como la Vilcabambaturis, Unión Cariamanga, Cooperativa de transporte Nambija, Cooperativa de transporte Yanzatza, taxi Ruta 11 de mayo o vehículos privados con una frecuencia de 15 minutos y con una distancia de 33 km que llegan al centro de Malacatos, luego se toma desde el centro parroquial de Malacatos camionetas de alquiler a 2 km del centro de Malacatos, las vías se encuentran en un estado medio ya que existen tramos de no tan buenas condiciones.

En el aspecto ambiental podemos deducir que la finca posee una gran ventaja en cuanto a la fertilidad del suelo, más un excelente clima cálido que resulta beneficioso para la producción agrícola; así mismo se menciona que existe un bajo impacto ambiental dentro de la finca ya que la misma cuenta con el manejo correcto de las actividades que se realizan en este lugar capaces de mitigar impactos ambientales.

6.1.3 Análisis e interpretación de la Encuesta

Mediante la realización de 383 encuestas aplicadas a la población de Loja, Malacatos y los turistas que ingresan a la ciudad de Loja, se presenta los resultados los cuales nos permitió conocer las opiniones y preferencias de la población.

Datos generales

a) Nacionalidad

Cuadro N° 22: Nacionalidad

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Ecuatoriano	368	96%
Extranjero	15	4%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Gráfico N° 1



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Según las 383 encuestas aplicadas tenemos que el 96% son ecuatorianos y el 4% son de nacionalidad extranjera, concluyendo que las personas encuestadas en la ciudad de Loja y Malacatos son ecuatorianos y en un bajo porcentaje son extranjeros.

b) Género

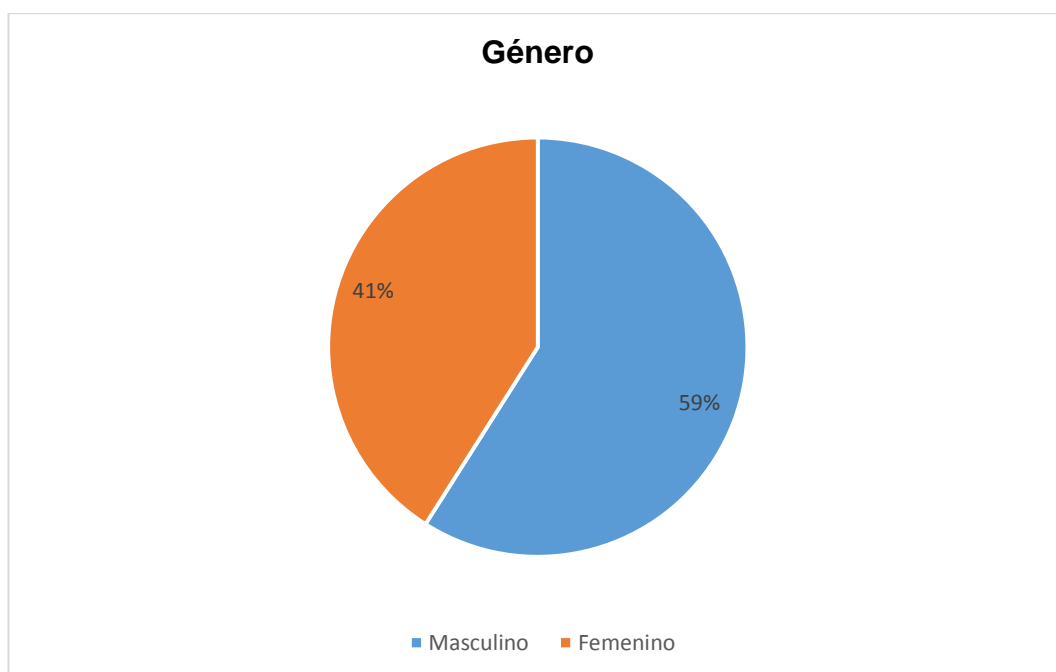
Cuadro Nº 23 Género

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Masculino	226	59%
Femenino	157	41%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Gráfico Nº 2



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Los resultados de las 383 encuestas de un 100%, obtuvimos que un 59% es de género masculino y un 41% de género femenino; dando como resultado que en el universo encuestado obtuvimos en su mayoría de género masculino y con poca diferencia son de género femenino.

c) Edad

Cuadro Nº 24: Edad

Edad	Frecuencia	Xm	f (Xm)	Porcentaje
15 - 20	31	17,5	542,5	8%
21 - 25	138	23	3174	36%
26 - 30	96	28	2688	25%
31 -35	34	33	1122	9%
36 - 40	27	38	1026	7%
41 - 45	11	43	473	3%
46 -50	8	48	384	2%
51 - 55	15	53	795	4%
56 - 60	8	58	464	2%
61 -65	11	63	693	3%
65	4	32,5	130	1%
Total	383		11491,5	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

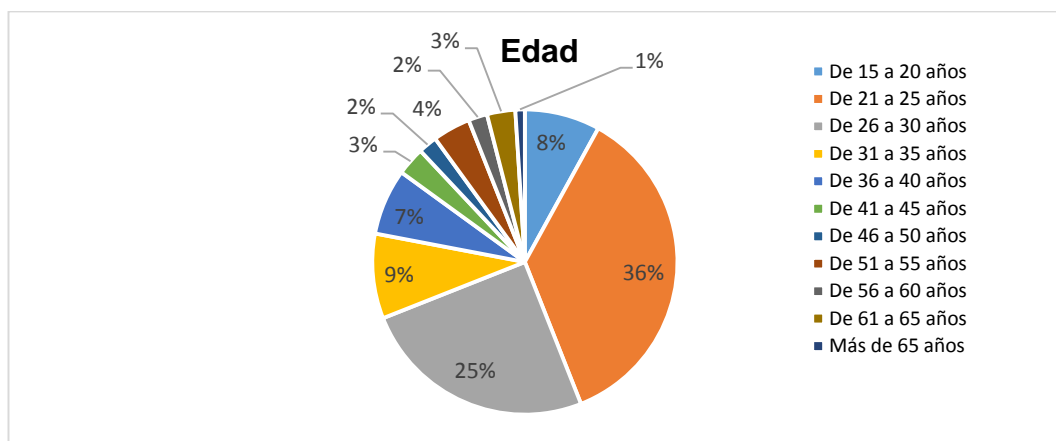
Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

$$\text{Edad Promedio} = \sum f(Xm)/n$$

$$\text{Edad Promedio} = 11491,5/383$$

$$\text{Edad Promedio} = 30 \text{ años}$$

Gráfico Nº 3



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas aplicadas tenemos que el 36% tienen una edad entre 21 a 25 años, el 25% de los que comprenden en la edad de 26 a 30 años, el 9% corresponde a edades de 31 a 35 años, el 8% de 15 a 20 años, el 7% edades de 37 a 40 años, el 4% en edades promedio de 51 a 55 años, el 3% en edades de 41 a 45 y de 61 a 65 años, el 2% los que tienen edades entre 46 a 50 y 56 a 60 años y finalmente el 1% son los que tienen más de 65 años; concluyendo la edad promedio es de 30 años de edad.

d) Ocupación

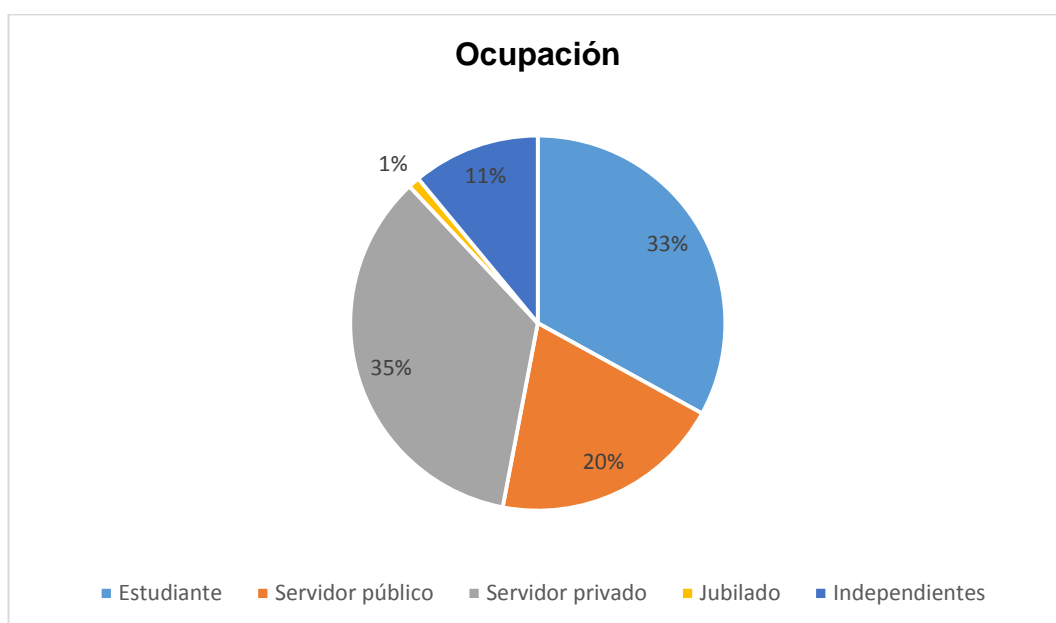
Cuadro Nº 25 Ocupación

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Estudiante	126	33%
Servidor público	77	20%
Servidor privado	134	35%
Jubilado	4	1%
Independientes	42	11%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Gráfico Nº 4



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Como resultados de las 383 encuestas aplicadas podemos observar que el 35% de las personas son servidores privados, el 33% son estudiantes, el 20% son servidores públicos, el 11% mencionan que son independientes, mientras que el 1% son jubilados, dejando claro que las personas encuestadas poseen trabajo capaz de generar ingresos económicos.

e) Salarios que posee

Cuadro Nº 26 Salarios

Salarios	Frecuencia	Xm	f(Xm)	Porcentaje
350 - 600	165	475	78375	43%
601 - 851	130	726	94380	34%
852 - 1102	54	977	52758	14%
1103 - 1353	34	1228	41752	9%
	383		267265	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

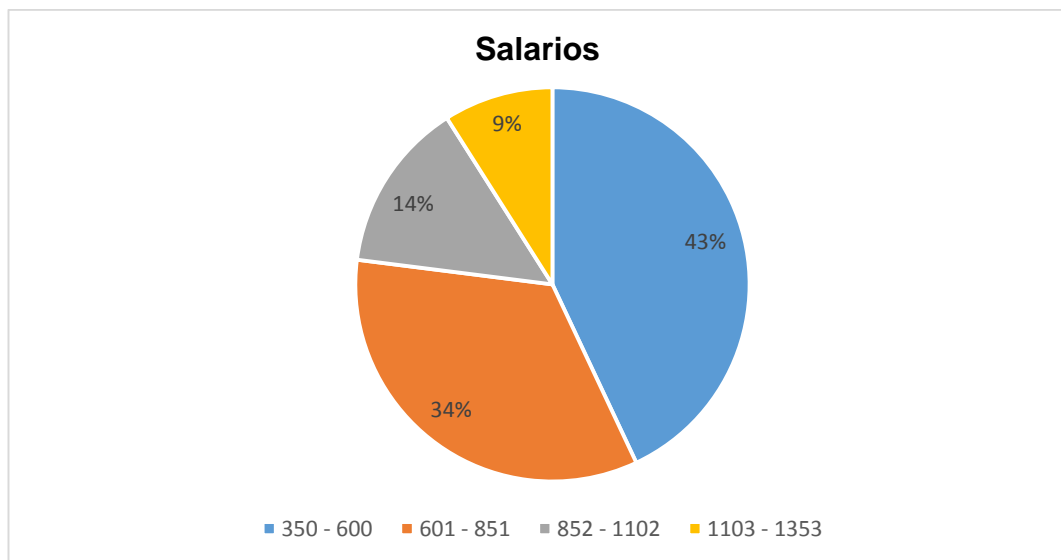
Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Salario Promedio = $\sum f(Xm)/n$

Salario Promedio = 267265 / 383

Salario Promedio = 698 dólares americanos

Gráfico Nº 5



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

De los resultados podemos observar que el 43% obtienen un salario de \$350 a \$600 que es el salario básico, el 34% posee un salario de \$601 a \$851, el 14% tienen un salario de \$852 a \$1102 y el 9% poseen salarios de más de \$1103 a 1353 dólares; deduciendo que el salario promedio de los encuestados es de 698 dólares americanos.

Datos específicos:

1. ¿Conoce Ud. los atractivos turísticos, servicios y productos turísticos de la Parroquia de Malacatos?

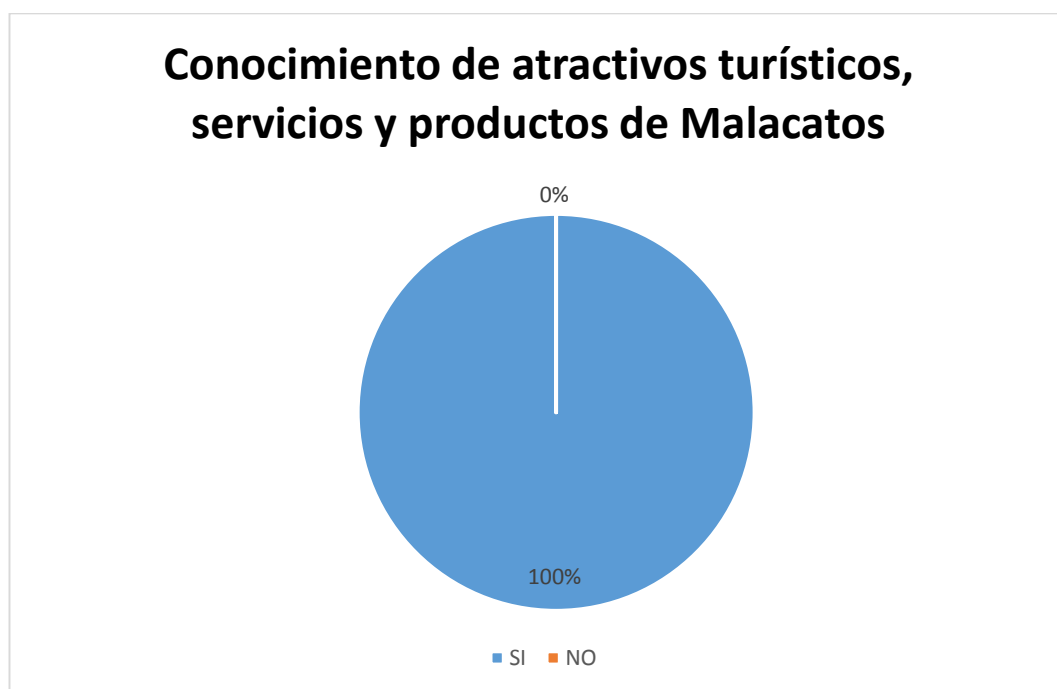
Cuadro N° 27 Conocimiento de atractivos turísticos, servicios y productos de Malacatos.

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
SI	383	100%
NO	0	0%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Gráfico N° 6



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

De las 383 encuestas aplicadas el 100% tienen conocimiento de los atractivos turísticos, servicios y productos de la parroquia de Malacatos. Concluyendo que en su totalidad todos los encuestados conocen Malacatos y por ende lo que ofrece, una gran ventaja para proceder al plan de negocios y como consiguiente la puesta en marcha de la finca cafetalera.

2. ¿Qué opina sobre el desarrollo turístico en las fincas cafetaleras de Malacatos? Marque una opción

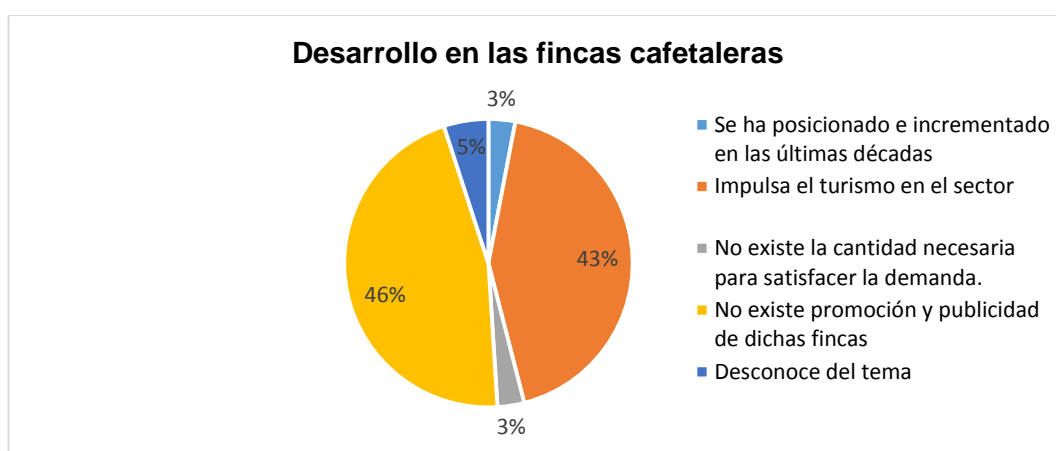
Cuadro N° 28 Desarrollo turístico de finca cafetaleras en Malacatos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Se ha posicionado e incrementado en las últimas décadas	11	3%
Impulsa el turismo en el sector	165	43%
No existe la cantidad necesaria para satisfacer la demanda	11	3%
No existe promoción y publicidad de dichas fincas	176	46%
Desconoce del tema	19	5%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Gráfico N° 7



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Según las 383 encuestas aplicadas, acerca del desarrollo de las fincas cafetaleras en Malacatos sacamos como resultado que el 46% de la población mencionan que no existe promoción y publicidad de dichas fincas, el 43% creen que las fincas cafetaleras impulsan el turismo en el sector, el 5% desconocen del tema, el 3% consideran que se ha posicionado e incrementado en las últimas décadas y el 3% restante indican que no existe la cantidad necesaria para satisfacer la demanda. Como conclusión se obtuvo que la mayoría de la gente cree que no se les ha dado la debida promoción y publicidad para que las fincas de café puedan sobresalir en el mercado, así como también con un buen porcentaje consideran que las fincas impulsan el turismo en el sector y por ende inyectan a la economía del país.

3. ¿Consume Ud. café?

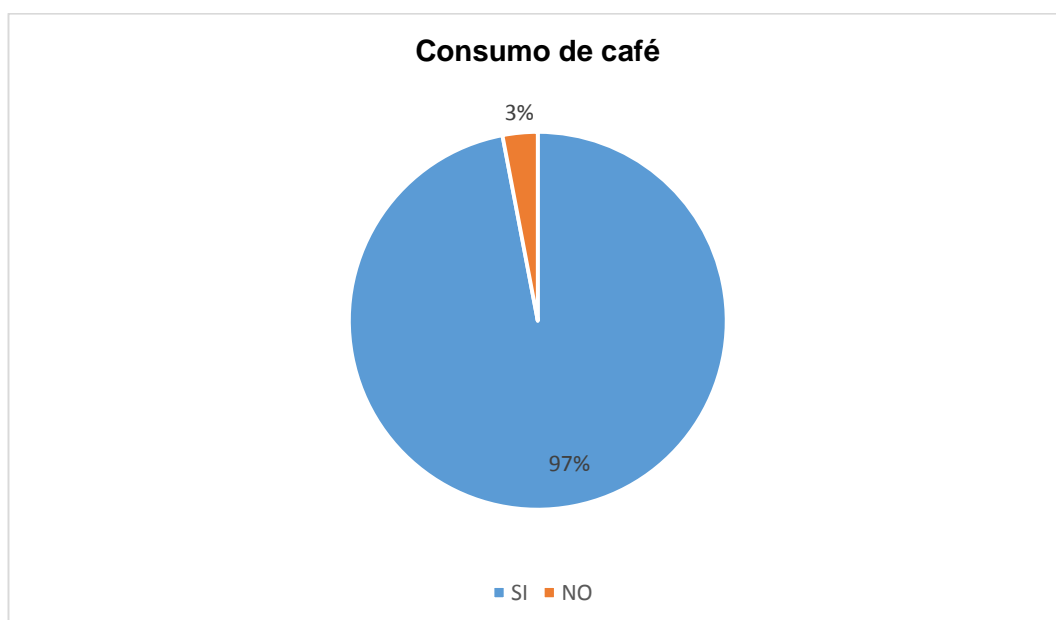
Cuadro Nº 29 Consumo de café

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
SI	372	97%
NO	11	3%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Gráfico Nº 8



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

De los resultados obtenidos el 97% de la población si consumen café y el 3% no lo consumen; concluyendo que tenemos una gran ventaja porque a la mayoría de la gente le gusta consumir café.

4. ¿Tiene conocimiento de donde proviene el café que Ud. consume, elija una sola opción?

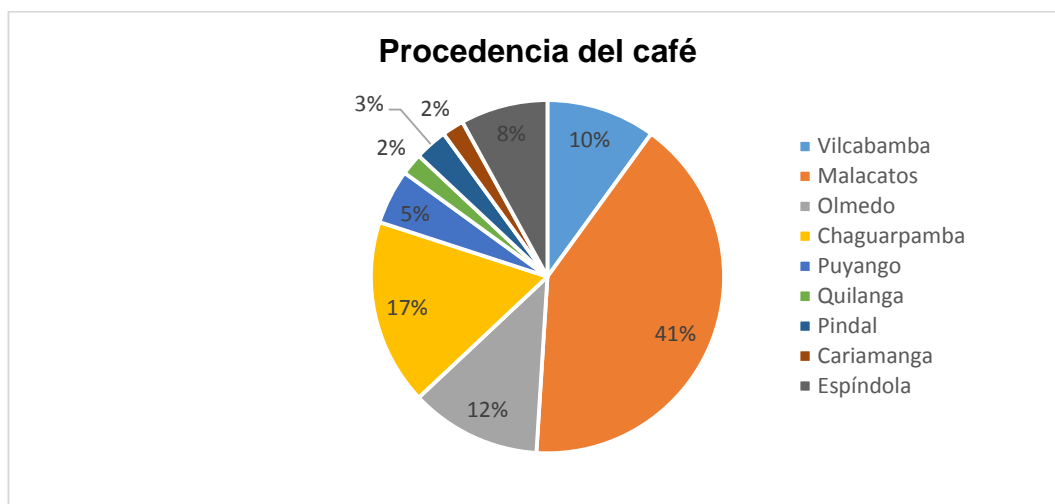
Cuadro N° 30 Procedencia del café

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Vilcabamba	38	10%
Malacatos	157	41%
Olmedo	46	12%
Chaguarpamba	65	17%
Puyango	19	5%
Quilanga	8	2%
Pindal	11	3%
Cariamanga	8	2%
Espíndola	31	8%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Gráfico N° 9



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Obtuvimos como resultados que el 41% de las personas encuestadas conocen que el café proviene de Malacatos, el 17% conocen que el café es de Chaguarpamba, el 12% de Olmedo, el 10% de Vilcabamba, el 8% mencionan de Espíndola, el 5% que es de Puyango, el 3% de Pindal y el 2% de Quilanga y Cariamanga; deduciendo que el mayor porcentaje demuestra que la gente tiene conocimiento que el café que consumen proviene de Malacatos, un dato ventajoso porque sabemos el potencial que tiene Malacatos con respecto al café que produce.

5. ¿Conoce fincas cafetaleras que se practique el Turismo?

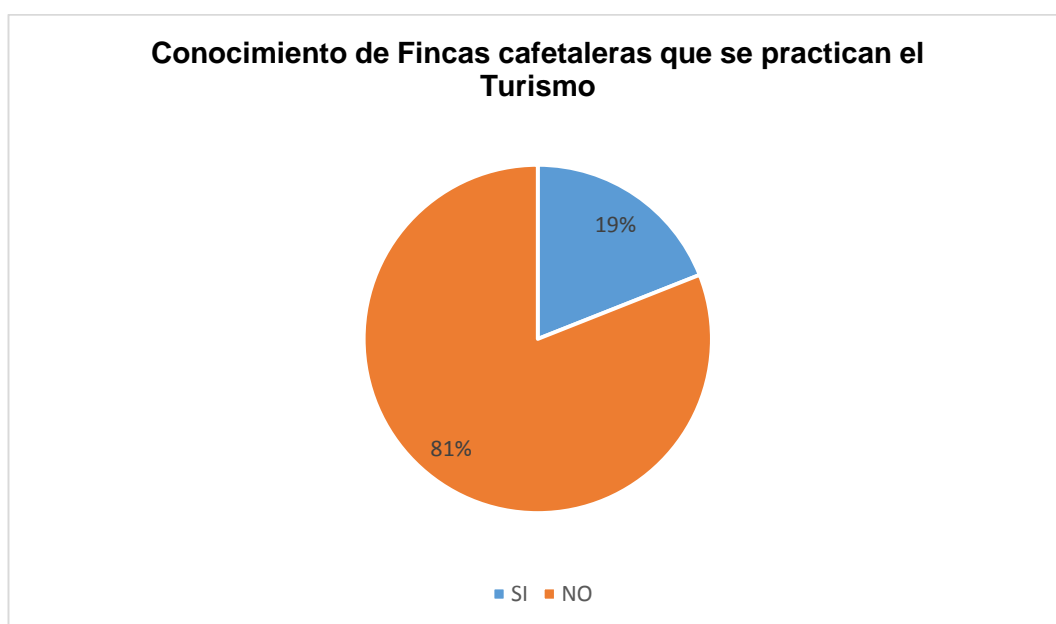
Cuadro N° 31: Le gustaría que las fincas ofrezcan servicios turísticos

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
SI	73	19%
NO	310	81%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Gráfico N° 10



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Como resultados tenemos que el 81% de las personas no conocen fincas dedicadas al turismo y el 19% si conocen fincas cafetaleras turísticas; sacando como conclusión que existe una alto porcentaje de personas que no conocen fincas turísticas, esto se debe que a pesar de la existencia de fincas cafetaleras con un alto potencial turístico no son aprovechadas y por ende no se les ha insertado en el mercado turístico.

De los 383 encuestados, 73 personas proceden a la siguiente pregunta.

6. ¿Le gustaría que las fincas cafetaleras ofrezcan servicios turísticos?

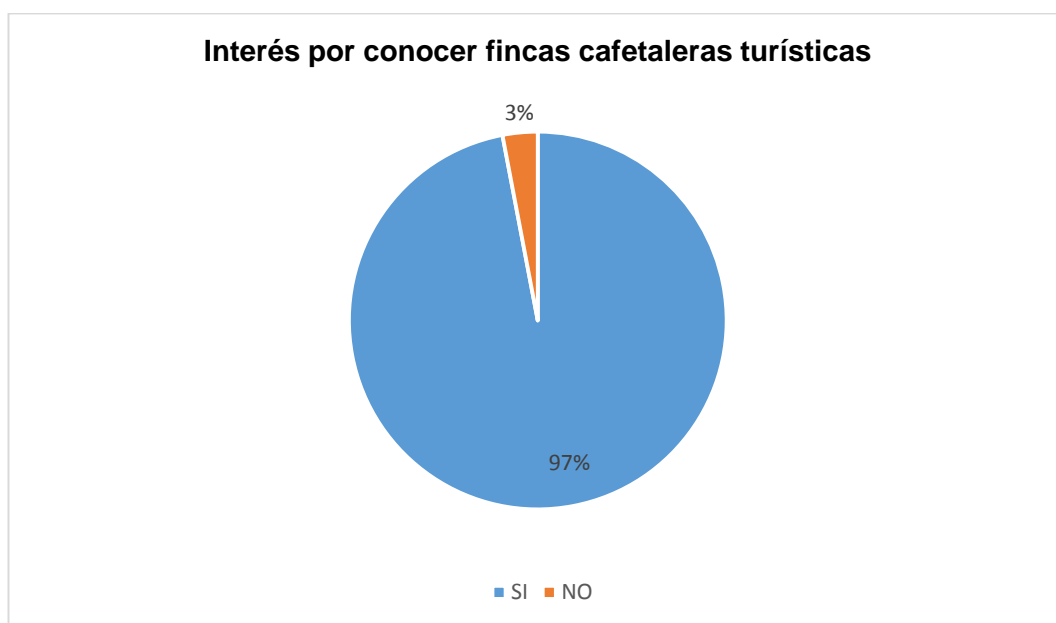
Cuadro N° 32 Le gustaría conocer fincas cafetaleras turísticas

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
SI	71	97%
NO	2	3%
Total	73	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Gráfico N° 11



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Como resultados tenemos que el 97% de personas si están interesadas por conocer fincas cafetaleras turísticas y apenas un 3% no desean conocer; concluyendo que tenemos una alta demanda de población ya que les gustaría conocer fincas cafetaleras turísticas.

De las 73 personas 71 encuestados continúan la encuesta, por lo tanto se obtiene datos de este universo.

7. ¿Cómo le gustaría que sea la finca cafetalera turística? Anotar una sola opción.

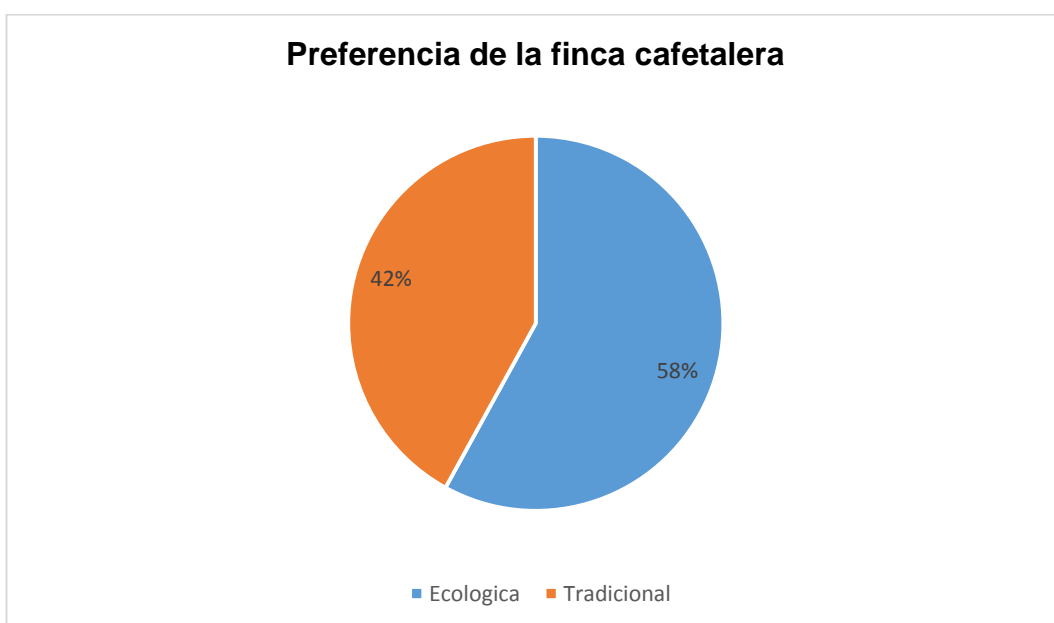
Cuadro N° 33 Preferencia de la finca cafetalera turística

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Ecológica	41	58%
Tradicional	30	42%
Total	71	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Gráfico N° 12



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

En los resultados de las encuestas tenemos que el 58% de las personas les gustaría que la finca sea ecológica, el 42% prefieren que sea tradicional, se puede concluir que las personas prefieren un ambiente ecológico les gusta compartir con la naturaleza.

8. ¿Al momento de acudir a un lugar de ocio y recreación, que és lo primero que toma en cuenta? Señale una respuesta.

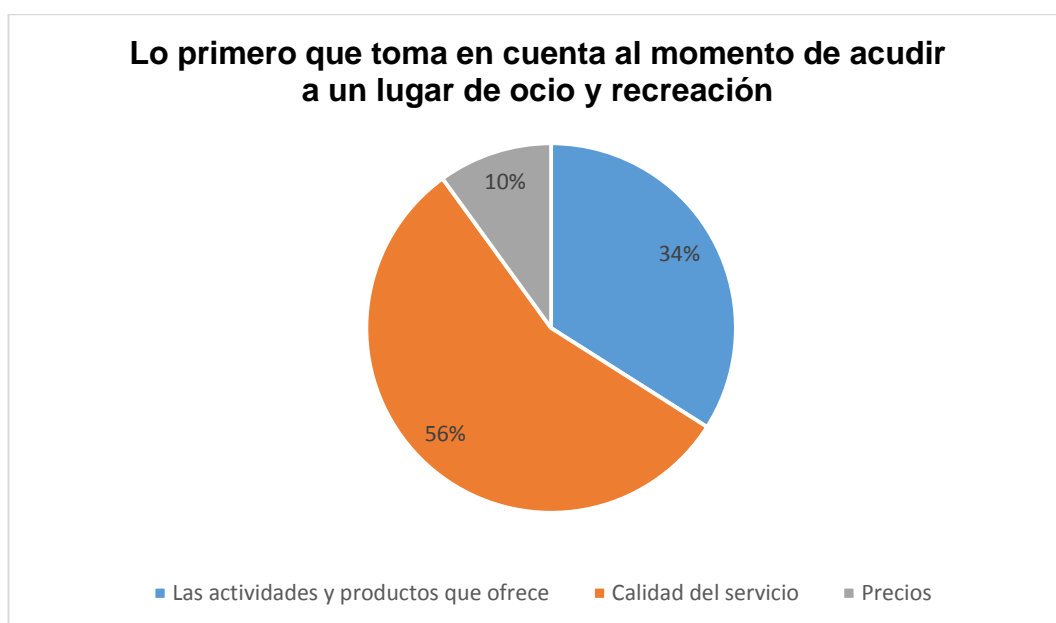
Cuadro N° 34 Lo primero que toma en cuenta al momento de acudir a un lugar de ocio y recreación

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Las actividades y productos que ofrece	24	34%
Calidad del servicio	40	56%
Precios	7	10%
Total	71	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Gráfico N° 13



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Como resultados obtuvimos que lo primero que toman en cuenta al momento de acudir a un lugar de ocio y recreación es la calidad del servicio con un 56%, el 34% toman en cuenta las actividades y productos que ofrece y el 10% se basa en los precios; como conclusión se obtuvo que las personas prefieren tener el mejor de los servicios para acudir a un lugar, una pregunta clave para poder plantear estrategias para brindar un servicio de calidad.

9. ¿Qué tipo de productos o actividades le gustaría que tenga esta finca cafetalera? Elija una sola opción.

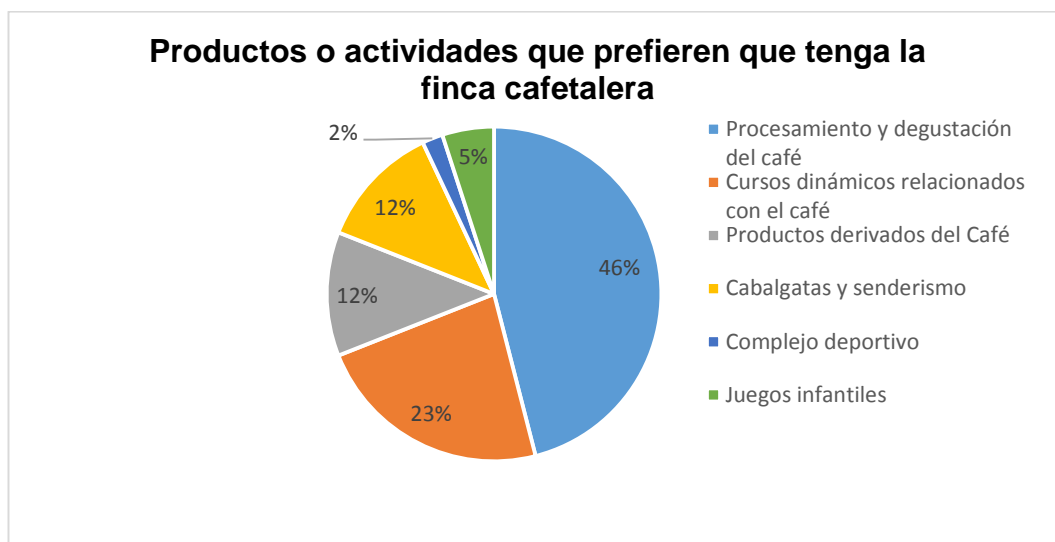
Cuadro N° 35 Productos o actividades que prefieren que tenga la finca cafetalera

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Procesamiento y degustación del café	32	46%
Cursos dinámicos relacionados con el café	16	23%
Productos derivados del Café	9	12%
Cabalgatas y senderismo	9	12%
Complejo deportivo	1	2%
Juegos infantiles	4	5%
Total	71	100 %

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Gráfico N° 14



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Tenemos con resultado que el 46% de los encuestados prefieren que la finca tenga el procesamiento y degustación del café, el 23% prefieren cursos dinámicos relacionados con el café, el 12% señala que desean productos derivados del café con el mismo porcentaje les gustaría cabalgatas y senderismo, el 5% seleccionan juegos infantiles y el 2% dicen que les gustaría un complejo deportivo; deduciendo como conclusión que una actividad apta y sobresaliente es el procesamiento y degustación del café.

**10. ¿Qué tipo de servicios quisiera tener dentro de esta finca?
 Seleccione una opción.**

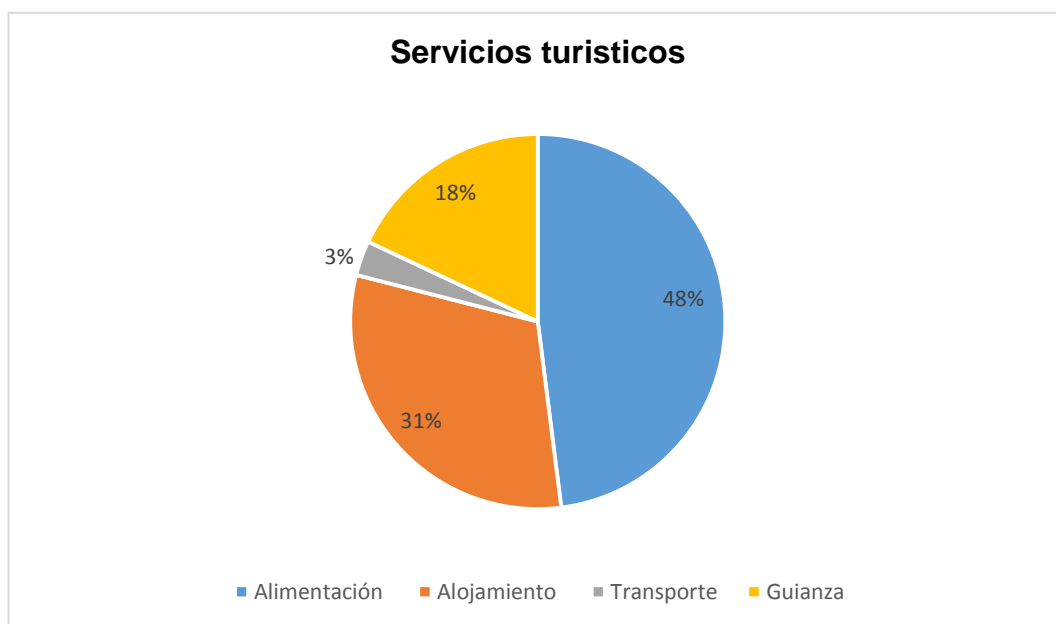
Cuadro N° 36 Servicios

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Alimentación	34	48%
Alojamiento	22	31%
Transporte	2	3%
Guianza	13	18%
Total	71	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Gráfico N° 15



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

De los 71 encuestados el 48% de las personas desean el servicio de alimentación, el 31% quieren alojamiento y el 18% prefieren guianza; se tiene como conclusión que las personas desearían tener en una finca cafetalera con alimentos que consumir, uno de los servicios indispensables en el ámbito turístico.

11. ¿Por qué motivo visitaría esta finca cafetalera? Señale una opción.

Cuadro N° 37 Motivos por el que visitaría

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Por los servicios que ofrece	14	20%
Porque me gusta el café y quiero conocer como es el proceso	19	27%
Por la calidad y sabor del café	16	22%
Por esparcimiento y recreación	13	19%
Tendencia nueva de mercado	9	12%
Total	71	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etefvina Yunga Cueva.

Gráfico N° 16



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etefvina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Como resultados se obtuvo que el motivo por el cual visitarían la finca con un 27% es porque les gusta el café y quiero conocer como es el proceso, el 22% por la calidad y sabor del café, el 20% por los servicios que ofrece, el 19% por esparcimiento y recreación, el 12% porque es tendencia nueva de mercado; tenemos que los encuestados visitarían la finca principalmente porque les gusta el café y desean conocer como es el proceso del mismo.

**12. ¿Con qué frecuencia visitaría esta finca cafetalera turística?
Marque una respuesta.**

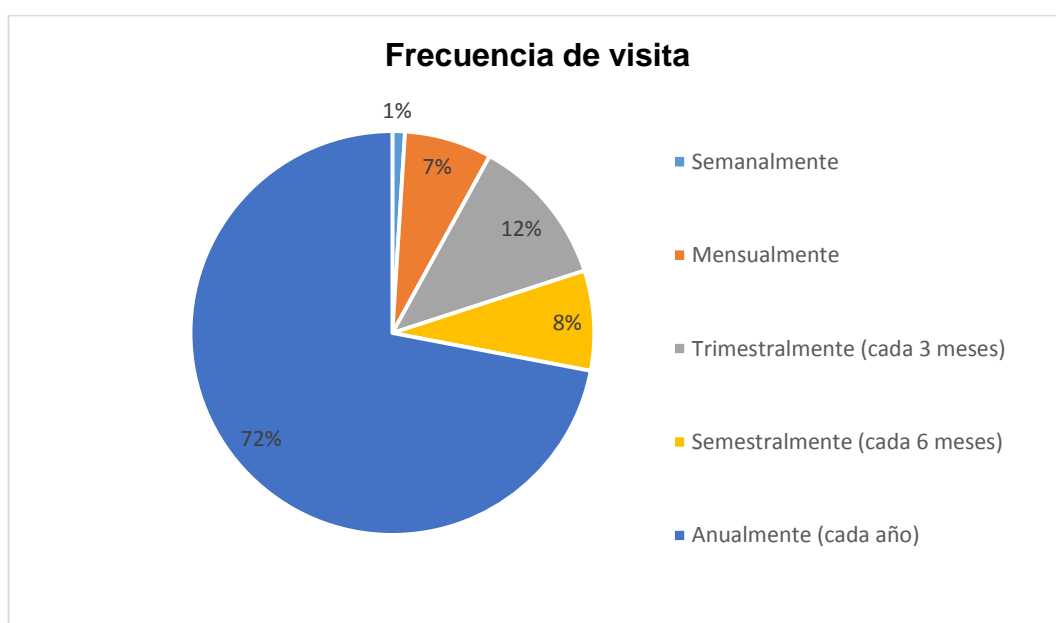
Cuadro N° 38 Frecuencia de visita

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Semanalmente	1	1%
Mensualmente	5	7%
Trimestralmente (cada 3 meses)	8	12%
Semestralmente (cada 6 meses)	6	8%
Anualmente (cada año)	51	72%
Total	71	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Gráfico N° 17



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

De las 71 encuestas se obtuvo como resultados que el 72% visitarán anualmente, el 12% visitarían trimestralmente (cada 3 meses), el 8% semestralmente (cada 6 meses), el 7% visitarían mensualmente y el 1% lo harían diariamente; como conclusión se analiza que la mayoría de personas visitarían anualmente, un tiempo moderado para poder ofrecer servicios o productos variantes.

13. ¿Cuándo acudiría a estas fincas turísticas, en compañía de quién lo hiciera? Indique una respuesta.

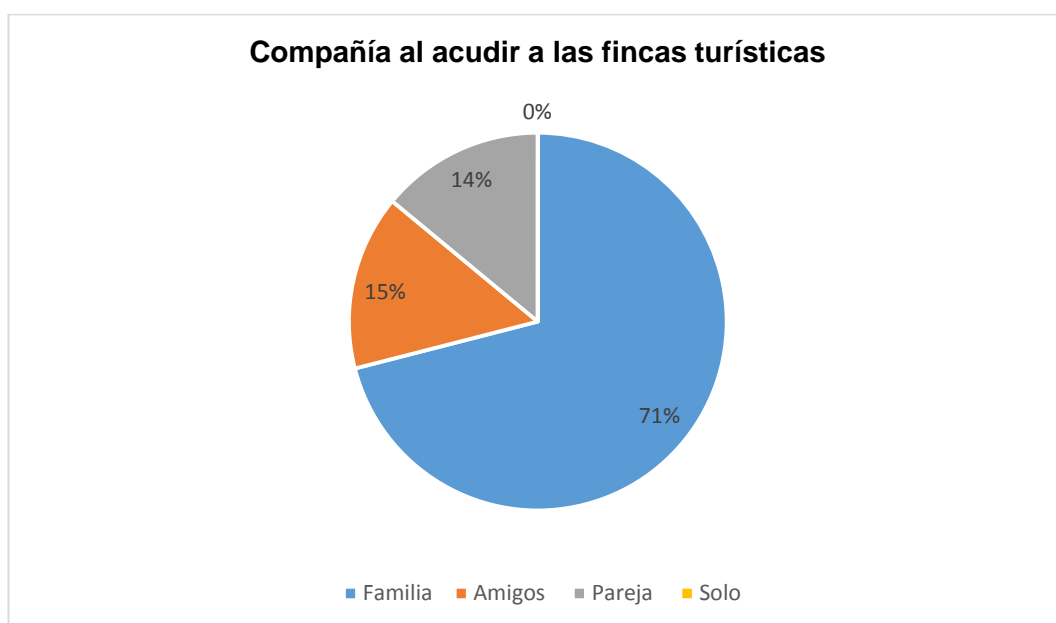
Cuadro N° 39 Compañías al acudir a las fincas turísticas

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Familia	50	71%
Amigos	11	15%
Pareja	10	14%
Solo	0	0%
Total	71	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Gráfico N° 18



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

De los encuestados se consiguió como resultados que un 71% lo haría en compañía de la familia, el 15% con amigos, el 14% en compañía de su pareja y ninguno de los encuestados desean ir solos; concluyendo que mayoritariamente los encuestados desean ir en familia y por ende serán mayores los ingresos económicos.

14. ¿Cuánto está dispuesto a gastar por visita a la finca cafetalera turística, dependiendo de sus preferencias que anteriormente menciona? Indique una opción.

Cuadro Nº 40 Valores de gastos por visita

Variable	Frecuencia	Xm	f(Xm)	Porcentaje %
\$10,00 – \$25,00	25	17,5	437,5	35%
\$26,00- \$41,00	33	33,5	1105,5	46%
\$42,00 – \$57,00	11	49,5	544,5	16%
\$58,00 - \$73,00	1	65,5	65,5	2%
\$74,00 - \$89,00	1	81,5	81,5	1%
Total	71		2234,5	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

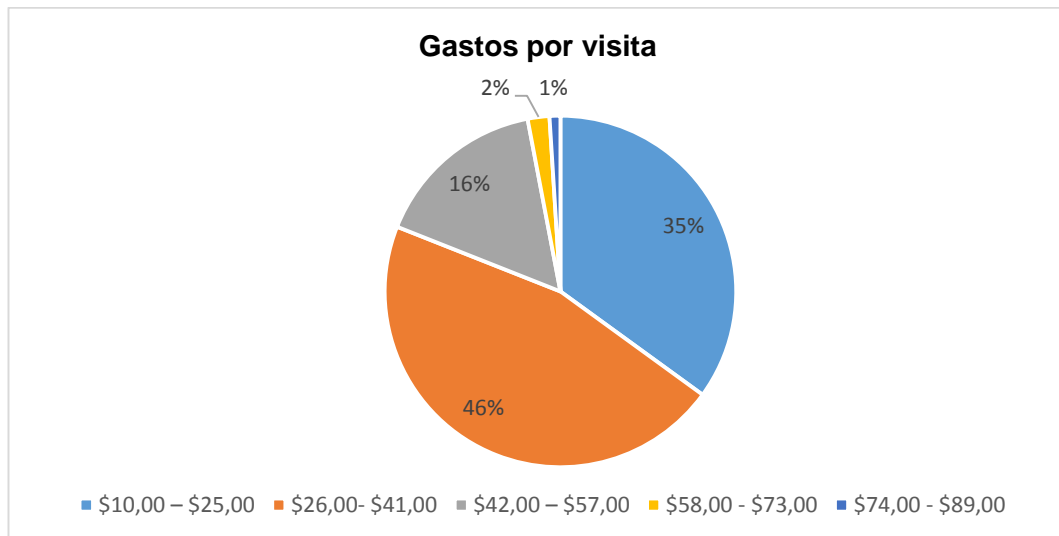
Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Gasto Promedio = $\sum f(Xm)/n$

Gasto Promedio = $2234,5/71$

Gasto Promedio = 31,47

Gráfico Nº 19



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas aplicadas se obtiene que el 46% gastarían de \$26,00 a \$41,00 dólares por visita, el 35% de \$10,00 a \$25,00, el 16% de 42,00 a \$57,00, el 2% \$58,00 a \$73,00 y el 1% gastarían más de \$74,00 a \$89,00; se pudo concluir que el gasto promedio de la población es de 31,47 dólares.

15. Marque una opción por servicio ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de?:

Cuadro N° 41 Alimentación

Variable	Frecuencia	Xm	f(Xm)	Porcentaje %
\$1,00 a \$10,00	43	5,5	236,5	60%
\$11,00 a \$20,00	21	6,5	136,5	30%
\$21,00 a \$30,00	4	25,5	102	5%
\$31,00 a \$40,00	1	35,5	35,5	2%
\$41,00a \$50,00	1	45,5	45,5	1%
\$51,00 a \$60,00	1	55,5	55,5	2%
Total	71		611,5	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

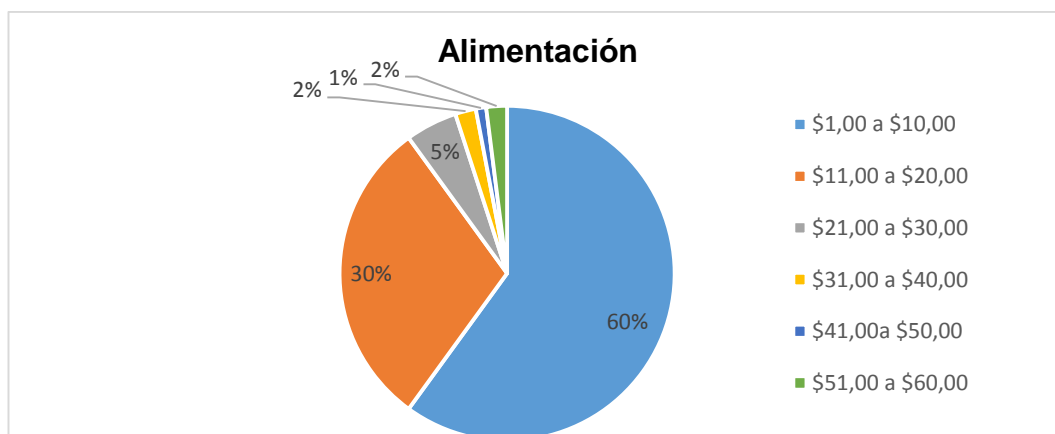
Elaboración: Mercy Etefvina Yunga Cueva.

$$\text{Gasto Promedio} = \sum f(Xm)/n$$

$$\text{Gasto Promedio} = 611,5/71$$

$$\text{Gasto Promedio} = 8,61$$

Gráfico N° 20



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etefvina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

En las encuestas realizadas se obtiene como resultados que el 61% en alimentación gastarían de \$1,00 a \$10,00 dólares, el 30% de \$11,00 a \$20,00 dólares, el 5% de \$21,00 a 30,00 dólares, el 2% de \$31,00 a \$40,00 y de 51,00 a \$60,00 dólares y el 1% gastarían de \$41,00 a \$50,00 dólares; se puede concluir que el gasto promedio en el servicio de restaurante es de \$8,61 dólares.

Cuadro Nº 42 Alojamiento

Variable	Frecuencia	Xm	f(Xm)	Porcentaje %
\$1,00 a \$10,00	23	5,5	126,5	33%
\$11,00 a \$20,00	26	6,5	169	36%
\$21,00 a \$30,00	16	25,5	408	22%
\$31,00 a \$40,00	4	35,5	142	6%
\$41,00a \$50,00	2	45,5	91	3%
\$51,00 a \$60,00	0	55,5	0	0%
Total	71		936,5	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

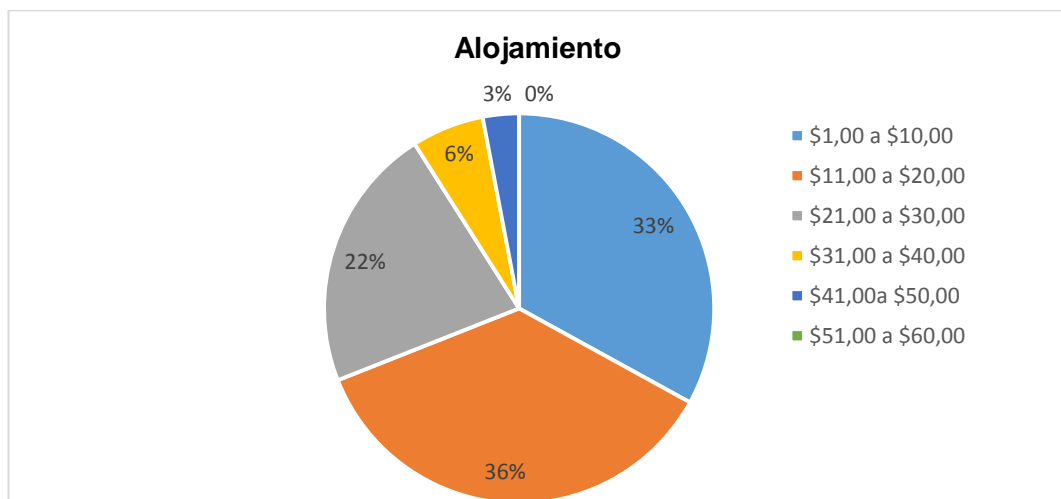
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

$$\text{Gasto Promedio} = \sum f(Xm)/n$$

$$\text{Gasto Promedio} = 936,5/71$$

$$\text{Gasto Promedio} = 13,19$$

Gráfico Nº 21



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas aplicadas se obtiene como resultados que el 36% en alojamiento gastarían de \$11,00 a \$20,00 dólares, el 33% de \$1,00 a \$10,00 dólares, el 22% de \$21,00 a 30,00 dólares, el 6% de \$31,00 a \$40,00, el 3% de \$41,00 a \$50,00 dólares y ninguno de los encuestados estaría dispuesto a pagar de \$51,00 a \$60,00; se puede concluir que el gasto promedio en alojamiento es de \$13,19 dólares.

Cuadro N° 43 Guianza

Variable	Frecuencia	Xm	f(Xm)	Porcentaje %
\$1,00 a \$10,00	43	5,5	236,5	61%
\$11,00 a \$20,00	15	6,5	97,5	21%
\$21,00 a \$30,00	11	25,5	280,5	15%
\$31,00 a \$40,00	2	35,5	71	3%
\$41,00a \$50,00	0	45,5	0	0%
\$51,00 a \$60,00	0	55,5	0	0%
Total	71		685,5	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

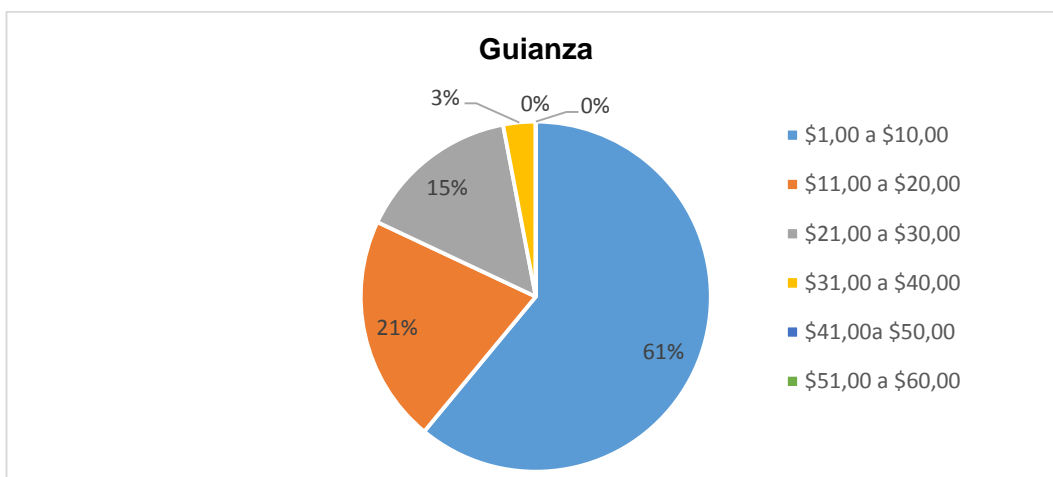
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

$$\text{Gasto Promedio} = \sum f(Xm)/n$$

$$\text{Gasto Promedio} = 685,5/71$$

$$\text{Gasto Promedio} = 9,65$$

Gráfico N° 22



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Como resultados de las encuestas tenemos que el 61% en el servicio de guianza gastarían de \$11,00 a \$20,00 dólares, el 21% de \$1,00 a \$10,00 dólares, el 15% de \$21,00 a 30,00 dólares, el 3% de \$31,00 a \$40,00 y ninguno de los encuestados estaría dispuesto a pagar por el servicio de guianza de \$41,00 a \$50,00 y de \$51,00 a \$60,00 dólares; concluyendo que la mayoría de las personas encuestadas estarían con un promedio de gasto en guianza de \$9,65 dólares.

Cuadro Nº 44 Canchas deportivas

Variable	Frecuencia	Xm	f(Xm)	Porcentaje %
\$1,00 a \$10,00	63	5,5	346,5	88%
\$11,00 a \$20,00	7	6,5	45,5	10%
\$21,00 a \$30,00	1	25,5	25,5	2%
\$31,00 a \$40,00	0	35,5	0	0%
\$41,00a \$50,00	0	45,5	0	0%
\$51,00 a \$61,00	0	55,5	0	0%
Total	71		417,5	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

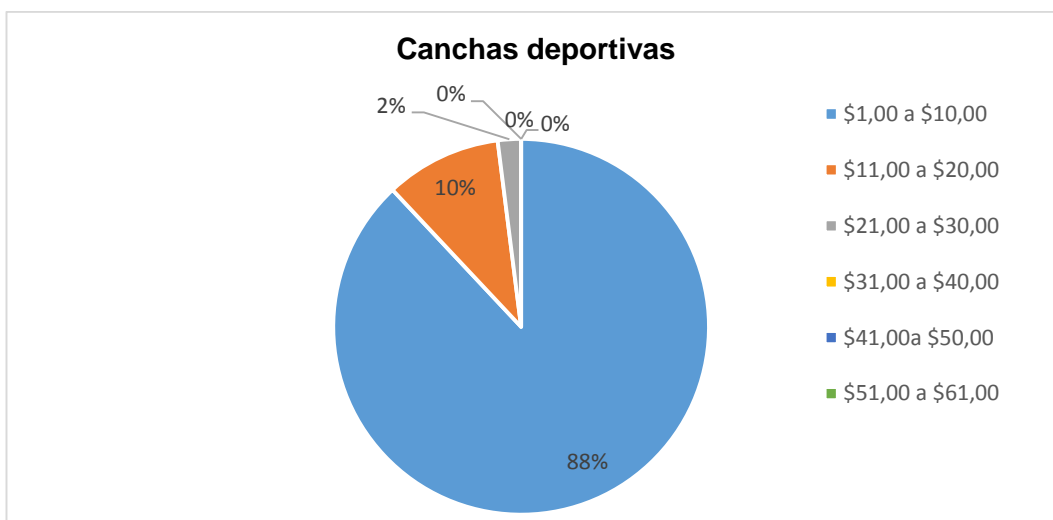
Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

$$\text{Gasto Promedio} = \sum f(Xm)/n$$

$$\text{Gasto Promedio} = 417,5 / 71$$

$$\text{Gasto Promedio} = 5,88$$

Gráfico Nº 23



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Se obtiene como resultados que el 88% en las canchas deportivas gastarían de \$1,00 a \$10,00 dólares, el 10% de \$11,00 a \$20,00 dólares, el 2% de \$21,00 a 30,00 dólares y ninguno de los encuestados estaría dispuesto a pagar de \$31,00 a \$40,00, de \$41,00 a \$50,00 y de \$51,00 a \$60,00 dólares; concluyendo que el gasto promedio que los encuestadas estarían dispuestas a gastar por las canchas deportivas es de \$5,88 dólares.

Cuadro Nº 45 Piscina

Variable	Frecuencia	Xm	f(Xm)	Porcentaje %
\$1,00 a \$10,00	60	5,5	330	85%
\$11,00 a \$20,00	9	6,5	58,5	12%
\$21,00 a \$30,00	2	25,5	51	3%
\$31,00 a \$40,00	0	35,5	0	0%
\$41,00a \$50,00	0	45,5	0	0%
\$51,00 a \$60,00	0	55,5	0	0%
Total	71		439,5	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

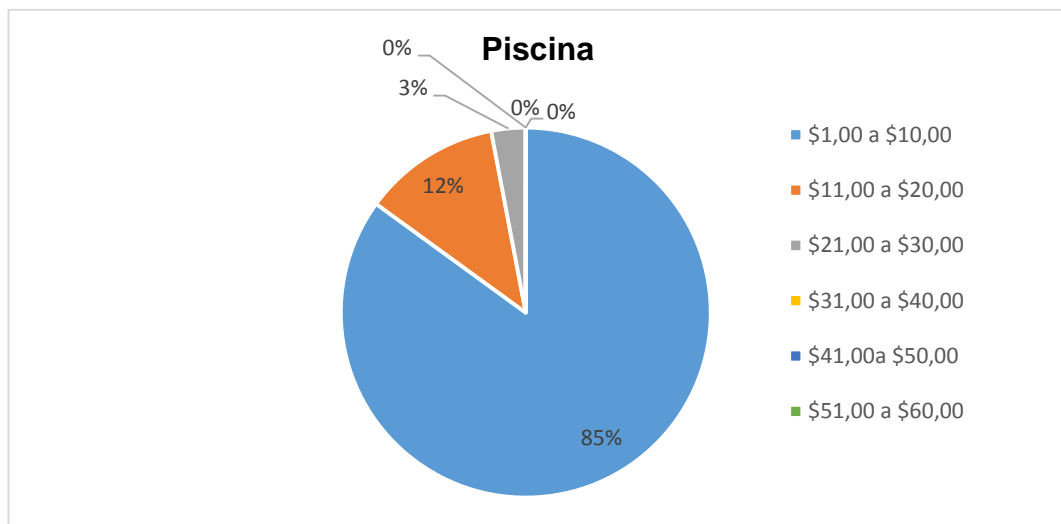
Elaboración: Mercy Etefvina Yunga Cueva.

$$\text{Gasto Promedio} = \sum f(Xm)/n$$

$$\text{Gasto Promedio} = 439,5 / 71$$

$$\text{Gasto Promedio} = 6,19$$

Gráfico Nº 24



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etefvina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Según las encuestas aplicadas se consigue como resultados que el 85% en la piscina gastarían de \$1,00 a \$10,00 dólares, el 12% de \$11,00 a \$20,00 dólares, el 3% de \$21,00 a 30,00 dólares y ninguno de los encuestados estaría dispuesto a pagar de \$31,00 a \$40,00, de \$41,00 a \$50,00 y de \$51,00 a \$60,00 dólares; se concluye que el gasto promedio por la piscina es de \$6,19 dólares.

Cuadro Nº 46 Hidromasaje

Variable	Frecuencia	Xm	f(Xm)	Porcentaje %
\$1,00 a \$10,00	48	5,5	264	68%
\$11,00 a \$20,00	19	6,5	123,5	26%
\$21,00 a \$30,00	2	25,5	51	3%
\$31,00 a \$40,00	2	35,5	71	3%
\$41,00a \$50,00	0	45,5	0	0%
\$51,00 a \$60,00	0	55,5	0	0%
Total	71		509,5	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

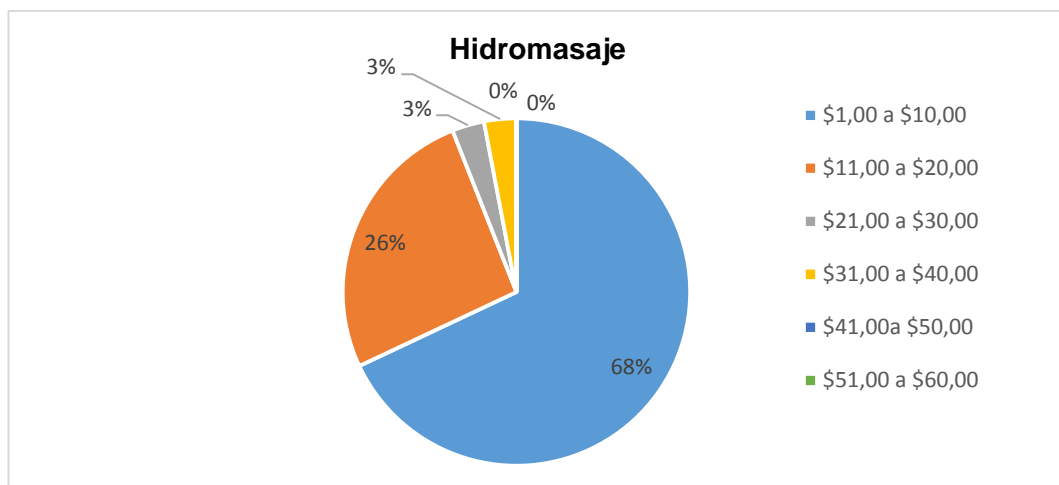
Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Gasto Promedio = $\sum f(Xm)/n$

Gasto Promedio = 509,5 / 71

Gasto Promedio = 7,17

Gráfico Nº 25



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

Según resultados se tiene que el 68% en el hidromasaje gastarían de \$1,00 a \$10,00 dólares, el 26% de \$11,00 a \$20,00 dólares, el 3% de \$21,00 a 30,00 dólares, el 3% de \$31,00 a \$40,00 y ninguno de los encuestados estaría dispuesto a pagar de \$41,00 a \$50,00 y de \$51,00 a \$60,00 dólares; se concluye que el gasto promedio del uso del hidromasaje es de \$7,17 dólares.

16. ¿Cómo le gustaría ser atendido? Marque una opción.

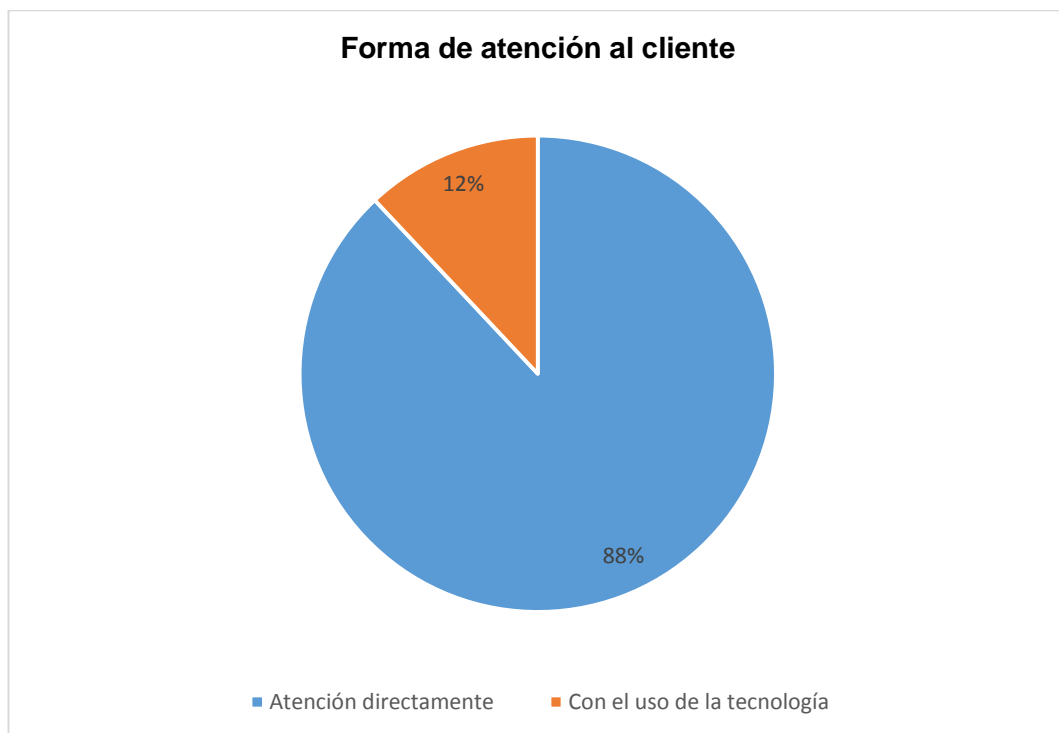
Cuadro N° 47 Atención

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Atención directamente	62	88%
Con el uso de la tecnología	9	12%
Total	71	100%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Gráfico N° 26



Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Análisis e interpretación:

En las encuestas aplicadas tenemos como resultados que el 88% de los encuestados prefieren que el servicio sea directamente y el 12% prefieren la atención con el uso de la tecnología ya sea por medio de una computadora o tablet; concluyendo que a las personas les gusta la atención directamente entre el cliente y el ofertante.

17. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría conocer sobre el turismo que imparte en la finca cafetalera turística?

Cuadro N° 48 Medios de comunicación

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Radio	53	74,64%
Televisión	50	70,42%
Internet	71	100%
Prensa escrita	15	21,12%
Directamente	44	61,97%

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

$\text{Porcentaje} = \frac{53}{71} \times 100$
--

Análisis e interpretación:

Según las encuestas realizadas se obtiene que las personas desean informarse en su totalidad por internet así como también mediante radios televisión, prensa escrita y directamente boca a boca.

6.1.4 Entrevistas

Las entrevistas fueron realizadas a personas involucradas con el proyecto las que sirvieron para poder determinar las estrategias dentro del plan de negocios, así como también indagar la situación actual. (Ver anexo 10.2, estructura de las entrevistas).

Análisis entrevista N°1

La entrevista se realizó a la Lic. Sandra Rodríguez Carrión Presidenta del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Malacatos; con la finalidad de conocer la situación actual en la parroquia de Malacatos.

En la entrevista no dio a conocer aspectos muy importantes acerca de la situación actual de la parroquia en donde se pudo deducir que Malacatos está sufriendo fuertes problemas con la situación económica del país en el que se ha disminuido el presupuesto gubernamental y por ende se ha limitado la realización de proyectos en beneficio de la comunidad, otro problema es la desaparición de algunas moliendas que significa la primera fuente de trabajo de los Malacatenses, de igual forma Malacatos es considerado como un pueblo culto y tranquilo a más de la gran ventaja al tener un clima cálido todo el año que la mayoría de la población lo aprovecha dedicándose a la producción agrícola cultivando gran diversidad de productos de ciclo corto como pepino, pimiento, arveja, papa, cebada, trigo, yuca, frejol, maíz, café y producción de cañaverales; estos productos son comercializados y por ende es otra fuente de ingresos de recursos económicos para la localidad.

Malacatos así mismo es considerado como un excelente lugar de ocio y recreación por su clima, atractivos turísticos y servicios que posee aparte de otros elementos que lo componen; pero se puede observar la necesidad de implementar y aumentar la planta turística de la parroquia, el GADP de Malacatos viene trabajando día a día con la finalidad de convertirse en un gran atractivo turístico, con la realización de diferentes acontecimientos

como la valoración de los distintos atractivos turísticos naturales y culturales, eventos sociales como ferias dominicales una gran oportunidad para el ingreso de visitantes y turistas, eventos culturales y religiosos; otro aspecto que cabe recalcar es el desarrollo cafetalero en el sector de Malacatos en donde se deduce que si se le está dando en la actualidad la debida importancia y apoyo para el adelanto del cultivo de café, existe una organización llamada APECAEL dentro de la parroquia que da apoyo a todos los que están interesados en el tema del café una gran alternativa para el desarrollo cafetalero.

Análisis entrevista N°2

Dicha entrevista fue encaminada al Sr. Huber Ontaneda León representante de la “Finca León Toledo”, con el objetivo de conocer acerca de la competencia y poder de esta forma determinar la oferta existente del proyecto.

Mediante la aplicación de la entrevista a la competencia se puede determinar que dicha finca posee actividades turísticas y carecen de servicios turísticos; pero sin embargo se encuentran trabajando con el mejoramiento de la finca, mencionando que es de mucha importancia insertarla a su finca en el ámbito turístico ya que actualmente han iniciado con el recibimiento de turistas con un aproximado de 1 a 2 turistas mensuales los cuales están a gusto de poder participar en el mundo del turismo.

Análisis entrevista N°3

Esta entrevista fue dirigida al Lic. Didio Fernández propietario de la finca cafetalera “Fernández”, con el propósito de conocer los principales aspectos dentro de la finca y la realidad actual de la misma.

Según la entrevista recibida se llegó a analizar que la finca posee un gran potencial turístico, ya que aparte de mostrar la calidad del café que tiene,

también decide mostrar la elaboración del mismo mediante el proceso industrial y artesanal, cuenta con un mirador acompañado de un sendero rodeado de cultivos de café y árboles frutales, espacios que se puede brindar servicio de alimentación, espacios de área deportiva y de recreación.

Un elemento importante que destacar en esta entrevista es el sentir el optimismo y el interés por parte del propietario por querer mejorar su finca y al mismo tiempo aprovechar insertándola en el mercado turístico; el propietario tiene una amplia visión a futuro y grandes alternativas para aumentar más potencial dentro de su propiedad considerando que lo que quiere es ser líder en el mercado y brindar actividades, productos y servicios de calidad para que los visitantes o turistas de su finca se lleven una buena imagen no solo de su finca sino de Malacatos.

Análisis entrevista N°4

Esta entrevista fue dirigida al Ing. Patricio Sánchez dueño de la empresa y marca del Café Mandango Orgánico empresa situada dentro de la finca cafetalera “Fernández”; con la finalidad de conocer acerca del café que produce la finca juntamente con café de otros lugares de la provincia de Loja.

En la entrevista se valoró la importancia del Café Mandango Orgánico donde nos comenta que primero el nombre viene del origen del café de Vilcabamba lugar turístico emblemático de la ciudad de Loja y del cerro “Mandango” situado en el mismo lugar, pero que el producto contiene no solo café de Vilcabamba sino café de altura de calidad de otras partes de la provincia de Loja y parte del cultivo que se realiza en la finca cafetalera “Fernández”; se puede observar que es un producto que esta recientemente ingresando al mercado pero posee una alta calidad de café ya que tiene registro sanitario para poder comercializar libremente.

Este producto constituye uno de los productos más relevantes dentro de la finca cafetalera, café con buena fragancia a caramelo afrutado, chocolate, mantequilla y miel de abeja, sabor dulce a maíz tostado, acidez moderada a cítricos, cuerpo cremoso acuoso, características ventajosas para poder competir ante las empresas existentes con el mismo tema cafetalero.

Café Mandango Orgánico cuenta con páginas web que se considera que podrían ser aprovechados para promocionarlas juntamente con la finca “Fernández”.

Finalmente se deduce que el dueño de la marca y empresa de este producto cafetalero está dispuesto al apoyo y mejoramiento de querer insertarla como finca agro turística.

6.1.5 Atractivos turísticos

6.1.5.1 Jerarquización de atractivos turísticos

Cuadro Nº 49 Jerarquización de atractivos turísticos de Malacatos.

FICHA DE JERARQUIZACIÓN DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA DE MALACATOS CERCANOS A LA FINCA CAFETALERA "FERNÁNDEZ"													
PROVINCIA: LOJA	CANTÓN: LOJA					FECHA: 27 /06/ 2016							
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO Max 10	ESTADO DE CONSERV. Max 10	ACCESO Max 10	SERVIC. Max 10	ASOC. CON OTROS ATRACTIVOS Max 5	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUÍA 1-2-3-4
	VALOR INTRINSECO Max 15	VALOR EXTRINSECO Max 15						LOCAL Max 2	REGIONAL Max 4	NAC. Max 7	INTER Max 12		
Santuario Diocesano "El señor de la Caridad"	4	4	3	3	3	3	3	1	0	0	0	24	I
Parque Central	3	3	2	3	5	5	2	1	0	0	0	24	I
Arquitectura tradicional	5	4	5	4	2	2	2	1	0	0	0	25	I
Centro Turístico Recreacional Malacatos	4	3	4	3	3	3	3	1	0	0	0	24	I
Molienda de Malacatos	5	2	3	4	3	3	3	1	1	0	0	25	I

Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 50 Jerarquización de atractivos turísticos de la Finca cafetalera “Fernández”

FICHA DE JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA FINCA CAFETALERA “FERNÁNDEZ”													
PROVINCIA: LOJA	CANTÓN: LOJA		PARROQUIA: MALACATOS			FECHA: 27 /06/ 2016							
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO O Max 10	ESTADO DE CONSERV. V. Max 10	ACCESO Max 10	SERVICIO Max 10	ASOC. CON OTROS ATRACTIVOS Max 5	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUÍA 1-2-3-4
	VALOR INTRINSECO Max 15	VALOR EXTRINSECO Max 15						LOCAL Max 2	REGIONAL Max 4	NACIONAL Max 7	INTERNACIONAL Max 12		
Mirador	3	4	3	3	3	2	1	0	0	0	0	19	I
Cultivo Orgánico y Procesamiento del café	5	4	4	3	3	3	1	1	1	0	0	25	I
Trapiche artesanal	3	2	2	2	3	2	1	0	0	0	0	15	I

Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etefvina Yunga Cueva.

6.1.5.2 Fichas resumen de los principales atractivos turísticos de la parroquia de Malacatos

Ficha N° 1: Santuario Diocesano el Señor de la Caridad

Nombre del Atractivo : Santuario Diocesano el Señor de la Caridad		Jerarquía : I
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo : Históricas	Subtipo: Arquitectura religiosa
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Parroquia de Malacatos
 <p>Foto N° 8 Santuario Diocesano el Señor de la Caridad Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: Mercy Etlvina Yunga Cueva.</p>		<p>Ubicación: se encuentra ubicado a 33 km de la ciudad de Loja, en el centro de la Parroquia de Malacatos entre las calles: Manuel Ignacio Godoy y Av. Pio Jaramillo.</p> <p>Latitud: 4°12'56.96S Longitud: 79°15'22.00W</p>
<p>Características:</p> <p>La Iglesia con su casa parroquial construida a base de tapia, en el año de 1704 y en el año de 1942 fue derribada por órdenes del P. Alfredo Narváez y sobre ella se construyó el Templo de estilo tradicional moderno, la gran obra es terminada por el Padre Aurelio Abarca y el 1 de septiembre de 1951, se realiza la Bendición del nuevo Templo, en 1985 el Padre Miguel Ángel Abad inicia una nueva reconstrucción del Templo que se mantiene hasta la actualidad, el 25 de agosto de 1995 el Prelado Diócesis de Loja, conjuntamente con el cabildo diocesano y el presbítero lojano, resolvieron consagrar a este templo, donde se honra la sagrada Imagen El "Señor de la Caridad", elevado a la Categoría de Santuario Diocesano, en el año de 1995.</p>		
<p>Recomendaciones:</p> <p>Ir con ropa cómoda y liviana Llevar cámara fotográfica</p>		
<p>Actividades Turísticas:</p> <p>Turismo religioso - Turismo cultural - Esparcimiento y recreación - Fotografía</p>		

Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etlvina Yunga Cueva.

Ficha Nº 2 Parque Central

Nombre del Atractivo : Parque Central		Jerarquía : I
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo : Realizaciones técnicas y científicas	Subtipo: Obras técnicas
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Parroquia de Malacatos
		Ubicación: Se ubica en el centro de la parroquia de Malacatos en las calles: Manuel Ignacio Godoy y Alejandro Bravo. Latitud: 4°12'56.96S Longitud: 79°15'22.00W
Foto Nº 9 Parque Central Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.		
Características: Se encuentra junto al Santuario la plaza central, rodeada de construcciones de viviendas tradicionales un lugar lleno de paz y tranquilidad para disfrutar con familia y amigos. Así mismo en este parque se realizan manifestaciones, religiosas, cívicas y políticas organizadas de la parroquia. La remodelación del parque se realizó el 30 de agosto del 2003, producto un convenio tripartito entre el Municipio de Loja, la familia Godoy Ruiz y los Residentes de Malacatenses en la Ciudad de Loja; posee una Glorieta ubicada del lugar, 24 bancas y 9 lámparas y disfrutar de su belleza paisajística, la cantidad de flores que adornan al lugar y arboles como: pinos, ciprés, nogal, arabismo, arupo, palmas y plantas ornamentales.		
Recomendaciones: - Ir con ropa cómoda y liviana, protector solar. - Llevar cámara fotográfica		
Actividades Turísticas: Turismo cultural - Fotografía -Esparcimiento y recreación		

Fuente: Observación directa.


Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Ficha Nº 3 Arquitectura tradicional

Nombre del Atractivo : Arquitectura tradicional		Jerarquía : I
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo : Histórico	Subtipo: Arquitectura civil
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Parroquia de Malacatos
		Ubicación: Se sitúan en el centro de Malacatos, alrededor del parque central. Latitud: 4°12'56.96S Longitud: 79°15'22.00W
<p>Foto Nº 10 Arquitectura tradicional Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.</p>		
<p>Características: Este conjunto de viviendas tradicionales son de estilo tradicional republicano, aquellas moradas que conservan la identidad de los antepasados en la época republicana; dichas casas rodean al parque de Malacatos. Estas modificaciones no han tenido ningún cambio ni remodelaciones por motivo de que fueron declaradas como centro colonial por el Alcalde Bolívar Castillo; cualquier cambio lo podrán realizar pero respetando el diseño original de la construcción. Este atractivo lo puede observar sin ninguna dificultad ya que se encuentra en el corazón de Malacatos.</p>		
<p>Recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ir con ropa cómoda y liviana - Llevar cámara fotográfica 		
<p>Actividades Turísticas: Turismo cultural Fotografía Esparcimiento y recreación</p>		


Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Ficha Nº 4 Centro Turístico Recreacional Malacatos

Nombre del Atractivo : Centro Turístico Recreacional Malacatos		Jerarquía : I
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo : Realizaciones Técnicas y Científicas	Subtipo: Obras Técnicas
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Parroquia de Malacatos
		<p>Ubicación: se encuentra ubicado a 33 km de la ciudad de Loja, en la zona sur de la Parroquia de Malacatos, en las calles: Pío Montufar y Manuel Ignacio Godoy.</p> <p>Latitud: 4°12'56.96S</p> <p>Longitud: 79°15'22.00W</p>
<p>Foto Nº 11 Centro Turístico Recreacional Malacatos Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.</p>		
<p>Características: El Centro Recreacional Turístico Malacatos se encuentra ubicado en la zona sur de Malacatos, junto al río de Malacatos; es un lugar de ocio y recreación en donde los turistas y visitantes pueden gozar de una infraestructura completa de recreación como: 2 canchas para la práctica del fútbol, indor, fútbol, básquet, boly, áreas verdes, 3 cabañas donde se puede realizar el picnic, 2 piscina con tobogán 2 baños y juegos recreativos para los niños y finalmente posee senderos en el interior del parque que conectan diferentes lugares del centro de Malacatos.</p>		
<p>Recomendaciones: Ir con ropa cómoda y liviana Llevar cámara fotográfica Llevar materiales de juegos deportivos.</p>		
<p>Actividades Turísticas: Esparcimiento y recreación - Camping - Fotografía</p>		

Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Ficha N° 5 Molienda de Malacatos


Nombre del Atractivo : Molienda de Malacatos		Jerarquía : I
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo : Realizaciones técnicas y científicas	Subtipo: Comidas y bebidas típicas
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Parroquia de Malacatos
		Ubicación: Manuel Ignacio Godoy y Pío Montufar. Latitud: 4°12'56.96S Longitud: 79°15'22.00W
Foto N° 12 Molienda de Malacatos Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.		
Características: Es una de las moliendas más representativas de la Parroquia de Malacatos tienen como finalidad la extracción de la caña como productos básico y de este se deriva la elaboración de la panela. El procedimiento para la elaboración de la panela consiste en recolectar la materia prima (caña de azúcar), moler la caña en trapiches y extraer el jugo, recolectar el guarapo y llevar al horno para su cocción, en el momento haya cogido su punto se coloca en los moldes para que se enfríe, una vez enfriadas las panelas finalmente se enfunda para su comercialización. En esta molienda solo se elabora la panela pero en otras moliendas también se produce el aguardiente. El proceso de moler la caña se hace en los llamados “trapiches”. Cuando la caña está totalmente preparada se transporta hacia las moliendas, se coloca en el trapiche. Aquí se extrae el jugo de caña, el cual llega hasta las tinajas, en donde a altas temperaturas se elabora la miel. Parte del proceso de limpieza es el “descachazar” la cual consiste en limpiar la miel hasta obtener la consistencia para ser colocada en los moldes. Para extraer el licor o “punta” se fermenta el jugo de caña, para luego ser destilado, controlando el nivel de alcohol. El anizado se obtiene de la mezcla del licor con: anís, pata de res y otros productos naturales, los que en la etapa de fermentación proporcionan sabor a aguardiente.		
Recomendaciones: Ir con ropa cómoda y liviana, llevar cámara fotográfica y repelen.		
Actividades Turísticas: Esparcimiento y recreación - Fotografía – Compra de producto.		

Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.1.5.3 Fichas resumen de los atractivos turísticos de la de la Finca Cafetalera “Fernández”

Ficha Nº 6 Mirador

Nombre del Atractivo : Mirador		Jerarquía : I
Categoría: Sitios naturales	Tipo : Montañas	Subtipo: Colina
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Parroquia de Malacatos
 <p>Foto Nº 13 Mirador Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.</p>		Ubicación: se encuentra ubicado a 2 km del centro de Malacatos en el sector La Trinidad, dentro de la finca cafetalera “Fernández”.
<p>Características:</p> <p>Este mirador se encuentra dentro de la Finca cafetalera “Fernández” a 1480 m.s.n.m; para llegar hasta la cima del mirador se atraviesa por un sendero rodeado de plantaciones de café y árboles frutales como: naranja, limón, mandarina, lima, limón injerto, guaba, guanábana y cañaverales. Este sendero posee un tiempo de recorrido de 20 minutos.</p> <p>En este mirador podrá admirar el paisaje natural con la observación panorámica de los cerros que rodean a Malacatos así como la vista desde lo alto del sector La Trinidad.</p>		
<p>Recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ir con ropa cómoda y liviana - Llevar repelente y protector solar - Llevar cámara fotográfica 		
<p>Actividades Turísticas:</p> <p>Esparcimiento y recreación - Observación paisajística - Caminata - Fotografía</p>		

Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.


Ficha Nº 7 Cultivo Orgánico y Procesamiento del Café

Nombre del Atractivo : Cultivo Orgánico y Procesamiento de Café		Jerarquía : I
Categoría: Manifestación cultural	Tipo : Realizaciones técnicas y científicas	Subtipo: Explotaciones agropecuarias
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Parroquia de Malacatos
		Ubicación: se encuentra ubicado a 2 km del centro de Malacatos en el sector La Trinidad, dentro de la Finca Cafetalera "Fernández".
<p>Foto Nº 14 Cultivo Orgánico y Procesamiento del Café Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.</p>		
<p>Características: El producto lleva el nombre de Mandango y su marca es AGROBAMBA es una compañía de carácter familiar. El cultivo del café orgánico se realiza totalmente natural sin la utilización de químicos alimentan las plantaciones con residuos de alimentos más el uso de cal. Se siembra con riego, por lo tanto es permanente la cosecha dentro de la finca; así como también existe café que procede de diferentes lugares de la provincia dependiendo de su calidad.</p> <p>PROCESAMIENTO DEL CAFÉ: Se recolecta las cerezas rojas o amarillas. Una vez cosechado el café se colocar los granos de café en unos recipientes para remojar, por doce horas. Seguidamente se introduce un palo en el centro, si el café no se une y queda el orificio dentro del café está listo para lavarlo, se realiza tres lavados y cuando esta lavado se eleva procediendo con una cernidera a extraer. Luego se procede a despulpar el café. Se coloca en unas arandas al ambiente para que sea secado. Se lleva a la piladora o tostadora. Una vez tostado se introduce al molino industrial Dejar para que se fermente y tome las características propias del café. Se pesa, etiqueta y sella convirtiendo en el producto final Café Mandango Orgánico.</p>		
<p>Recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ir con ropa cómoda y liviana, - Llevar repelente, protector solar y cámara fotográfica 		
<p>Actividades Turísticas: Observación y degustación del café - Esparcimiento y recreación - Fotografía</p>		

Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Ficha Nº 8 Trapiche artesanal

Nombre del Atractivo : Trapiche artesanal		Jerarquía : I
Categoría: Manifestación cultural	Tipo : Histórico	Subtipo: Colecciones particulares
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Parroquia de Malacatos
		Ubicación: se encuentra ubicado a 2 km del centro de Malacatos en el sector La Trinidad, dentro de la finca cafetalera "Fernández".
<p>Foto Nº 15 Trapiche artesanal Fuente: Trabajo de campo. Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.</p>		
<p>Características:</p> <p>Lleva el nombre de trapiche de palo artesanal, fue fabricado en Valladolid; tiene dos soportes verticales y dos cilindros horizontales debidamente ajustado, posee una palanca en cada extremo que sirven para rotar los cilindros y de esta forma aplastar la caña y extraer el juego de la misma.</p>		
<p>Recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ir con ropa cómoda y liviana - Llevar repelente y protector solar - Llevar cámara fotográfica 		
<p>Actividades Turísticas:</p> <p>Esparcimiento y recreación - Uso del trapiche tradicional - Degustación de del guarapo o jugo de caña - Fotografía</p>		

Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.1.6 Análisis FODA

En el cuadro N° 51 se muestra los factores internos y externos de la finca cafetalera “Fernández”, análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).

Cuadro N° 51: Análisis FODA

A N Á L I S I S I N T E R N O	F O R T A L E Z A S	<ul style="list-style-type: none"> - Cultivo de café orgánico. - La finca cuenta con un café que tiene una marca registrada y registro sanitario que le permite comercializar en Ecuador, en la Unión Europea y Estados Unidos. - Cuenta con proveedores de café de prestigio de la asociación PROCAFEQ (Asociación de Productores de Café de Altura de Espíndola y Quilanga) y FAPECAFES (Federación de Cafetaleros Ecológicos del Ecuador) para otorgar café de calidad. - El producto Café Mandango Orgánico se encuentra en el mercado local y nacional. - Cuenta con maquinaria industrial y artesanal para el procesamiento del café. - Goza de espacios de interés turístico. - Buena ubicación y facilidad de acceso. - Cuenta con personas capacitadas en temas de catación de café y alimentos. - Cuenta con persona capacitada en el área ambiental, para el tratado correcto del medioambiente. - Cuenta con recursos económicos para la implementación de actividades, productos o servicios turísticos.
	D E B I L I D A D E S	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de estructura organizacional. - Falta de mantenimiento y adecuación de los espacios e instalaciones de la finca. - Falta de terreno para el cultivo de café. - Posee infraestructura limitada para realizar actividades turísticas. - Falta de diversificación de servicios y actividades turísticas. - Falta de productos para aumentar el interés turístico. - Desconocimiento de la población de la existencia de la finca cafetalera.
A N Á L I S I S E X T E R N O	O P O R T U N I D A D E S	<ul style="list-style-type: none"> - Buen clima durante todo el año. - Cercanía a la cabecera parroquial y cantonal. - Apoyo del CFN (Corporación Financiera Nacional) por la presencia de proyectos. - Convenios con el Gobierno Provincial de Loja a la finca cafetalera para insertarle en el ámbito turístico. - Interés internacional por el café de provincia de Loja por ser considerado como los mejores cafés especiales del país. - Apoyo de la organización APECAFÉ (Asociación de pequeños Productores de Café) en Malacatos. - Presencia de un mayor número de turistas los fines de semana y principalmente en los meses de febrero y agosto. - Presencia de ferias en la parroquia todos los domingos. - Malacatos tiene una gran demanda al comercializar café. - Inexistencia de fincas turísticas cafetaleras. - Interés por la población por conocer fincas turísticas cafetaleras. - Crecimiento poblacional constante de la parroquia de Malacatos. - Rápida evolución tecnológica turística.
	A M E N A Z A S	<ul style="list-style-type: none"> - Crisis económica. - Recorte del presupuesto gubernamental en Malacatos para la ejecución de proyectos turísticos. - Cultura turística variante. - Limitada planta turística en la parroquia. - Cambios de hábitos de los consumidores.

Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.1.6.1 Matriz de evaluación de factores externos

Cuadro Nº 52: Análisis de la matriz MEFE

Factor Externo Clave	Variables	Ponderación	Clasificación	Resultado ponderado
- Buen clima durante todo el año.	Oportunidad	0.10	4	0.40
- Cercanía a la cabecera parroquial y cantonal.	Oportunidad	0.05	3	0.15
- Apoyo del CFN por la presencia de proyectos.	Oportunidad	0.04	4	0.16
- Convenios con el Gobierno Provincial de Loja a la finca cafetalera para insertarle en el ámbito turístico.	Oportunidad	0.06	4	0.24
- Interés internacional por el café de provincia de Loja por ser considerado como los mejores cafés especiales del país.	Oportunidad	0.07	4	0.32
- Apoyo de la organización APECAFÉ en Malacatos	Oportunidad	0.03	3	0.09
- Presencia de un mayor número de turistas los fines de semana y principalmente en los meses de febrero y agosto.	Oportunidad	0.03	3	0.09
- Presencia de ferias en la parroquia todos los domingos.	Oportunidad	0.04	3	0.12
- Malacatos tiene una gran demanda al comercializar café.	Oportunidad	0.04	3	0.12
- Inexistencia de fincas turísticas cafetaleras.	Oportunidad	0.05	3	0.15
- Interés por la población por conocer fincas turísticas cafetaleras	Oportunidad	0.05	3	0.15
- Crecimiento poblacional constante de la parroquia de Malacatos.	Oportunidad	0.07	4	0.28
- Rápida evolución tecnológica turística	Oportunidad	0.06	4	0.24
- Crisis económica.	Amenaza	0.08	1	0.08
- Recorte del presupuesto gubernamental en Malacatos para la ejecución de proyectos turísticos.	Amenaza	0.05	2	0.10
- Cultura turística variante.	Amenaza	0.05	2	0.10
- Limitada planta turística en la parroquia.	Amenaza	0.07	1	0.07
- Cambios de hábitos de los consumidores.	Amenaza	0.06	2	0.06
TOTAL		1.00		2.92

Fuente: Diagnóstico turístico.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.1.6.2 Matriz de evaluación de factores internos

Cuadro N° 53 Análisis de la matriz MEFI

Factor Interno Clave	Variables	Ponderación	Clasificación	Resultado ponderado
- Cultivo de café orgánico.	Fortaleza	0.16	4	0.64
- La finca cuenta con un café que tiene una marca registrada para la comercialización y registro sanitario que le permite comercializar en Ecuador, la Unión Europea y Estados Unidos.	Fortaleza	0.11	4	0.44
- Cuenta con proveedores de café de prestigio de la asociación PROCAFEQ y FAPECAFES para otorgar café de calidad.	Fortaleza	0.09	3	0.27
- El producto Café Mandango Orgánico se encuentra en el mercado local y nacional.	Fortaleza	0.07	4	0.28
- Cuenta con maquinaria industrial y artesanal para el procesamiento del café.	Fortaleza	0.06	4	0.24
- Goza de espacios de interés turístico.	Fortaleza	0.05	4	0.20
- Buena ubicación y facilidad de acceso	Fortaleza	0.04	3	0.12
- Cuenta con personas capacitadas en temas de catación de café y alimentos.	Fortaleza	0.05	4	0.36
- Cuenta con persona capacitada en el área ambiental, para el tratado correcto del medio ambiente.	Fortaleza	0.04	3	0.12
- Cuenta con recursos económicos para la implementación de actividades, productos o servicios en beneficio de la finca.	Fortaleza	0.05	3	0.15
- Falta de estructura organizacional.	Debilidad	0.06	1	0.06
- Falta de mantenimiento y adecuación de los espacios e instalaciones de la finca.	Debilidad	0.02	2	0.04
- Falta de terreno para el cultivo de café.	Debilidad	0.05	1	0.05
- Posee infraestructura limitada para realizar actividades turísticas.	Debilidad	0.03	1	0.03
- Falta de diversificación de servicios y actividades turísticas.	Debilidad	0.03	2	0.12
- Falta de productos para aumentar atractivos de interés turístico.	Debilidad	0.03	2	0.06
- Desconocimiento de la población de la existencia de la finca cafetalera.	Debilidad	0.06	2	0.12
TOTAL		1.00		3.30

Fuente: Diagnóstico turístico.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Al determinar las matrices de Evaluación MEFE y MEFI obtenemos como conclusión:

En la Matriz de Evaluación de Factores Externos se consiguió evaluar las oportunidades y amenazas de la Finca Cafetalera “Fernández”, obteniendo 2.92 como resultado considerando que dicha finca es competitiva ante cualquier amenaza y por ende posee grandes oportunidades que serán aprovechadas para el mejoramiento de esta propiedad.

En la Matriz de Evaluación de Factores Internos se logró evaluar las fortalezas y debilidades de la Finca Cafetalera “Fernández” obteniendo como resultado final de 3.30 deduciendo que es una finca que tiene una fuerte posición interna, es decir posee mayores fortalezas que debilidades y por lo tanto se puede aprovechar y finalmente insertarse en el ámbito turístico.

6.1.6.3 Matriz de estrategias

Cuadro N° 54: Matriz de estrategias FODA para la Finca Cafetalera “Fernández”

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cultivo de café orgánico. - La finca cuenta con un café que tiene una marca registrada para la comercialización y registro sanitario que le permite comercializar a la Unión Europea y Estados Unidos. - Cuenta con proveedores de café de prestigio de la asociación PROCAFEQ y FAPECAFES para otorgar café de calidad. - El producto Café Mandango Orgánico se encuentra en el mercado local y nacional. - Cuenta con maquinaria industrial y artesanal para el procesamiento del café. - Goza de espacios de interés turístico. - Buena ubicación y facilidad de acceso. - Cuenta con personas capacitadas en temas de catación de café y alimentos. - Cuenta con persona capacitada en el área ambiental, para el tratado correcto del medioambiente. - Cuenta con recursos económicos para la implementación de actividades, productos o servicios en beneficio de la finca. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falta de estructura organizacional. - Falta de mantenimiento y adecuación de los espacios e instalaciones de la finca. - Falta de terreno para el cultivo de café. - Posee infraestructura limitada para realizar actividades turísticas. - Falta de diversificación de servicios y actividades turísticas. - Falta de proyectos para aumentar el interés turístico. - Desconocimiento de la población de la existencia de la finca cafetalera.
	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buen clima durante todo el año. - Cercanía a la cabecera parroquial y cantonal. - Apoyo del CFN por la presencia de proyectos. - Convenios con el Gobierno Provincial de Loja a la finca cafetalera para insertarla en el ámbito turístico. - Interés internacional por el café de provincia de Loja por ser considerado como los mejores cafés especiales del país. - Apoyo de la organización APECAFÉ en Malacatos. - Presencia de un mayor número de turistas los fines de semana y principalmente en los meses de febrero y agosto. - Presencia de ferias en la parroquia todos los domingos. - Malacatos tiene una gran demanda al comercializar café. - Inexistencia de fincas turísticas cafetaleras. - Interés por la población por conocer fincas turísticas cafetaleras. - Crecimiento poblacional constante de la parroquia de Malacatos. - Rápida evolución tecnológica. 	<p style="text-align: center;">FO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar un paquete turístico (F₁, F₂, F₃, F₅, F₆, F₇, F₉, F₁₀, O₁, O₇, O₈, O₁₀, O₁₂, O₁₃).
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crisis económica. - Recorte del presupuesto gubernamental en Malacatos para la ejecución de proyectos turísticos. - Cultura turística variante. - Limitada planta turística en la parroquia. - Cambios de hábitos de los consumidores. 	<p style="text-align: center;">FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crear alianzas estratégicas con las Agencias de Viaje e Instituciones Públicas involucradas con el Turismo de la ciudad de Loja para poder ser incluida dentro de paquetes turísticos de la provincia de Loja (F₁, F₂, F₃, F₅, F₆, F₇, F₈, A₃, A₄). 	<p style="text-align: center;">DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incrementar capacitaciones con temáticas servicio al cliente (D₂, D₇, A₃, A₅).

Fuente: Diagnóstico turístico.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.2 PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA “FERNÁNDEZ” EN LA PARROQUIA MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA.

6.2.1 Descripción del negocio

Empresa dirigida a todo tipo de público y sobre todo a los amantes del café, somos personas comprometidas a la satisfacción plena de nuestros clientes; finca dedicada a ofrecer servicios y actividades turísticas, a más de contar con la existencia de un café de alta calidad, con la posibilidad de día a día ir ampliando y diversificando productos turísticos.

Un lugar para dejar la rutina diaria y salir a conocer y explorar y lo más importante conocer el procesamiento del café paso a paso desde el cultivo hasta la obtención del producto final así como la utilización del trapiche artesanal que con sus propias manos podrá extraer el jugo derivado de la caña de azúcar.

6.2.2 Estudio de Mercado de la Finca Cafetalera “Fernández”

6.2.2.1 Análisis de la demanda

- Perfil del turista

El perfil de los turistas son hombres y con poca diferencia son mujeres con una edad promedio de 30 años, en su mayoría son personas que cuentan con empleo siendo servidores privados, poseen un salario promedio de \$698,00 dólares, todos tienen conocimiento de la existencia de la parroquia de Malacatos, pero desconocen de la existencia de fincas cafetaleras, creen que dichas fincas impulsan el turismo en el sector, individuos amantes del café que consumen café que proviene de Malacatos y Chaguarpamba, no conocen fincas cafetaleras que se practiquen el turismo pero están interesadas en conocer fincas de esta índole, prefieren una finca ecológica en menor interés la tradicional, al momento de viajar toman en consideración las actividades y productos que ofrecen a más de la calidad

del servicio, prefieren conocer cuál es el procesamiento y degustación del café así como cursos dinámicos relacionados con el mismo, los servicios que desean tener son servicios de alimentación y alojamiento, los principales motivos de viaje es por la razón que les gusta el café así como por la calidad y sabor del mismo, desean visitar casa 6 meses en compañía de su familia y amigos, están de acuerdo en gastar un promedio de \$31,47 dólares por visita, les gusta la atención directamente sin uso de la tecnología, el medio que prefieren para informarse del turismo de la finca en su mayoría es por internet seguido por televisión y radio, finalmente les gustaría que se promocióne mediante el ofrecimiento de paquetes turísticos.

- Demanda turística

Demanda potencial.- se determina con la totalidad de la población aplicada para el estudio de mercado en este caso la suma de la población económicamente activa de la ciudad de Loja y de la parroquia de Malacatos y el total de los turistas que ingresaron a la ciudad, proyectando con una tasa de crecimiento de la ciudad de Loja de 2,65% para los siguientes años. Para la determinación de la demanda potencial se realizó una pregunta ¿Conoce Ud. los atractivos turísticos, servicios y productos turísticos de la Parroquia de Malacatos? El cual el 100% de la población si conocen la parroquia de Malacatos.

Cuadro N° 55 Demanda potencial

Años	Tasa de crecimiento (2,65%)	Demanda potencial (100%)
1	107912	107912
2	110772	110772
3	113707	113707
4	116721	116721
5	119814	119814

Fuente: Cuadro 1,2 y 3.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Demanda Potencial	107912	100%
	100%	X
	=	107912

Demanda real.- se realizó mediante la pregunta de la encuesta que se aplicó ¿Conoce fincas cafetaleras que se practiquen el Turismo? con un porcentaje del 19% de la personas que conocen fincas cafetaleras turísticas.

Cuadro N° 56 Demanda real

Años	Demanda potencial	Demanda real (19%)
1	107912	20503
2	110772	21047
3	113707	21604
4	116721	22177
5	119814	22765

Fuente: Cuadro N° 55.

Elaboración: Mercy Etefvina Yunga Cueva.

Demanda Real	107912	100%
	19%	X
	=	20503

Demanda efectiva.- se efectuó en base a la pregunta aplicada ¿Le gustaría que las fincas cafetaleras brinden servicios turísticos?, con un 97% de interés por la población.

Cuadro N° 57 Demanda efectiva

Años	Demanda real	Demanda efectiva (97%)
1	20503	19888
2	21047	20415
3	21604	20956
4	22177	21512
5	22765	22082

Fuente: Cuadro N° 56.

Elaboración: Mercy Etefvina Yunga Cueva.

Demanda Efectiva	20503	100%
	97%	X
	=	19888

Demanda efectiva

por visita.- se realiza por medio del número de visitas que visitarían los demandantes, determinando que el número de visitas promedio por

individuo anual es de 3 visitas anuales que multiplicado la demanda efectiva se obtiene la demanda efectiva anual.

Cuadro N° 58 Promedio de visitas anual

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Veces al año	Total Visitas
Semanalmente	1	1	52	52
Mensualmente	5	7	12	60
Trimestral	8	12	4	32
Semestral	6	8	2	12
Anual	51	72	1	51
Total	71	100%		207
			Promedio anual	2,92
			Total	3

Fuente: Pregunta N° 12 (Encuesta).
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Total visitas =	Frecuencia x veces al año
Promedio anual =	Sumatoria total de visitas / frecuencia

Cuadro N° 59 Demanda efectiva anual

Años	Demanda efectiva	Visita promedio	Demanda efectiva anual
1	19888	3	59665
2	20415	3	61246
3	20956	3	62869
4	21512	3	64535
5	22082	3	66245

Fuente: Cuadro N° 58.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

<p>Demanda efectiva anual = Demanda efectiva x Visita promedio</p>
--

6.2.2.2 Análisis de la oferta

La oferta de la Finca cafetalera “Fernández” es de 24 turistas al año los cuales pertenecen a la Finca Cafetalera “León Toledo”; este bajo porcentaje se debe a la inexistente de fincas cafetaleras turísticas.

Cuadro Nº 60 Oferta turística

Año	Proyección de Oferta
1	24
2	24
3	24
4	24
5	24

Fuente: Diagnóstico turístico.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Demanda Insatisfecha: Para obtener la demanda insatisfecha se procede a restar la demanda con la oferta existente, en dicho proyecto se puede observar que tenemos una gran demanda insatisfecha para aprovecharla debido a la inexistencia de fincas cafetaleras turísticas.

Cuadro Nº 61 Demanda insatisfecha

Años	Demanda efectiva anual	Oferta	Demanda Insatisfecha
1	53629	24	53605
2	55050	24	55026
3	56509	24	56485
4	58007	24	57983
5	59544	24	59520

Fuente: Cuadro Nº 59 y 60.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

$$\text{Demanda insatisfecha} = \text{Demanda} - \text{Oferta}$$

6.2.2.3 Marketing Mix

- Producto

Logotipo

Figura N° 6 Logotipo Finca “Fernández”



Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Descripción

El logotipo de la empresa está representado por dos de los principales cerros del valle de Malacatos como es el Cerro La Mina y el Cerro Pan de azúcar, así como la belleza paisajística que puede admirar desde este lugar, de igual forma muestra el sol que significa la gran ventaja de un clima agradable durante la mayoría del año, se destaca una rama de café y café cosechado simbolizando que dentro de esta finca podrá realizar turismo vivencial participando del procesamiento y degustación de un delicioso café totalmente orgánico y delicioso; todo esto representado en colores llamativos y de fácil distinción para los clientes.

Lema

Viaja y siente el verdadero aroma a café.

Lema que significa que al momento de salir de su lugar habitual Ud. disfrutará de un café de alto estándar de calidad a más de participar en distintas actividades de ocio y esparcimiento.

Imagen corporativa

Se diseñó una tarjeta de presentación donde explica lo que ofrece la Finca “Fernández” así como las direcciones donde puede informarse acerca de la misma.

Figura N° 7 Tarjeta de Presentación



Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

El producto estrella que ofrece la finca es un paquete turístico (full day) en donde abarca distintas actividades como observación del cultivo y procesamiento del café, caminata hacia el mirador, uso del trapiche tradicional, uso de las instalaciones y visita a los principales atractivos turísticos de la parroquia de Malacatos, también incluye servicios como: transporte, alimentación y guianza.

- **Precio**

El costo del paquete turístico será de \$15,00 dólares para cada persona y para grupos de 15 o más personas tendrá el valor de \$13,00 dólares; el paquete es durante un día completo.

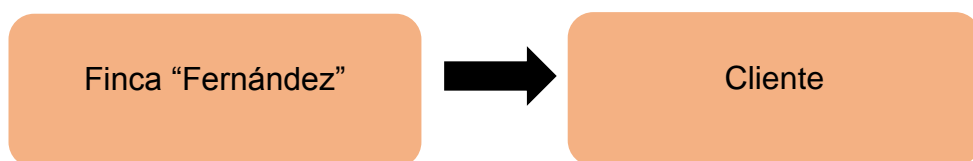
En el servicio de restaurante para las personas que no deseen la compra del paquete turístico, se cobrará del 30% al 70% de los valores asignados dentro del paquete turístico dependiendo de los platos.

La política del cobro de los clientes: en el caso de reservaciones, ya sea directamente, vía telefónica o por internet se cancelará un 50% al momento de realizar el contrato y el otro 50% al momento de adquirir el servicio; con una forma de pago en efectivo o mediante cuentas bancarias.

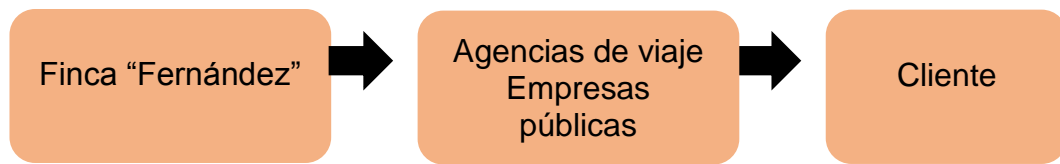
- **Distribución**

Habrán dos canales de distribución: el primero será la venta directa al cliente y la segunda comercializando el producto turístico a través de intermediarios que llegarán hacer las agencias de viajes y empresas públicas encargadas del desarrollo turístico.

Canal 1:



Canal 2:



- **Promoción**

En el servicio del restaurante se realizará ticket de consumo, en el que se entregará al cliente y al adquirir 10 tickets obtendrá un plato totalmente gratis.

Los días martes obtendrá el 10% de descuento en todos los servicios.

Por el consumo de familias de 10 pax obtendrá dos jarras de bebida gratis.

Se entregará souvenirs (llaveros) a los clientes vip y a las personas que adquieran el paquete turístico, con la finalidad de dar un valor agregado a nuestro cliente.

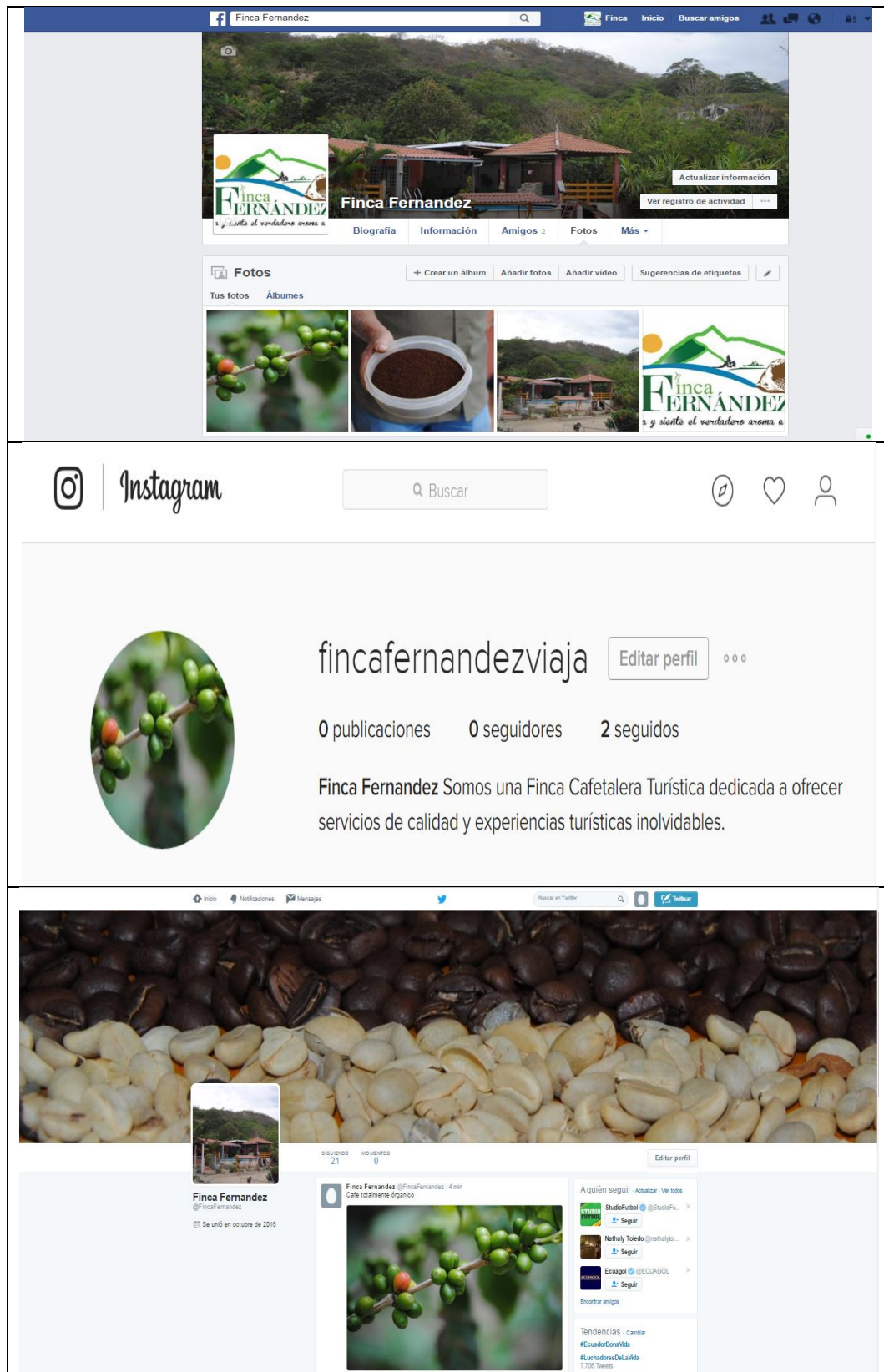
Los días de lluvia serán momentos especiales para ti, porque los días de lluvia serán días de café; brindaremos café totalmente gratis.

Publicidad

La publicidad es informativa pretende informar al cliente y convencer al usuario sobre el tipo de servicio que se está ofertando.

Dentro del estudio de mercado de la Finca "Fernández" se determinó cuáles son los medios publicitarios más convenientes para informar acerca de la empresa, destacándose con un 100% el uso del internet seguidamente de la televisión, radio, prensa escrita y directamente al cliente, medios de comunicación al alcance de todas las personas. Es por esta la razón por la que se determinó crear páginas en el internet como: Facebook, Instagram y Twitter para de esta forma difundir y promocionar el paquete turístico y por ende a la Finca "Fernández".

Figura Nº 8 Redes sociales (Facebook – Instagram - Twitter)



Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

De igual forma se estableció un spots radial y flyers turísticos determinando que dicho spots será transmitido en la radio Sociedad 99.3 y los flyers serán distribuidos en diferentes puntos de la ciudad principalmente en la Agencia de viajes Amazon Travel e instituciones públicas como Coordinación de Turismo de la Prefectura Loja y el Ministerio de Turismo.

Spots publicitario

Estas cansado de lo mismo, quieres conocer algo diferente ven y atrévete a conocer, no desaproveches la oportunidad Finca Fernández viaja y siente el verdadero aroma a café, una manera diferente de hacer turismo donde no solo compartirás momentos de ocio y recreación sino con tus propias manos prepararás el café a tu gusto y conocerás el proceso desde su cosecha hasta saborear del exquisito café “Mandango”, además ofrecemos servicio de restaurante, caminatas hacia un mirador que observarás la belleza paisajística del hermoso Valle de Malacatos y mucho más!!! si vienes acompañado con familiares y amigos compra un solo paquete, tendrás descuentos especiales por los mismos servicios. VEN TE ESPERAMOS Estamos ubicados en la parroquia de Malacatos a 2 km del centro de Malacatos en el sector la Trinidad vía al Tambo. Teléfonos: 2572400 – 0988802965

Flyer turístico

Figura Nº 9 Diseño uno del Flyer turístico

MIRADOR

HIDROMASAJE

PISCINA

ZONA DE RECREACIÓN

RESTAURANTE

Finca FERNÁNDEZ
Viaja y siente el verdadero aroma a café.
Te espera...

Paquete Turístico
"Full Day"

Incluye:

- Transporte Loja – Malacatos - Loja
- Alimentación (Desayuno, Almuerzo)
- Instalaciones de la Finca "Fernández"
- Visita Molienda de Malacatos
- Visita Santuario de La Caridad
- Visita Parque Central de Malacatos
- Visita Arquitectura Tradicional Malacatos
- Guía turístico

Grupos de 15 a 20 personas.
No incluye: Otros gastos no especificados en el programa.

Via al Tambo sector La Trinidad a 2km del centro de Malacatos.

f Finca Fernandez
t @fincafernandez
i fincafernandezviaja

Teléfonos: 2572400 - 0988802965
Email: viajafincafernandez@gmail.com

Podrás adquirir cualquier día de la semana. Traslados en grupo. Pago en efectivo y/o depósitos bancarios.
Puntos de venta: Agencia Amazon Travel (luordes y sucre esquina), en la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja (Jose Antonio Eguiguren entre Bernardo Valdivieso y Bolivar) y en el Ministerio de Turismo (Bernardo Valdivieso entre 10 de agosto y Jose Antonio Eguiguren)

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Figura N° 10 Diseño dos del Flyer turístico

Paquete Turístico
"Full Day"

- **Transporte**
Loja – Malacatos - Loja
- **Alimentación**
(Desayuno, Almuerzo)
- **Instalaciones de la Finca**
"Fernández"
- **Visita Molienda de Malacatos**
- **Visita Santuario de La Caridad**
- **Visita Parque Central de Malacatos**
- **Visita Arquitectura Tradicional Malacatos**
- **Guía turístico**



Te espera...






RESTAURANTE

PISCINA

HIDROMASAJE

MIRADOR







Vía al Tambo sector La Trinidad
a 2km del centro de Malacatos.



ZONA DE RECREACIÓN
(Mesas de Pin-Pon, villar,
y canchas deportivas)

Teléfonos: 2572400 - 0988802965
Email: viajafincafernandez@gmail.com

Didio Fernández
PROPIETARIO

 Finca Fernandez
 @fincafernandez
 fincafernandezviaja

Podras adquirir cualquier día de la semana. Traslados en grupo. Pago en efectivo y/o depósitos bancarios. **Puntos de venta:** Agencia Amazon Travel (luordes y sucre esquina), en la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja (Jose Antonio Eguiguren entre Bernardo Valdivieso y Bolivar) y en el Ministerio de Turismo (Bernardo Valdivieso entre 10 de agosto y Jose Antonio Eguiguren)

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.2.3 Estudio Técnico

Determinación del Tamaño del Proyecto

Se considera el tamaño de la Finca “Fernández” de acuerdo a la capacidad instalada de producción, el cual nos ayuda a conformar el estudio financiero logrando conocer su rentabilidad.

Capacidad Instalada

La capacidad de la Finca “Fernández”, se determina multiplicando 32 personas que es la capacidad del restaurante por los 365 días del año obteniendo la capacidad del servicio de 11680 al 100% de capacidad instalada.

Cuadro N° 62 Capacidad Instalada Paquete turístico (Restaurante y demás servicios)

Denominación	Personas diarias	Capacidad del servicio	% Capacidad Instalada
Paquete Turístico (Restaurante y demás servicios)	32	11680	100%

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada se obtiene multiplicando el número de personas de capacidad que tiene el restaurante que es 32 pax por los 313 días al año que se atenderá obtenemos 10016 el total de personas que se atenderá al año, con una capacidad utilizada de porcentaje de 86% de la capacidad instalada.

Cuadro N° 63 Capacidad Utilizada Paquete turístico (Restaurante y demás servicios)

Denominación	Personas diarias	Capacidad del servicio	%Capacidad
Paquete Turístico (Restaurante y demás servicios)	32	10016	86%

Fuente: Capacidad Instalada.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

6.2.3.1 Implementación de la infraestructura adecuada (Servicio de Restaurante)

La creación del servicio de restaurante en la Finca “Fernández” es un servicio que se implementará por la alta demanda de las personas encuestadas a más de contar con la infraestructura para el mismo, el restaurante tendrá comida típica de Malacatos y bebidas a base de café a continuación se menciona la forma del servicio a ofrecer:

Política de calidad

Enfocados en brindar un servicio de calidad; las zonas distribuidas para dicho servicio son:

a) Aprovechamiento

La compra de la materia prima para el restaurante se realiza dentro de la población de Malacatos así como en algunas ocasiones en la ciudad de Loja, se obtendrá productos de calidad procurando que su manipulación y conservación de los mismos sean de alta calidad.

b) Cocina

El área de la cocina se encuentra en condiciones óptimas para la preparación de alimentos, cuenta con paredes y pisos lavables, los instrumentos que se usarán son de acero inoxidable. Antes de que los alimentos entren a ser procesados serán lavados y desinfectados, con productos especiales para evitar cualquier tipo de contaminación. Las personas como el chef, ayudante de cocina y mesero utilizarán camiseta, gorra y delantal para evitar el contacto directo con los alimentos.

c) Comedor

El comedor es un espacio abierto cuenta con iluminación y decoración de acorde al lugar, un espacio al aire libre ofreciendo confort a los clientes.

Cuenta con mesas cuadradas de madera de pino rústicas para cuatro personas y sillas estándares diseñadas con pino, fáciles de limpiar y cómodas para el cliente.

d) Almacenaje

Los alimentos serán debidamente almacenados dependiendo del tipo de alimentos, si son alimentos perecederos serán almacenados en refrigeración o congelación, mientras que alimentos no perecederos serán ubicados en lugares frescos y secos de esta forma se evitarán el deterioro de los mismos.

e) Higiene y Limpieza

La higiene y limpieza de las áreas de pisos de la cocina, comedor y servicios higiénicos se realizará de manera permanente es decir diariamente con la utilización de agua, detergente y desinfectante.

El menaje de cocina se lavarán con agua fría y lavavajillas, excepto las cocinas que se lavarán con agua caliente y lavajilla, los utensilios entrarán en un proceso de esterilización cada semana, es decir se introducirá en agua hirviendo para evitar bacterias u otro tipo de contaminantes.

Los desechos orgánicos serán utilizados para abono orgánico y en cuanto a los desechos inorgánicos se colocará en los basureros ecológicos para luego ser recogidos por los carros recolectores de basura de Malacatos.

Las personas que trabajan dentro del establecimiento deberán tener certificado de un centro de salud que garantice que no posee ningún tipo de enfermedades.

Los empleados vestirán gorro, camiseta y delantal impecables realizando cada uno la limpieza diaria del uniforme.

Horario de atención del Restaurante

El restaurante estará disponible de martes a domingos en los horarios de lunes a viernes de 09H00AM – 17H00PM y sábados y domingos de 10h00AM – 18h00PM.

Menú del restaurante

Se establece un menú para el restaurante con comidas típicas del lugar y bebidas tradicionales a base de café.

Figura N° 11 Menú para los clientes

Desayunos	
Desayuno continental (Café, jugo, huevo, pan, mermelada)	\$3,00
Desayuno Americano (Café, jugo, huevo, pan, mermelada y arroz con estofado de pollo o carne)	\$4,00
Platos Fuertes	
Ceciva	\$7,50
Fritada	\$7,50
Estofado de gallina criolla	\$5,00
Sopas	
Arveja con guineo	\$2,00
Repe	\$1,80
Caldo de gallina criolla	\$3,00
Postres	
Flan de café	\$1,50
Mousse de café	\$1,50
Eusalada de frutas	\$1,00
Bebidas	
Horchata	\$1,00
Limonada	\$0,90
Jugos de frutas	\$1,40
Delicias "Fernández"	
Clásico Frappé	\$2,00
Batido de plátano al café	\$2,00
Café Americano	\$1,00
Café Capuchino	\$1,60
Tamal Lojavo	\$1,25
Tamal de arroz	\$1,25
Tamal de guineo	\$1,25

¡Oferta Especial!
TODOS LOS MARTES
10% DESCUENTO

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

El menú cuenta con:

Desayunos

- Desayuno continental (Café, jugo, huevo, pan y mermelada).
- Desayuno americano (Café, jugo, huevo, pan, mermelada y arroz con estofado de pollo o arroz con carne).

Platos fuertes

- Cecina
- Fritada
- Seco de gallina criolla

Sopas:

- Arveja con guineo
- Repe
- Caldo de gallina criolla

Postres

- Flan de café
- Mousse de café
- Ensalada de frutas

Bebidas

- Horchata
- Limonada
- Jugos

Delicias “Finca Fernández”

- Clásico Frappé
- Batido de plátano al café

- Café americano Café capuchino
- Tamal lojano
- Tamal de arroz
- Tamal de guineo

Determinación de costos de Materia prima de los platos establecidos dentro del menú: Se realiza mediante recetas determinando el costo total para 32 y 16 personas.

Cuadro Nº 64 Desayuno continental

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Café	1	Libra	7,50	7,50
Fruta (Tomate)	2	Docenas	1,00	2,00
Azúcar	1	Kg	1,80	1,80
Huevos	32	Unidades	0,15	4,80
Pan	32	Unidades	0,15	4,80
Mermelada	2	Frascos	2,47	4,94
Costo total para 32 personas				25,84
Costo total para 16 personas				12,92

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 65 Desayuno americano

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Café	1	Libra	7,50	7,50
Fruta (Mora)	3	Libras	1,25	3,75
Azúcar	1	Kg	1,80	1,80
Huevos	32	Unidades	0,15	4,80
Pan	32	Unidades	0,15	4,80
Mermelada	1	Frascos	2,47	2,47
Arroz	7	Libras	0,65	4,55
Pollo	11	Libras	1,70	18,70
Tomate de riñón	5	Libras	0,40	2,00
Cebolla	3	Libras	0,30	0,90
Limón	4	Unidades	0,05	0,20
Plátano Verde	12	Unidades	0,25	3,00
Maggi de pollo	1	Caja	0,45	0,45
Aceite	1	Litro	2,30	2,30
Sal y comino al gusto			0,20	0,20
Costo total para 32 personas				57,42
Costo total para 16 personas				28,71

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Cuadro N° 66 Cecina

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Carne de chanco	8	Libras	2,80	22,40
Yuca	6	Libras	0,30	1,80
Tomate de riñón	4	Libras	0,40	1,60
Cebolla	5	Libras	0,30	1,50
Limón	5	Unidades	0,05	0,25
Achiote	2	Cucharadas	0,05	0,10
Ajo	5	Cucharadas	0,08	0,40
Sal y comino al gusto			0,20	0,20
Costo total para 32 personas				28,25
Costo total para 16 personas				14,13

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 67 Fritada

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Costilla de cerdo	9	Libras	2,40	21,60
Maíz para Mote	11	Libras	0,80	8,80
Plátano maduro	14	Unidades	0,25	3,50
Tomate de riñón	4	Libras	0,40	1,60
Cebolla	5	Libras	0,30	1,50
Limón	4	Unidades	0,05	0,20
Naranja	1	Unidades	0,10	0,10
Ajo	3	Cucharadas	0,08	0,24
Sal y comino al gusto			0,20	0,20
Costo total para 32 personas				37,74
Costo total para 16 personas				18,87

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 68 Estofado de gallina criolla

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Pollo criollo	11	Libras	2,30	25,30
Arroz	7	Libras	0,65	4,55
Yuca	6	Libras	0,30	1,80
Tomate de riñón	4	Libras	0,40	1,60
Cebolla	5	Libras	0,30	1,50
Achiote	2	Cucharadas	0,05	0,10
Ajo	2	Cucharadas	0,08	0,16
Maggy de pollo	1	Caja	0,45	0,45
Sal y comino al gusto			0,20	0,20
Costo total para 32 personas				35,66
Costo total para 16 personas				17,83

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 69 Arveja con guineo

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Guineos verdes	17	Unidades	0,05	0,85
Arveja	4	Libras	1,00	4,00
Leche	4	Tazas	0,20	0,80
Quesillo	2	Libras	2,00	4,00
Cebolla blanca	1	Manojo	0,30	0,30
Cilantro	1	Manojo	0,25	0,25
Sal y comino al gusto			0,12	0,12
Costo total para 32 personas				10,32
Costo total para 16 personas				5,16

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 70 Repe

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Guineos verdes	24	Unidades	0,05	1,20
Leche	4	Tazas	0,20	0,80
Quesillo	2	Libras	2,00	4,00
Cebolla blanca	1	Manojo	0,30	0,30
Cilantro	1	Manojo	0,25	0,25
Sal y comino al gusto			0,12	0,12
Costo total para 32 personas				6,67
Costo total para 16 personas				3,34

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 71 Caldo de gallina criolla

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Pollo criollo	11	Libras	2,30	25,30
Yuca	6	Libras	0,30	1,80
Apio	1	Manojo	0,10	0,10
Ajo	2	Cucharadas	0,08	0,16
Zanahoria	6	Libras	0,25	1,50
Perejil	1	Manojo	0,25	0,25
Sal y comino al gusto			0,20	0,20
Costo total para 32 personas				29,31
Costo total para 16 personas				14,66

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 72 Flan de café

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Nata líquida	4	Litros	2,20	8,80
Flan	4	Sobres 130 gr	1,55	6,20
Azúcar	8	Cucharadas	0,05	0,40
Café	4	Vaso ml	1,87	1,87
Caramelo Líquido			0,50	0,50
Costo total para 32 personas				17,77
Costo total para 16 personas				8,89

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 73 Mousse de café

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Yemas de huevo	24	Unidades	0,15	3,60
Azúcar	24	Cucharadas	0,02	0,48
Agua	32	Cucharadas	0,01	0,32
Nata líquida	1400	Mililitros	3,30	3,30
Café soluble	8	Cucharadas	1,87	14,96
Chocolate blanco	1	Sobre	1,00	1,00
Chocolate negro	1	Sobre	1,00	1,00
Hojas de menta	1	Manojo	0,25	0,25
Costo total para 32 personas				24,91
Costo total para 16 personas				12,46

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 74 Ensalada de frutas

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Bananas	16	Unidades	0,05	0,80
Uva	3	Libras	1,25	3,75
Piña	3	Unidades	1,40	4,20
Naranja	15	Unidades	0,12	15,12
Costo total para 32 personas				23,87
Costo total para 16 personas				11,94

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 75 Horchata

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Horchata	4	Fundas	0,45	1,80
Azúcar	1	Funda	1,8	1,80
Limón	15	Unidades	0,05	0,75
Costo total para 32 personas				4,35
Costo total para 16 personas				2,18

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 76 Limonada

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Azúcar	1	Funda	1,80	1,80
Limón	30	Unidades	0,05	1,50
Costo total para 32 personas				3,30
Costo total para 16 personas				1,65

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 77 Jugos

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Tomate	3	Docenas	1,0	3,0
Naranja	20	Unidades	0,1	2,0
Azúcar	1	Funda	1,8	1,8
Costo total para 32 personas				6,80
Costo total para 16 personas				3,40

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 78 Clásico Frappé

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Leche	32	Vasos	0,03	0,96
Café en polvo	32	Cucharadas	0,11	3,52
Azúcar al gusto			0,90	0,90
Crema chantillí	1	Sobre	1,80	1,80
Costo total para 32 personas				7,18
Costo total para 16 personas				3,59

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 79 Batido de plátano al café

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Café molido	32	Cucharadas	0,11	3,52
Plátanos maduros	16	Unidades	0,20	3,20
Leche	3	Litros	0,80	2,40
Azúcar al gusto	1	Funda	1,80	1,80
Canela en polvo	1	Funda	1,30	1,30
Costo total para 32 personas				12,22
Costo total para 16 personas				6,11

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 80 Café americano

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Café	1	Funda	7,50	7,50
Azúcar	1	Funda	1,80	1,80
Costo total para 32 personas				9,30
Costo total para 16 personas				4,65

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 81 Café capuchino

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Café	24	Cucharadas	0,32	7,68
Azúcar al gusto	1	Funda	1,80	1,80
Leche	4	Litros	0,80	3,20
Canela en polvo	1	Funda	1,30	1,30
Costo total para 32 personas				13,98
Costo total para 16 personas				6,99

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 82 Tamal lojano

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Maíz amarillo	2	Fundas	1,50	3,00
Pollo	5	Libras	1,70	8,50
Arveja	2	Libras	1,00	2,00
Zanahoria	2	Libras	0,25	0,50
Mantequilla	1/2	Libra	0,70	0,70
Manteca de cerdo	1/2	Libra	0,63	0,63
Achiote	2	Cucharillas	0,08	0,16
Sal			0,20	0,20
Polvo de hornear			0,50	0,50
Hojas de achira	32	Unidades	0,04	1,28
Costo total para 32 personas				17,47
Costo total para 16 personas				8,735

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 83 Tamal de arroz

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Harina de arroz	2	Fundas	2,10	4,20
Pollo	5	Libras	1,70	8,50
Ajo			0,24	0,24
Orégano			0,30	0,30
Achiote	2	Cucharillas	0,08	0,16
Cebolla	1	Libra	0,30	0,30
Sazonador			0,45	0,45
Manteca de cerdo	1/2	Libra	0,70	0,70
Sal			0,20	0,20
Hojas de achira	32	Unidades	0,04	1,28
Costo total para 32 personas				16,33
Costo total para 16 personas				8,17

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

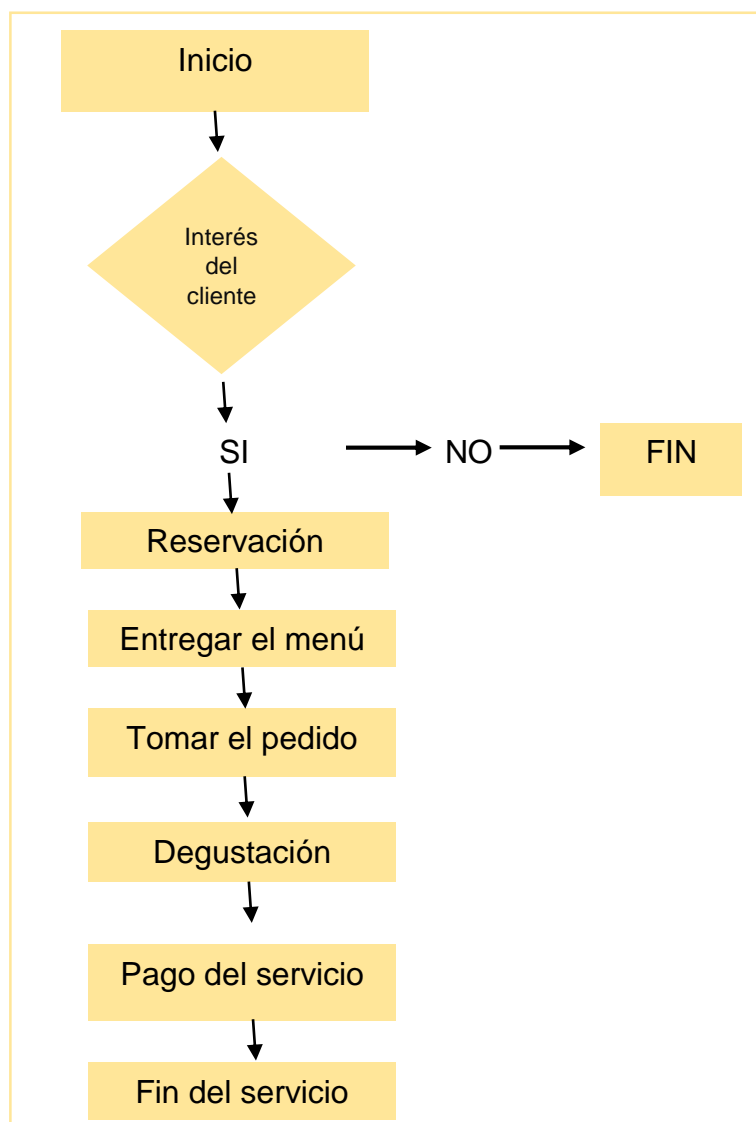
Cuadro N° 84 Tamal de guineo

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo total
Harina de maíz	1	Funda	1,50	1,50
Mantequilla	1/2	Libra	1,40	0,70
Guineos verdes	15	Unidades	0,05	0,75
Frejoles	1	Libra	0,60	0,60
Hojas de achira	32	Unidades	0,04	1,28
Sal			0,20	0,20
Costo total para 32 personas				5,03
Costo total para 16 personas				2,52

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Figura N° 12 Flujograma para servicio de restaurante.



Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

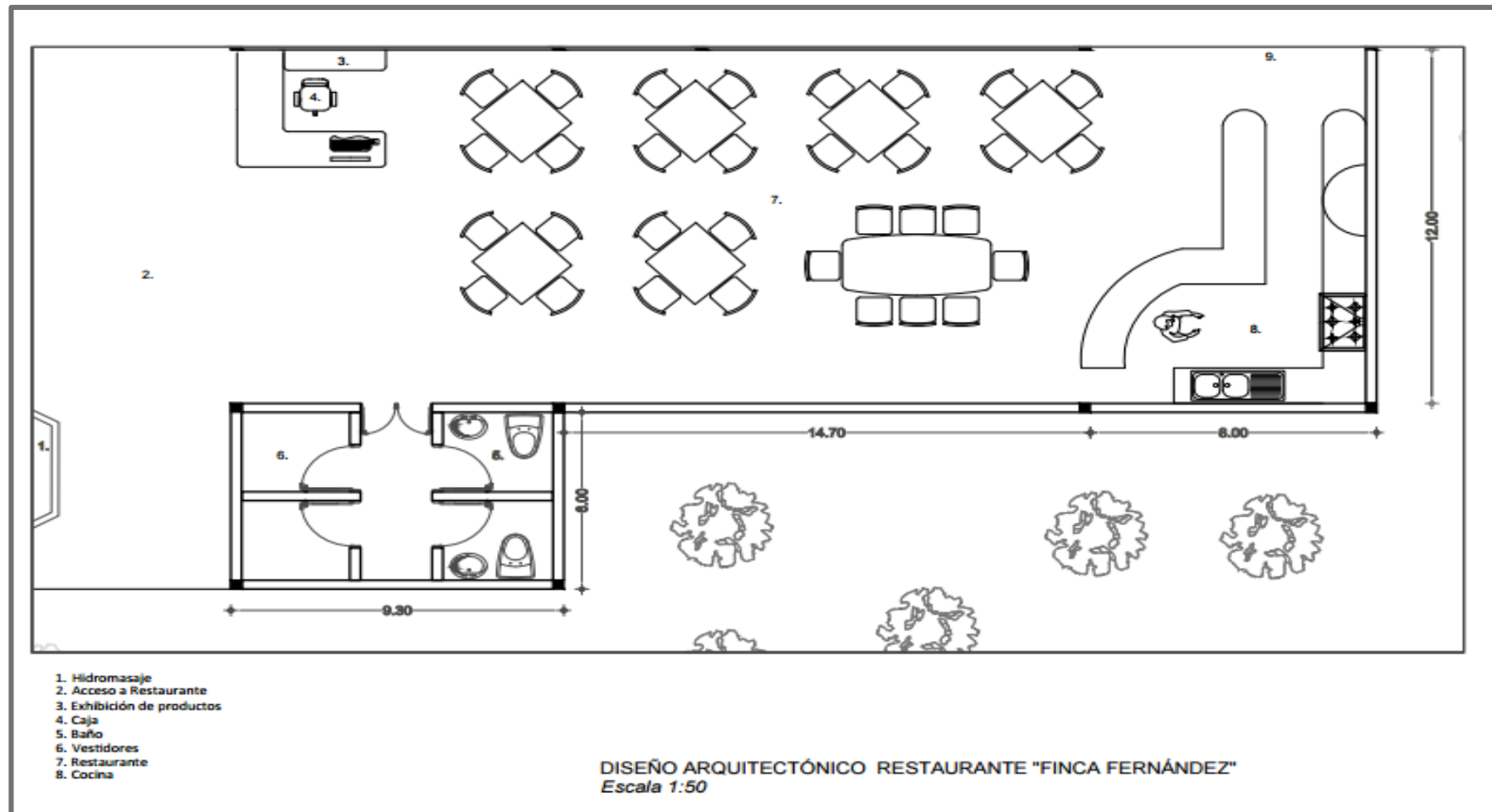


Figura Nº 13 Diseño Arquitectónico restaurante de la "Finca "Fernández"

Fuente: Observación directa.
 Elaboración: Andrés Pineda.

Foto N° 16 Render del Restaurante “Finca Fernández”



Fuente: Andrés Pineda.
Elaboración: Andrés Pineda.

Foto N° 17 Render Restaurante “Finca Fernández



Fuente: Andrés Pineda.
Elaboración: Andrés Pineda.

6.2.3.2 Elaboración de un paquete turístico

Se cree conveniente crear un paquete turístico porque la mayoría de personas encuestadas con un 36% prefieren paquetes turísticos, así como también se aprovecha las potencialidades que posee la finca “Fernández”.

Dicho paquete turístico se realiza con la finalidad de ofrecer un servicio mediante grupos con una diversidad de actividades dentro de la finca y así como también de esta manera poder crear alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas. El itinerario se realiza en base a actividades y servicios que ofrece la finca además de la agrupación con atractivos turísticos de la localidad.

Itinerario del Paquete Turístico

08H00 a 9H00 Desayuno (Finca Fernández).
09H30 a 10H00 Recorrido por las plantaciones de café y plantas frutales ascendiendo hacia el mirador.
10H00 a 10H30 Degustación de frutas de temporada y recolección de caña de azúcar.
10H30 a 11H00 Extracción del jugo de la caña o guarapo (bebida típica del lugar).
11H00 a 12H00 Demostración industrial y artesanal del procesamiento del café.
12H00 a 13H00 Almuerzo (comida típica).
13H00 a 14H00 Uso de las instalaciones de la Finca “Fernández”.
14H00 a 14H30 Catación y degustación de café.
14H30 a 15H00 Visita Molienda de Malacatos.
15H00 a 16H30 Recorrido por el centro urbano de Malacatos (Santuario de la Caridad, Parque Central y Arquitectura tradicional) y Molienda de Malacatos.
16H30 a 17H00 Visita al Centro Turístico Recreacional Malacatos.

Incluye:

Transporte Loja – Malacatos - Loja
Alimentación (Desayuno, Almuerzo)
Visita Molienda de Malacatos
Visita Santuario de La Caridad
Visita Parque Central
Visita Arquitectura Tradicional
Guía turístico



No incluye: Otros gastos no especificados en el programa.
Pago en efectivo y/o depósitos bancarios. Traslados en grupo.

Fuente: Diagnóstico turístico.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Diagrama del proceso de la compra del Paquete Turístico

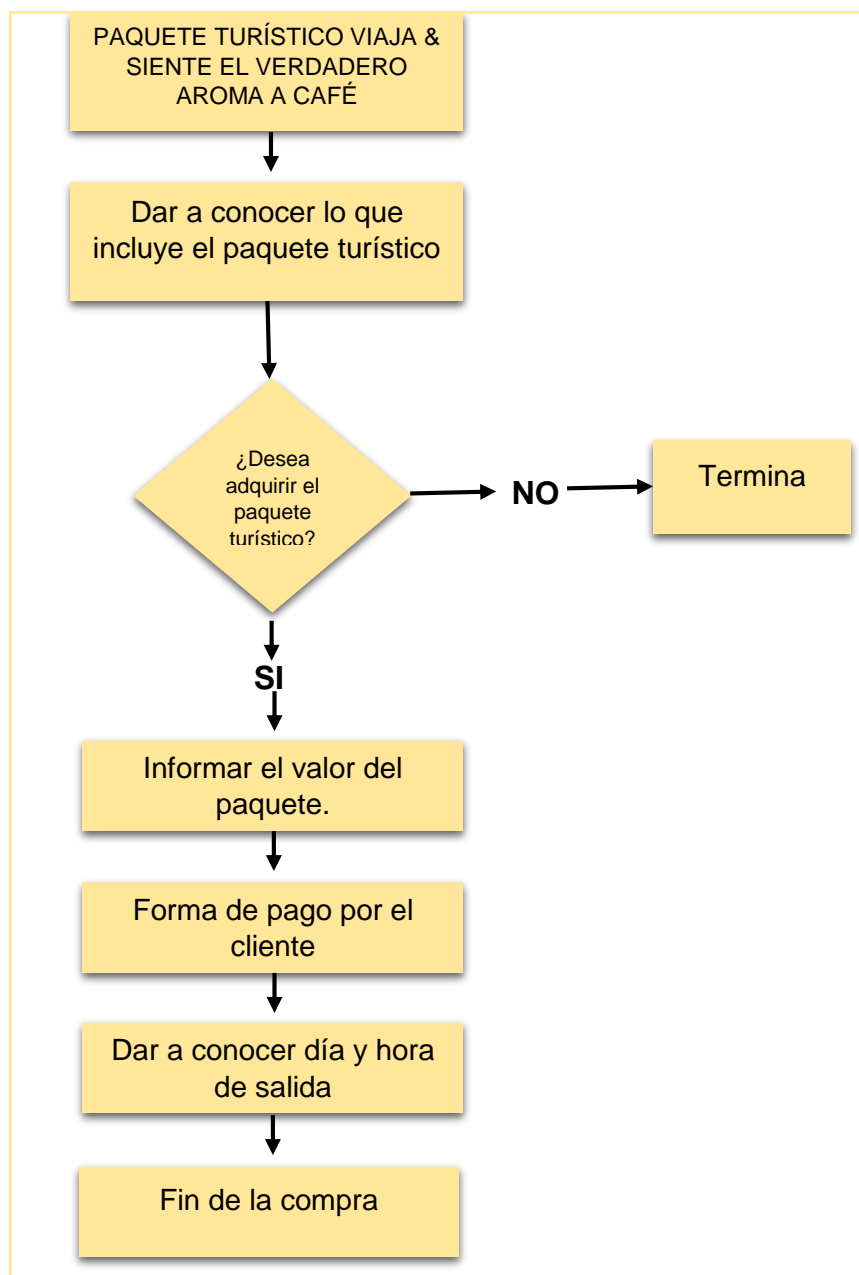


Figura Nº 14 Diagrama del proceso de Compra del Paquete Turístico
Fuente: La autora.
Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Guion turístico

Buenos días y bienvenidos a la Finca cafetalera “Fernández”, mi nombre es en esta mañana tengo el agrado de compartir con ustedes

y a la vez seré su guía durante todo el día, si tienen alguna inquietud no duden en hacerla.

Antes de iniciar con el recorrido es necesario recalcar que nuestra finca se sitúa en el valle de Malacatos en una de las parroquias rurales de la ciudad de Loja somos privilegiados por su clima en su mayoría de tiempo posemos un clima caliente apto para la pasar momentos agradables a más de la amabilidad de su gente y por qué no mencionar que Malacatos es uno de los lugares de gran interés turístico de la ciudad de Loja, que más adelante visitaremos los lugares más importantes dentro de Malacatos.

Así mismo estamos a 1480 m.s.n.m, dentro de la características principales de nuestra finca es el cultivo y procesamiento del café, el café que se produce en esta finca ya se encuentra en el mercado y se lo exporta a diferentes países, es un café garantizado que posee altos estándares de calidad; en este momento nos dirigimos a la observación de las plantaciones de café y árboles frutales.

Como podemos observar las plantas de café son totalmente orgánicas, no usamos ningún químico son plantas cultivadas a través de residuos orgánicos y un método de la lombricultura que es la crianza de lombrices de tierra para la producción de Humus de Lombriz, un abono enteramente orgánico y también para la producción de lombrices que es una fuente de proteínas; cosechamos el café de forma permanente ya que poseemos la ventaja del clima y un canal de riego.

Continuando con el recorrido podemos observando la variedad de plantas frutales que posee nuestra finca tenemos plantas como: mango, naranja, mandarina, limón, guanábana, limón, guaba, míspero entre otras más.

Nos encontramos en el mirador donde podrán observar la belleza paisajística que posee Malacatos y el sector llamada La trinidad una de las 4 parroquias urbanas de Malacatos, en este lugar podrán realizar fotografía.

En este tiempo estamos en temporada de..... (Degustación de naranjas), nos dirigimos hacia la caña de azúcar para realizar la recolección y proceder a la extracción del jugo, realizar de una forma ordenada para evitar cualquier inconveniente.

Nos encontramos junto al trapiche artesanal este atractivo es muy cotidiano y tradicional en esta localidad, en Malacatos existen algunas molindas que usan estén instrumento pero en ocasiones ya han sido reemplazados por trapiches industriales, estos sirven para la extracción del jugo y en base al jugo específicamente sirve para la elaboración de la panela y el aguardiente que también visitaremos una molienda de Malacatos en donde podrán observar la diferencia entre el trapiche artesanal y el industrial; nosotros tenemos la ventaja de tener aun el tradicional que fue elaborado en Valladolid; tiene dos soportes verticales y dos cilindros horizontales debidamente ajustado, posee una palanca en cada extremo que sirven para rotar los cilindros y de esta forma aplastar la caña, se pueden utilizar con la ayuda de cuatro personas.

En este momento realizaremos la extracción de jugo de caña de cuatro en cuatro personas.

Procedemos a la sala de procesamiento del café, primeramente se recolecta las cerezas rojas o amarillas, una vez cosechado el café se colocan los granos de café en unos recipientes para remojar, por doce horas, seguidamente se introduce un palo en el centro, si el café no se une y queda el orificio dentro del café está listo para lavarlo, se realiza tres lavados, cuando el café está listo se eleva en donde se procede con una cernidera a extraer, luego se despulpa el café extrayendo el grano y la pulpa por separado, a continuación se coloca en unas arandas al ambiente para que sea secado, se lleva a la piladora o tostadora, una vez tostado se introduce al molino industrial o artesanal, se deja para que se fermente y tome las características propias del café, finalmente se pesa, se etiqueta y se sella y está listo para su consumo o comercialización.

Nos dirigimos al almuerzo y luego podrán tomar un descanso haciendo uso de las instalaciones de la finca, está disponible la piscina, hidromasaje, tenemos mesas de pin pon, mesa de villa y canchas deportivas.

En este momento se realizará degustación de productos elaborados a base de café y la demostración de cómo catar el café es decir se hará la demostración de la calidad de café que poseemos en esta finca con cafés de altura de otros lugares como: Chaguarpamba, Olmedo, entre otros.

Agradecemos su permanencia en esta finca, es hora de salir a conocer los lugares turísticos más importantes de Malacatos.

Nos localizamos en la Molienda de Malacatos una de la más sobresaliente en esta parroquia a continuación el Propietario de este lugar les dará una prevé explicación.

Nos situamos en el Santuario diocesano el Señor de la Caridad, construida a base de tapia, en el año de 1704 y en el año de 1942 fue derribada por órdenes del Padre Alfredo Narváez y sobre ella se construyó el Templo de estilo tradicional moderno, la gran obra fue terminada por el Padre Aurelio Abarca y el 1 de septiembre de 1951, se realiza la Bendición del nuevo Templo, en 1985 el Padre Miguel Ángel Abad inicia una nueva reconstrucción del Templo como podemos admirar, el 25 de agosto de 1995 la Diócesis de Loja, conjuntamente con el cabildo diocesano y el presbítero lojano, resolvieron consagrar a este templo, donde se honra la sagrada Imagen El "Señor de la Caridad", elevado a la Categoría de Santuario Diocesano, en el año de 1995.

Así mismo se puede observar junto al Santuario la plaza central, rodeada de construcciones de viviendas tradicionales, un lugar lleno de paz y tranquilidad; en este parque se realizan manifestaciones, religiosas, cívicas y políticas organizadas de la parroquia.

Finalmente nos situamos en el Centro Turístico Recreacional Malacatos por este lugar atraviesa el río Malacatos, este centro es un lugar de ocio y recreación en donde pueden gozar de una infraestructura completa de recreación como: 2 canchas para la práctica del fútbol, indor, básquet, boly, áreas verdes, 3 cabañas, 2 piscinas, juegos recreativos y senderos en el interior del parque que conectan diferentes lugares del centro de Malacatos.

Aquí se termina el recorrido esperando que haya sido de su agrado y esperando tenerlos nuevamente de regreso. Muchas gracias.

Diagrama del proceso del servicio de guianza del paquete turístico

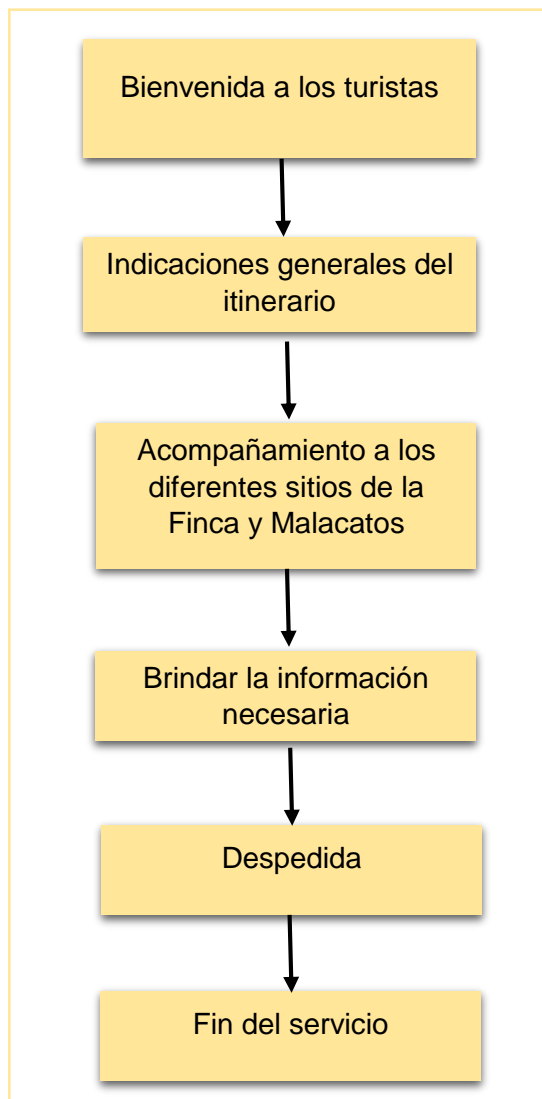


Figura Nº 15 Diagrama del proceso de servicio del PT.

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.2.3.3 Alianzas estratégicas

Crear alianzas estratégicas con las Agencias de Viajes e Instituciones Públicas involucradas con el Turismo de la ciudad de Loja para poder ser incluida dentro de Paquetes Turísticos de la Provincia de Loja.

Se creará contratos con agencias de viajes e instituciones públicas en donde contarán con todo el material publicitario así como los precios de los productos y servicios asignados; todos los intermediarios tendrán sus comisiones, esto se realiza con la finalidad de abrir nuevos nichos de mercado y por ende aumentar la demanda; se iniciará con la operadora de turismo y agencia de viaje Amazon Travel e instituciones como Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja y el Ministerio de Turismo y posteriormente se incrementará en otras entidades y empresas.

La persona encargada de esta actividad será el propietario de la Finca Sr. Didio Fernández.

Contrato de Prestación de Servicios de Paquete Turístico

La Finca “Fernández” mediante representante legal Lic. Didio Fernández, mayor de edad, ofrece a la AGENCIA DE VIAJES AMAZON TRAVEL representado por Wilson Carrión; se adhiere a este contrato que se registrá por las siguientes clausulas:

1.- Objeto del contrato: a través del presente contrato la FINCA “FERNÁNDEZ” ofrece la venta del paquete turístico a la AGENCIA DE VIAJES AMAZON TRAVEL.

2.- Servicios: los servicios que ofrece la FINCA “FERNÁNDEZ” están agrupados en un solo paquete; dicho paquete cuenta con servicio de guianza, transporte y alimentación, además de otras actividades complementarias.

3. Precio: el precio del paquete es de \$20,00 está establecido por la FINCA “FERNÁNDEZ”; le corresponderá el 20% de comisión del precio asignado a la AGENCIA AMAZON TRAVEL.

4. Forma de pago: su cancelación será mediante efectivo y/o cuentas bancarias, el servicio se ofrecerá una vez cancelado el 100% del valor del paquete.

5. Obligaciones: La FINCA “FERNÁNDEZ” entrega todo tipo de material publicitario a las AGENCIA AMAZON TRAVEL para la promoción de la misma.

6. Disponibilidad: La FINCA “FERNÁNDEZ” estará dispuesta los 365 días del año.

FINCA “FERNÁNDEZ”

AA.VV AMAZON TRAVEL

6.2.3.4 Capacitación al talento humano

Incrementar capacitaciones con temáticas de como brindar atención al cliente con la finalidad de brindar una atención de calidad a los posibles clientes creando la plena satisfacción de los mismos.

La capacitación tendrá una duración de un mes y medio, con tres días a la semana (lunes, martes y miércoles) totalizando 126 horas.

Los expositores serán profesionales en Turismo y personas capacitadas en el Medio Ambiente, serán contratados de las instituciones públicas (Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja y Ministerio del Ambiente). Una vez culminado el curso de capacitación al personal se entregará un certificado ovalado por la Prefectura de Loja, con una duración de 126 horas prácticas.

Cuadro N° 85 Cronograma de horarios y contenidos para la capacitación del personal de la “Finca Fernández”

Días	Duración	Horarios		Contenidos
		Mañana	Tarde	
Lunes	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	¿Por qué capacitarnos? ¿Qué pretendemos con la capacitación?
Martes	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Relaciones humanas Ejemplos de empresas con personal capacitado
Miércoles	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	¿Qué es el turismo?
Lunes	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Industria Turística
Martes	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Concepto sobre Cultura turística Ventajas de la cultura turística
Miércoles	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	¿Qué es atención al cliente? Tipos de clientes
Lunes	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Valores de la calidad y el servicio
Martes	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Pasos para brindar una excelente atención al cliente
Miércoles	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Problemas con una mala atención a los clientes.
Lunes	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Simulacro de las temáticas aprendidas
Martes	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Desarrollo personal. Características del desarrollo personal.
Miércoles	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Motivación y Actitud positiva. Pasos para ser líder.
Lunes	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Aprender a ser competitivo e innovador
Martes	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Protocolo y Etiqueta
Miércoles	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Normas de Protocolo y Etiqueta.
Lunes	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Clases prácticas de Protocolo y etiqueta
Martes	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Importancia de conservar el Medio Ambiente.
Miércoles	7 horas	09h00-12h00	13H00-17H00	Datos generales de la empresa (misión, visión, valores corporativos). Indicaciones acerca del funcionamiento de la empresa.

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Figura N° 16 Certificado para los participantes



Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.2.4 Estudio Administrativo

6.2.4.1 Estructura Organizacional

Presentación de la Finca Cafetalera “Fernández”

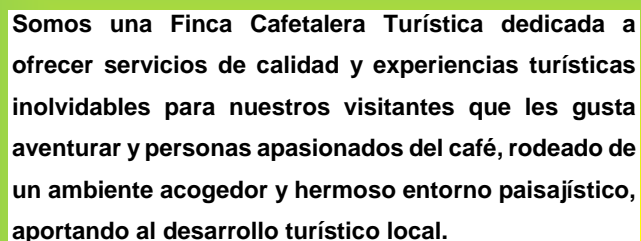
Nombre: Finca “Fernández”

Razón social: Finca cafetalera turística dedicada a la prestación de productos y servicios turísticos.

Ubicación: Se encuentra ubicada en la Parroquia de Malacatos en el sector La Trinidad en la vía alterna que conduce al centro de Malacatos y la vía principal al Tambo.

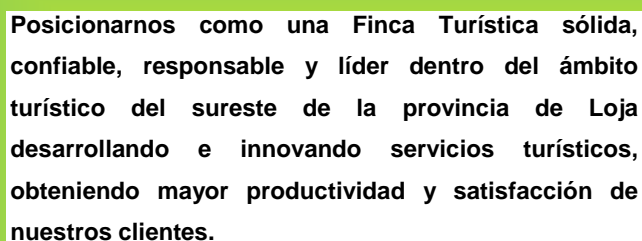
Teléfonos: 2572400 – 0988802965

Misión



Somos una Finca Cafetalera Turística dedicada a ofrecer servicios de calidad y experiencias turísticas inolvidables para nuestros visitantes que les gusta aventurar y personas apasionados del café, rodeado de un ambiente acogedor y hermoso entorno paisajístico, aportando al desarrollo turístico local.

Visión



Posicionarnos como una Finca Turística sólida, confiable, responsable y líder dentro del ámbito turístico del sureste de la provincia de Loja desarrollando e innovando servicios turísticos, obteniendo mayor productividad y satisfacción de nuestros clientes.

Objetivos estratégicos

- Crear satisfacción del cliente en nuestra finca con la implementación de productos y servicios turísticos innovadores.
- Convertir en un lugar turístico de primer orden dentro de la “ruta del café” de la provincia de Loja.
- Ofrecer una actividad turística competitiva y sostenible comprometida con el cuidado del medio ambiente y aportación a la sociedad.

Estrategias empresariales

- Crear concientización mediante capacitación y asistencia técnica en cultura turística.
- Crear nuevos nichos de mercado mediante alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas.
- Posicionamiento en el mercado a través de publicidad, promociones y precios asequibles.
- Estar constantemente diversificando los productos turísticos de la finca.

Valores corporativos

Compromiso: cumplir con lealtad los deberes, obligaciones, su misión, visión, principios y objetivos ofreciendo su mejor esfuerzo laboral en beneficio de la empresa.

Excelencia: Brindar un servicio de calidad a los clientes desarrollando productos y servicios turísticos que satisfagan sus necesidades fortaleciendo el desarrollo turístico e inyectando a la economía local y nacional.

Vocación: Actitud de entrega, profesionalismo, colaboración y carácter de atención al cliente.

Innovación: Espíritu empresarial, rapidez, creatividad y originalidad para la generación de nuevos productos o servicios.

Respeto: Brindar un trato digno a las personas sin discriminaciones y considerando sus derechos.

Responsabilidad: Precisión y cumplimiento responsable de las funciones y deberes establecidas asumiendo con eficacia y eficiencia.

Honestidad: Actuar de forma honesta y justa.

Trabajo en equipo: Positividad en el trabajo asignado desarrollando la capacidad de integración laboral que permitan conjuntamente cumplir con los objetivos de la empresa.

Organigrama Estructural

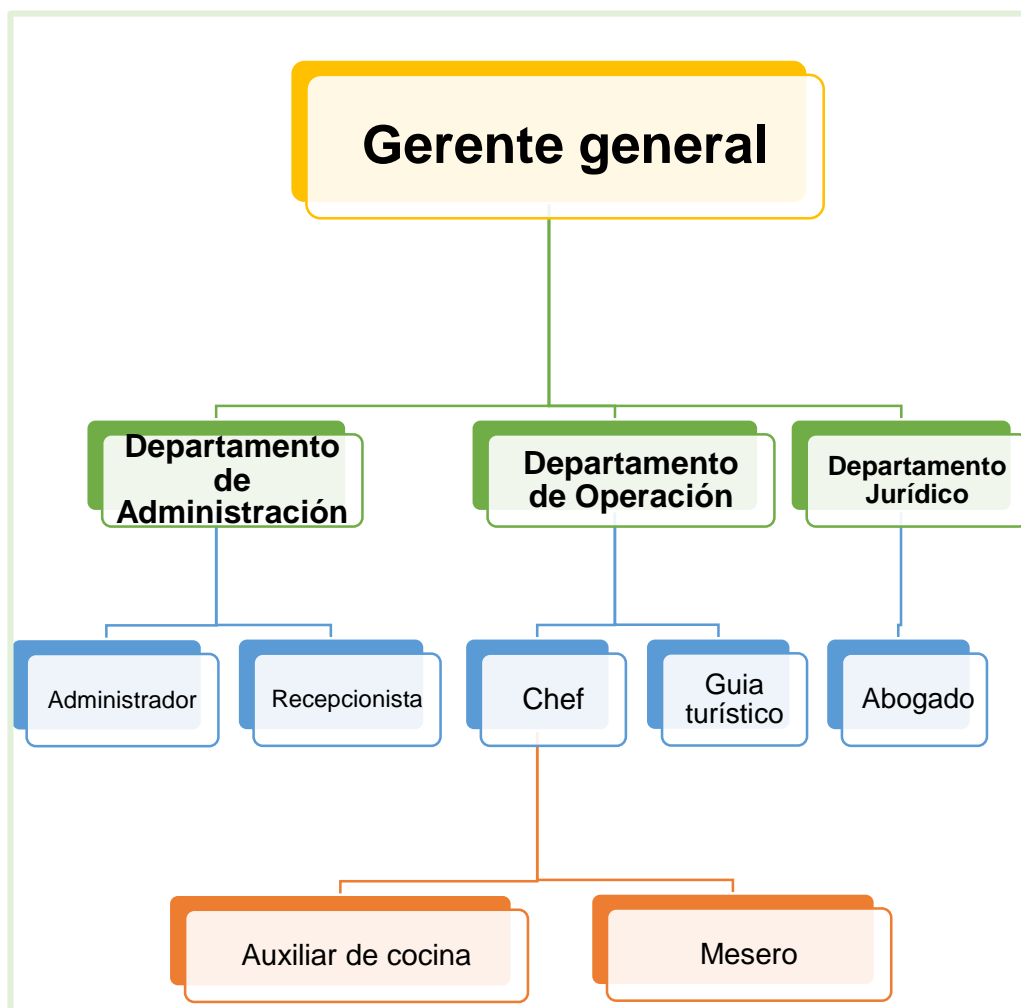


Figura Nº 17 Organigrama estructural Finca "Fernández"

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Funciones y responsabilidades

Área Administrativa

Administrador /Recepcionista

- Encargado de atender al cliente.
- Cobrar al cliente por el servicio adquirido.
- Evalúa el desempeño de todo el personal.
- Supervisa y controla los ingresos y egresos.
- Coordinar las actividades de las diferentes áreas.
- Diseña e implanta métodos, políticas y procedimientos para la realización de actividades.
- Inspeccionar la finca Agroturística en forma rutinaria para cuidar que estos lugares estén limpios, higiénicos y bien provisionados.
- Mantener una estrecha comunicación con el personal.
- Revisión de información de ventas de productos y servicios turísticos.
- Analiza métodos de la forma de realizar las funciones del personal para poder aumentar su rendimiento.
- Describe las características de los servicios y productos turísticos.
- Desarrolla estrategias de ventas y estrategias para competir.
- Apoya y da a conocer las promociones, ofertas y descuentos de la empresa.
- Informar acerca del turismo que imparte esta finca Agroturística.

Área operativa

Chef

- Preside todos los aspectos relacionados con la preparación de alimentos.

- El chef está a cargo de toda la cocina, tiene la responsabilidad general de la preparación de alimentos de acuerdo con las normas y prácticas del restaurante.
- Supervisa al ayudante de cocina.
- Coordina y asigna las labores a los empleados de la cocina (ayudante de cocina y mesero).
- Desarrolla, vigila y supervisa los alimentos para asegurar que cumplan las normas de calidad.
- Planea menús y recetas.
- Supervisa la recepción, inspección y control de calidad de los comestibles e implementos.

Ayudante de cocina

- Laborar en forma estrecha con el chef, siguiendo normas, especificaciones y recetas cuidadosamente supervisadas.
- Encargarse de la higiene y el mantenimiento de la cocina en algunas operaciones de alimentos.
- Llevar la materia prima a cocina para la preparación de alimentos.

Mesero

- Dar la bienvenida al comensal y agradecerle por su visita.
- Explicar a los clientes los platillos del menú, tomar las órdenes, recoger los alimentos y entregarlos a las mesas.
- Sacudir, limpiar y poner las mesas.
- Debe seleccionar los platos sucios de inmediato y llevarse al lavaplatos.
- Encargado del mantenimiento de las instalaciones de la finca.

Guía turístico

- Coordina con los intermediarios el tipo de servicio a ofrecer.
- Coordina el punto de encuentro con los turistas.

- Llega con anticipación al punto de encuentro.
- Antes de iniciar el itinerario deberá explicar las actividades a realizar.
- Prepararse y brindar confianza para que los turistas disfruten y se sientan cómodos en la finca.
- Explicar las recomendaciones de la permanencia en el lugar.
- Encargado de brindar la información clara y real.
- Realiza el mantenimiento del sendero.

6.2.4.2 Estructura Legal

Tipo de empresa

La finca va a ser una empresa privada de índole turística, será dirigida por una persona natural y constituida como una empresa anónima; deberá seguir los reglamentos correspondientes de la constitución del Ecuador de igual manera cumplir con los trámites legales que se detallan a continuación para su correcto funcionamiento.

Constitución Política del Ecuador

TITULO VI

RÉGIMEN DE DESARROLLO

Capítulo sexto

Del Trabajo y Producción

Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.-Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda Interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.-En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Sección segunda

Tipos de Propiedad

Art. 321.-El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.

Art. 322.-Se reconoce la propiedad Intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley. Se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en el ámbito de las ciencias, tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe también la apropiación sobre los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro-biodiversidad.

Art. 323.- Con el objeto de ejecutar planes de desarrollo social, manejo sustentable del ambiente y de bienestar colectivo, las instituciones del Estado, por razones de utilidad pública o interés social y nacional, podrán declarar la expropiación de bienes, previa justa valoración, indemnización y pago de conformidad con la ley. Se prohíbe toda forma de confiscación.

Art. 324.- El Estado garantizará la igualdad de derechos y oportunidades de mujeres y hombres en el acceso a la propiedad y en la toma de decisiones para la administración de la sociedad conyugal.

Ley de compañías

Sección VI

DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA

CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no.

La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

DE LA CAPACIDAD

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para

contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

DE LA FUNDACION DE LA COMPAÑÍA

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero. Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas. La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública. El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

Art. 148.- La compañía puede constituirse en un solo acto (constitución simultánea) por convenio entre los que otorguen la escritura; o en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones.

Art. 149.- Serán fundadores, en el caso de constitución simultánea, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución; serán promotores, en el caso de constitución sucesiva, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción.

DEL CAPITAL Y DE LAS ACCIONES

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías. Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente. Una vez que la escritura pública de aumento de capital autorizado se halle inscrita en el registro mercantil, los aumentos de capital suscrito y pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de Compañías, sin que se requiera el cumplimiento de las formalidades establecidas en el artículo 33 de esta Ley, hecho que en todo caso deberá ser informado a la Superintendencia de Compañías.

Art. 161.- Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía.

Art. 168.- Las acciones serán nominativas. La compañía no puede emitir títulos definitivos de las acciones que no están totalmente pagadas. Las acciones cuyo valor ha sido totalmente pagado se llaman liberadas.

Art. 169.- Es nula la emisión de certificados de acciones o de acciones que no representen un efectivo aporte patrimonial o que se hubieren hecho antes de la inscripción del contrato de compañía.

Art. 170.- Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto. Las acciones ordinarias confieren todos los

derechos fundamentales que en la ley se reconoce a los accionistas. Las acciones preferidas no tendrán derecho a voto, pero podrán conferir derechos especiales en cuanto al pago de dividendos y en la liquidación de la compañía. Será nula toda preferencia que tienda al pago de intereses o dividendos fijos, a excepción de dividendos acumulativos.

Art. 171.- El monto de las acciones preferidas no podrá exceder del cincuenta por ciento del capital suscrito de la compañía.

Art. 176.- Los títulos de acción estarán escritos en idioma castellano y contendrán las siguientes declaraciones:

1. El nombre y domicilio principal de la compañía;
2. La cifra representativa del capital autorizado, capital suscrito y el número de acciones en que se divide el capital suscrito;
3. El número de orden de la acción y del título, si éste representa varias acciones, y la clase a que pertenece;
4. La fecha de la escritura de constitución de la compañía, la notaría en la que se la otorgó y la fecha de inscripción en el Registro Mercantil, con la indicación del tomo, folio y número;
5. La indicación del nombre del propietario de las acciones;
6. Si la acción es ordinaria o preferida y, en este caso, el objeto de la preferencia;
7. La fecha de expedición del título; y,
8. La firma de la persona o personas autorizadas.

Ley de turismo

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite

idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Reglamento general de la aplicación de la ley de turismo

CAPÍTULO I

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos

establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art.5 de la Ley de Turismo.

CAPITULO II

DEL REGISTRO UNICO DE TURISMO

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aun cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa

privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

Art. 48.- Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva.

Licencia única anual de funcionamiento

Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Art. 56.- Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

Art. 57.- Autoridad administrativa.- El Ministerio de Turismo concederá la licencia única anual de funcionamiento exceptuándose aquellos establecimientos turísticos que se encuentren ubicados dentro de la jurisdicción cantonal de los municipios a los cuales, a través del proceso de descentralización, se haya transferido esta competencia. En cuyo caso son estos organismos los que otorgarán el instrumento administrativo mencionado. Art. 58.- Establecimiento de requisitos.- El Ministerio de

Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción. Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto. Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias.

Art. 60.- Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios, descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente. De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo. Para la expedición de las normas de las entidades del régimen seccional autónomo que establezcan derechos y/o tasas que deban satisfacer los establecimientos turísticos, se deberá contar obligatoriamente con los documentos técnicos y el procedimiento de consulta previa previsto en este reglamento.

Requisitos legales

La finca cafetalera “Fernández” deberá constar con los siguientes Trámites para ser legalmente una empresa tipo turística.

REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE

- Presentar original de la cédula y certificado de votación.
- Debe tener correo electrónico y número de teléfono convencional o celular.

- Presentar del domicilio.
- Original de la factura o planilla de servicio eléctrico, teléfono o de agua potable, en donde conste la dirección correcta.
- Copia del estado de cuenta bancario, tarjeta de crédito, factura de telefonía celular, televisión pagada o servicio de internet.
- Notas de débito o crédito pueden ser de cualquier entidad, organismo, empresa, (agua, luz, teléfono).
- Copia de la escritura del inmueble o certificado del registrador de la propiedad (vigencia 30 días).
- Copias de: orden de instalación de cualquier medidor o línea telefónica fija, llena y firmada por la persona que realizó la inspección de la dirección (trabajador de la empresa de agua potable, energía eléctrica o entidad pública proveedora de telefonía fija).
- Certificaciones de cualquier entidad pública, registrador de la propiedad (vigencia de 30 días desde la emisión de las mismas).
- Copia de permiso de funcionamiento, informe de concesión minera, patente, permiso de bomberos, predio urbano (a nombre del contribuyente o cónyuge).
- Copia del contrato de comodato o contrato de concesión comercial.

PATENTE MUNICIPAL

- Copia de R.U.C.
- Copia de la declaración del Impuesto a la Renta, IVA o RISE, según el caso.
- Copia del pago de la tasa bomberos en caso de haberlo cancelado.

LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

- Fotocopia del Comprobante de pago del uno por mil de los Activos Fijos (sellado y fechado por el MINTUR) y Certificado.
- Formulario N°2 y N°3 para permiso de funcionamiento.

- Especie valorada para Licencia Única de Funcionamiento de Turismo y Permiso de Higiene.
- Copia de cédula de ciudadanía del representante legal.
- Copia de certificado de jornadas de capacitación.
- Copia de permiso del Cuerpo de Bomberos del año en vigencia.
- Comprobante de pagos de impuestos municipales (patentes, activos totales, licencia anual de funcionamiento – turismo).
- Copia del RUC.
- Certificado de Salud del propietario y personal.

REGISTRO ACTIVIDAD TURÍSTICA

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de cédula de identidad, a color.
- Copia de la última papeleta de votación, a color.
- Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudad de Loja: José Antonio Eguiguren y Bolívar (esquina oficina ITUR).
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia de la carta).
- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa (formulario del ministerio de turismo).

- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados (Nuevos usuarios).
- Carpeta amarilla /azul.
- Fotos impresas (fachada, mobiliario, equipos, baños).

Nota: los baños deben estar acondicionados con dispensador de jabón líquido, de toallas de papel, de dispersado de gel antibacterial de papel higiénico y señalética obligatorio para la obtención de registro.

6.2.5 Estudio Financiero

Se determinó el estudio financiero para conocer si la empresa es o no viable y rentable en el momento que la Finca cafetalera “Fernández” empiece a funcionar; se procedió el estudio financiero de la siguiente manera:

6.2.5.1 Inversión

Dentro de la empresa no sería posible el funcionamiento de la misma si no existieran todos los activos correspondientes es por esa la razón que se encuentran detallados cada uno de ellos, clasificados en tres rubros: Activo Fijo - Activo Diferido - Activo Circulante

- Activos fijos

Bienes tangibles e intangibles que sirven para la operación o funcionamiento de la empresa y generalmente son a largo plazo.

Maquinaria y Equipo: Aquellos bienes que permiten brindar un servicio, es la cantidad de \$2409,00 dólares.

Cuadro Nº 86 Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Cocina Industrial	1	300,00	300,00
Horno	1	150,00	150,00
Refrigeradora	1	680,00	680,00
Licadora	1	80,00	80,00
Batidora	1	90,00	90,00
Congelador	1	829,00	829,00
Sanduchera	1	30,00	30,00
Microondas	1	250,00	250,00
TOTAL			2409,00

Fuente: Empresa Artefacta.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Muebles y Enséres: servirá para el restaurante tratando de crear un ambiente agradable tanto para el personal como para crear una buena imagen para los clientes, tiene un monto total de \$2973,00 dólares.

Cuadro N° 87 Muebles y Enséres

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Counter (130cm x 110cm) de pino	1	420,00	420,00
Silla giratoria de madera para el Counter	1	50,00	50,00
Mesas de madera para 4 pax	6	75,00	450,00
Sillas estándares de pino	32	45,00	1440,00
Vitrina vertical de madera 2m x 60 cm	1	220,00	220,00
Exhibidor de madera de pino (130cm x 50cm)	1	75,00	75,00
TOTAL			2655,00
IVA 12%			318,60
TOTAL			2973,60

Fuente: Almacén Celi Jaramillo Norma.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Equipo de Seguridad: Material para la plena seguridad de todos quienes integran la finca y para los visitantes, a un costo total de \$35,00 dólares.

Cuadro N° 88 Equipo de Seguridad

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Extintor	1	35,00	35,00
TOTAL			35,00

Fuente: Ferreterías de la ciudad de Loja.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Equipo de Computación: Sirven para poder realizar funciones de manera rápida y eficaz, costo es de \$490,00 dólares.

Cuadro N° 89 Equipo de computación

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Computadora	1	400,00	400,00
Impresora	1	90,00	90,00
TOTAL			490,00

Fuente: Artefacta.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

Equipo de oficina: Aptas para el cumplimiento de las actividades administrativas, se obtiene un costo de \$560,00 dólares.

Cuadro Nº 90 Equipo de oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Sumadora	1	120,00	120,00
Teléfono	1	40,00	40,00
Televisor	1	400,00	400,00
TOTAL			560,00

Fuente: Marcimex.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 91 Resumen Activos fijos

Activos	Valor total
Maquinaria y Equipo	2409,00
Muebles y Enséres	2973,60
Equipo de Seguridad	35,00
Equipo de Computación	490,00
Equipo de Oficina	560,00
Imprevistos 5%	321,63
TOTAL	6789,23

Fuente: Cuadro Nº 86 al 90.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 92 Depreciación de activos fijos

Descripción	Valor del Activo	Vida Útil	Depreciación anual	Valor residual	% Depreciación
Maquinaria y Equipo	2409,00	10	240,90	1204,50	10%
Muebles y Enséres	2973,60	10	297,36	1486,80	10%
Equipo de Seguridad	35,00	10	3,50	17,50	10%
Equipo de Computación	490,00	3	161,70	4,90	33%
Equipo de Oficina	560,00	10	56,00	280,00	10%
TOTAL			759,46	2993,70	

Fuente: Cuadro Nº 86 al 90.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Fórmula:

Depreciación anual = Valor del activo x %Depreciación

Valor del activo= Valor del activo - Depreciación anual x # de años del proyecto

- Activos diferidos

Aquellos como los gastos de constitución de la empresa y gastos de capacitación al personal. Estos gastos son amortizados en los 5 años de vida útil del proyecto y generalmente con un lapso de tiempo se convierten en gastos.

Adecuaciones: Se considera debido a la existencia de la infraestructura para servicio de restaurante, en donde se procede a adecuar y decorar un área de 72 m² para la comodidad de los clientes, el monto total es de \$2124,36 dólares.

Cuadro N° 93 Adecuaciones

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Restauración de pisos /Cerámica lavable	72m2	10,53	758,16
Bondex Estándar	24 fundas	4,80	115,20
Restauración de paredes /Pintura color blanco antiguo	3 galones	16,00	48,00
Decoración de interiores / Cuadros	10 Cuadros	9,00	90,00
Mano de Obra Remodelación	3 personas	366,00	1098,00
Material para el personal	5	3,00	15,00
TOTAL			2124,36

Fuente: Empresas de Loja (Importadora Ortega y Andicolor).

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Gastos de constitución: gastos que se generan al momento de constituir a la finca “Fernández” como una empresa legal con un monto de \$440,00 dólares.

Cuadro N° 94 Gastos de constitución

Descripción	Valor total
Registro sanitario	150
Patentes y permisos de funcionamiento	150
Registro mercantil	40,00
Registro de actividad turística	100,00
TOTAL	440,00

Fuente: Información secundaria.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Gastos de capacitación al personal: Capacitaciones que se realizará para que las personas que estarán a cargo del funcionamiento de la empresa tengan profesionalismo al momento de brindar el servicio, con un valor total de \$600,00 dólares.

Cuadro Nº 95 Gastos de capacitación al personal

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Salarios de expositores	2	300,00	600,00
Material para el personal	5	2,00	10,00
TOTAL			610,00

Fuente: Información secundaria.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 96 Resumen de Activos diferidos

Activo	Valor
Gastos de constitución	440,00
Gastos de capacitación al personal	610,00
Adecuaciones	2124,36
TOTAL	3174,36

Fuente: Cuadro Nº 93, 94 y 96.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 97 Amortización del Activo Diferido

Descripción	Vida útil	Valor activo	Valor amortización anual
Activos diferidos	5	3174,36	634,87

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

$$\text{Amortización de activos diferidos} = \frac{\text{Total de los activos diferidos}}{\text{Vida útil del proyecto}}$$

$$\text{Amortización de activos diferidos} = \frac{3174,36}{5}$$

$$\text{Amortización de activos diferidos} = 634,87 \text{ dólares anuales.}$$

- **Activos circulantes**

Gastos de la empresa que se utilizarán en el momento que la empresa empiece a ponerse en marcha como: pago del personal y suministros distintos.

Mano de Obra Directa: La mano de obra directa son las personas que tienen relación directa con la prestación de nuestros servicios; del segundo al quinto año se encuentran proyectados con las tasas de inflaciones pronosticadas (ver Cuadro N°:120 Valores de las tasas de inflación del Ecuador).

Sueldos y salarios: Persona que no participa directamente con la prestación de los servicios en este caso es el Administrador/Recepcionista; del segundo al quinto año se encuentran proyectados con las tasas de inflaciones pronosticadas.

Cuadro N° 98 Primer año Mano de Obra Directa

CARGO	REMUNERACIÓN BASICA UNIFICADA	APORTE PATRONAL 12,15%	TOTAL MENSUAL	SUBTOTAL ANUAL 12	DECIMO TERCER SUELDO 12	DECIMO CUARTO SUELDO 12	VACACIONES 24	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
Cocinero	370,50	45,02	415,52	4986,19	30,88	30,50	15,44		5907,94
Mesero	369,00	44,83	413,83	4966,00	30,75	30,50	15,38		5885,50
Ayudante de cocina	Trabaja 8 días al mes / Gana \$12,20 diarios								1171,20
Guía turístico	Trabaja 4 días al mes / Gana \$ 30,00 diarios								1440,00
TOTAL									14404,64

Fuente: Salarios Mínimos sectoriales Sector Turismo Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 99 Primer año Sueldos y salarios

CARGO	REMUNERACIÓN BASICA UNIFICADA	APORTE PATRONAL	TOTAL MENSUAL	SUBTOTAL ANUAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
		12,15%		12	12	12	24	8,33%	
Administrador/ Recepcionista	372,33	45,24	417,57	5010,82	31,03	30,50	15,51		5935,31
TOTAL									5935,31

Fuente: Salarios Mínimos sectoriales Sector Turismo Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 100 Segundo año Mano de Obra Directa

CARGO	REMUNERACIÓN BASICA UNIFICADA	APORTE PATRONAL	TOTAL MENSUAL	SUBTOTAL ANUAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL	
		12,15%		12	12	12	24	8,33%		
Cocinero	381,62	46,37	427,99	5135,84	31,80	30,50	15,90	31,79	6455,74	
Mesero	380,07	46,18	426,25	5114,98	31,67	30,50	15,84	31,66	6431,01	
Ayudante de cocina				Trabaja 8 días al mes / Gana \$12,57 diarios						1206,72
Guía turístico				Trabaja 4 días al mes / Gana \$ 30,90 diarios						1483,20
TOTAL									15576,66	

Fuente: Salarios Mínimos sectoriales Sector Turismo Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 101 Segundo año Sueldos y salarios

CARGO	REMUNERACIÓN BASICA UNIFICADA	APORTE PATRONAL	TOTAL MENSUAL	SUBTOTAL ANUAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
		12,15%		12	12	12	24	8,33%	
Administrador/ Recepcionista	383,50	46,60	430,10	5161,14	31,96	30,50	15,98	31,95	6485,74
TOTAL									6485,74

Fuente: Salarios Mínimos sectoriales Sector Turismo Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 102 Tercer año Mano de Obra Directa

CARGO	REMUNERACIÓN BASICA UNIFICADA	APORTE PATRONAL	TOTAL MENSUAL	SUBTOTAL ANUAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
		12,15%		12	12	12	24	8,33%	
Cocinero	392,00	47,63	439,62	5275,48	32,67	30,50	16,33	32,65	6621,31
Mesero	390,94	47,50	438,44	5261,27	32,58	30,50	16,29	32,57	6604,46
Ayudante de cocina	Trabaja 8 días al mes / Gana \$12,93 diarios								1241,28
Guía turístico	Trabaja 4 días al mes / Gana \$ 31,78 diarios								1525,44
TOTAL									15992,49

Fuente: Salarios Mínimos sectoriales Sector Turismo Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 103 Tercer año Sueldos y salarios

CARGO	REMUNERACIÓN BASICA UNIFICADA	APORTE PATRONAL	TOTAL MENSUAL	SUBTOTAL ANUAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
		12,15%		12	12	12	24	8,33%	
Administrador/ Recepcionista	394,47	47,93	442,40	5308,75	32,87	30,50	16,44	32,86	6660,76
TOTAL									6660,76

Fuente: Salarios Mínimos sectoriales Sector Turismo Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 104 Cuarto año Mano de Obra Directa

CARGO	REMUNERACIÓN BASICA UNIFICADA	APORTE PATRONAL	TOTAL MENSUAL	SUBTOTAL ANUAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
		12,15%		12	12	12	24	8,33%	
Cocinero	402,66	48,92	451,59	5419,03	33,56	30,50	16,78	33,54	6791,53
Mesero	401,57	48,79	450,36	5404,38	33,46	30,50	16,73	33,45	6774,15
Ayudante de cocina	Trabaja 8 días al mes / Gana \$13,28 diarios								1274,88
Guia turístico	Trabaja 4 días al mes / Gana \$ 32,65 diarios								1567,20
TOTAL									16407,76

Fuente: Salarios Mínimos sectoriales Sector Turismo Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 105 Cuarto año Sueldos y salarios

CARGO	REMUNERACIÓN BASICA UNIFICADA	APORTE PATRONAL	TOTAL MENSUAL	SUBTOTAL ANUAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
		12,15%		12	12	12	24	8,33%	
Administrador/ Recepcionista	405,20	49,23	454,43	5453,15	33,77	30,50	16,88	33,75	6831,98
TOTAL									6831,98

Fuente: Salarios Mínimos sectoriales Sector Turismo Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 106 Quinto año Mano de Obra Directa

CARGO	REMUNERACIÓN BASICA UNIFICADA	APORTE PATRONAL	TOTAL MENSUAL	SUBTOTAL ANUAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
		12,15%		12	12	12	24	8,33%	
Cocinero	413,09	50,19	463,28	5559,38	34,42	30,50	17,21	34,41	6545,02
Mesero	411,97	50,05	462,03	5544,35	34,33	30,50	17,17	34,32	6940,12
Ayudante de cocina	Trabaja 8 días al mes / Gana \$ 13,62 diarios								1307,52
Guía turístico	Trabaja 4 días al mes / Gana \$ 33,49 diarios								1607,52
TOTAL									16400,18

Fuente: Salarios Mínimos sectoriales Sector Turismo Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 107 Quinto año Sueldos y salarios

CARGO	REMUNERACIÓN BASICA UNIFICADA	APORTE PATRONAL	TOTAL MENSUAL	SUBTOTAL ANUAL	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VACACIONES	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
		12,15%		12	12	12	24	8,33%	
Administrador/ Recepcionista	415,69	50,51	466,20	5594,38	34,64	30,50	17,32	34,63	6999,45
TOTAL									6999,45

Fuente: Salarios Mínimos sectoriales Sector Turismo Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva

Cuadro N° 108 Presupuesto Mano de Obra Primer Año

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Mano de obra directa		
Cocinero	492,33	5907,94
Mesero	490,46	5885,50
Ayudante de cocina	97,60	1171,20
Guía turístico	120,00	1440,00
Subtotal	1200,39	14404,64
Sueldos y salarios		
Administrador/ Recepcionista	494,61	5935,31
Subtotal	494,61	5935,31
Total	1695,00	20339,95

Fuente: Salarios Mínimos sectoriales Sector Turismo Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 109 Presupuesto Mano de Obra Segundo Año

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Mano de obra Directa		
Cocinero	537,98	6455,74
Mesero	535,92	6431,01
Ayudante de cocina	100,56	1206,72
Guía turístico	123,60	1483,20
Subtotal	1298,06	15576,66
Sueldos y salarios		
Administrador/ Recepcionista	540,48	6485,74
Subtotal	540,48	6485,74
Total	1838,53	22062,40

Fuente: Salarios Mínimos sectoriales Sector Turismo Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 110 Presupuesto Mano de Obra Tercer Año

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Mano de obra Directa		
Cocinero	551,78	6621,31
Mesero	550,37	6604,46
Ayudante de cocina	103,44	1241,28
Guía turístico	127,12	1525,44
Subtotal	1332,71	15992,49
Sueldos y salarios		
Administrador/ Recepcionista	555,06	6660,76
Subtotal	555,06	6660,76
Total	1887,77	22653,26

Fuente: Salarios Mínimos sectoriales Sector Turismo Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 111 Presupuesto Mano de Obra Cuarto Año

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Mano de obra directa		
Cocinero	565,96	6791,53
Mesero	564,51	6774,15
Ayudante de cocina	106,24	1274,88
Guía turístico	130,60	1567,20
Subtotal	1367,31	16407,76
Sueldos y salarios		
Administrador/ Recepcionista	569,33	6831,98
Subtotal	569,33	6831,98
Total	1936,64	23239,74

Fuente: Salarios Mínimos sectoriales Sector Turismo Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 112 Presupuesto Mano de Obra Cuarto Año

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Mano de obra directa		
Cocinero	545,42	6545,02
Mesero	578,34	6940,12
Ayudante de cocina	108,96	1307,52
Guía turístico	133,96	1607,52
Subtotal	1366,68	16400,18
Sueldos y salarios		
Administrador/ Recepcionista	583,29	6999,45
Subtotal	583,29	6999,45
Total	1949,97	23399,63

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro Nº 113 Resumen Mano de Obra Directa y Sueldos y Salarios

AÑOS	VALOR
1	20339,95
2	22062,40
3	22653,26
4	23239,74
5	23399,63

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Materia prima: Son alimentos indispensables para generar el servicio de restaurante y utilizados para la preparación de los platos que se ofrece dentro de la finca, se determina los precios de materia prima de acuerdo al menú a ofrecer , con un monto total de \$62681,38 dólares anuales con un balance para de 16 personas.

Cuadro Nº 114 Materia Prima

Descripción	Costo total (16 personas)	Valor mensual	Valor Total
Desayunos			
Desayuno continental	12,92	337,00	4043,96
Desayuno americano	28,71	748,85	8986,23
Platos fuertes			
Cecina	14,13	368,43	4421,13
Fritada	18,87	492,19	5906,31
Estofado de gallina criolla	17,83	465,07	5580,79
Sopas			
Arveja con guineo	5,16	134,59	1615,08
Repe	3,34	86,99	1043,855
Caldo de gallina criolla	14,66	382,25	4587,015
Postres			
Flan de café	8,89	231,75	2781,005
Mousse de café	12,46	324,87	3898,415
Ensalada de frutas	11,935	311,30	3735,655
Bebidas			
Horchata	2,18	56,73	680,78
Limonada	1,65	43,04	516,45
Jugos	6,80	177,37	2128,40
Delicias "Fernández"			
Clásico Frappé	3,59	93,64	1123,67
Batido de plátano al café	6,11	159,37	1912,43
Café americano	4,65	121,29	1455,45
Café capucchino	6,99	182,32	2187,87
Tamal lojano	8,74	227,84	2734,055
Tamal de arroz	8,17	212,97	2555,645
Tamal de guineo	2,515	65,60	787,195
Total		5223,45	62681,38

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Menaje: Utensilios de cocina de gran utilidad para ofrecer el servicio de restaurante, se obtiene un costo de \$70,84 dólares mensuales.

Cuadro N° 115 Menaje de cocina

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Ensaladeras	4	4,00	1,33	16,00
Jarras de vidrio 1lt	4	5,92	1,97	23,68
Servilleteros metal	7	3,29	1,92	23,03
Saleros tapa cromada	7	0,88	0,51	6,16
Azucareros tapa metal	7	4,65	2,71	32,55
Vaso 124 herradura liso	32	0,71	1,89	22,72
Copa malteada 12 Onz	32	3,51	9,36	112,32
Soperos decorados	32	0,97	2,59	31,04
Plato extendido	32	1,93	5,15	61,76
Charol acero 60 x 40	1	6,05	0,50	6,05
Charol acero 30 x 20	1	3,25	0,27	3,25
Cucharas soperas	32	1,02	2,72	32,64
Tenedor mesa	32	1,02	2,72	32,64
Cuchillo mesa	32	1,58	4,21	50,56
Cucharita café	32	0,72	1,92	23,04
Taza café opal 250cc	32	1,75	4,67	56,00
Platillo taza	32	0,94	2,51	30,08
Tablas de picar	2	5,50	0,92	11,00
Juego de cuchillos	1	22,50	1,88	22,50
Juego de ollas	1	250,00	20,83	250,00
Exprimidor de limón	2	1,50	0,25	3,00
TOTAL			70,84	850,02

Fuente: Almacén Cristal.

Elaboración: Mercy Etefvina Yunga Cueva.

Servicios Básicos: Son pagos de agua luz y teléfono de gran utilidad dentro de la empresa y que se debe realizar mensualmente, su monto es de \$49,30 dólares mensuales.

Cuadro N° 116 Servicios Básicos

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio unitario	Valor mensual	Valor anual
Agua	m3	15	1,46	21,90	262,80
Energía eléctrica	Kw	200	0,095	19,00	228,00
Teléfono	Minutos	150	0,056	8,40	100,80
TOTAL				49,30	591,60

Fuente: Municipio de Loja, EERSSA, CNT.

Elaboración: Mercy Etefvina Yunga Cueva.

Servicios adicionales: Indispensables para permanecerlos a los clientes conectados, su costo mensual es de \$ 36,40 dólares.

Cuadro Nº 117 Servicios adicionales

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Tv cable	15,00	180,00
Internet	21,40	256,80
TOTAL	36,40	436,80

Fuente: TV Cable, Netplus.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Útiles de oficina: Gastos al adquirir materiales y útiles de oficina, esencial para mantener el orden en la empresa, se tiene un costo de \$2,92 dólares mensuales.

Cuadro Nº 118 Útiles de Oficina

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Archivadores (1 al año)	Unidad	1	0,70	0,06	0,70
Carpetas de archivo (1 al año)	Unidad	1	0,35	0,03	0,35
Esferográficos (2 al año)	Docena	2	2,00	0,33	4,00
Resma de papel (2 al año)	Unidad	2	4,00	0,67	8,00
Cuadernos universitarios (1 al año)	Unidad	1	2,00	0,17	2,00
Clips (1 al año)	Caja	1	2,00	0,17	2,00
Grapas (2 al año)	Caja	2	1,50	0,25	3,00
Tinta de impresora (3 al año)	Cartucho	3	5,00	1,25	15,00
TOTAL				2,92	35,05

Fuente: Gráficas Santiago.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Materiales y Útiles de aseo: Gastos que ayudan con el aseo diario de la empresa, con un costo mensual de \$44,12 dólares.

Cuadro Nº 119 Materiales y Útiles de aseo

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Archivadores (1al año)	Unidad	1	0,70	0,06	0,70
Carpetas de archivo (1 al año)	Unidad	1	0,35	0,03	0,35
Esferográficos (2 al año)	Docena	2	2,00	0,33	4,00
Resma de papel (2 al año)	Unidad	2	4,00	0,67	8,00
Cuadernos universitarios (1 al año)	Unidad	1	2,00	0,17	2,00
Clips (1 al año)	Caja	1	2,00	0,17	2,00
Grapas (2 al año)	Caja	2	1,50	0,25	3,00
Tinta de impresora (3 al año)	Cartucho	3	5,00	1,25	15,00
TOTAL				2,92	35,05

Fuente: La reforma.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Materiales y Útiles de aseo: Utilizados para el aseo diario de la empresa ayudando a dar buena imagen, su costo es de \$47,29 dólares mensualmente.

Cuadro Nº 120 Materiales y Útiles de aseo

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Escobas	Unidades	1	1,50	1,50	18,00
Recogedores metálicos (2 al año)	Unidades	2	2,25	0,38	4,50
Tachos de basura (2 al año)	Unidades	2	3,00	0,50	6,00
Trapeadores (3 al año)	Unidades	3	3,20	0,80	9,60
Detergente 5kg	Fundas	1	13,65	13,65	163,80
Papel Higiénico	Paca	4	4,70	18,80	225,60
Toallas de mano (4 al año)	Unidades	4	2,00	0,67	8,00
Guantes	Pares	3	1,50	4,50	54,00
Desinfectante (3 al año)	Galón	4	19,50	6,50	78,00
TOTAL				47,29	567,50

Fuente: Zerimar.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Mantenimiento de Maquinaria y Equipo: Valor asignado para el daño de máquinas de la empresa, su valor total mensualmente es de \$16,67 dólares.

Cuadro Nº 121 Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Mantenimiento	16,67	200,00
TOTAL		200,00

Fuente: Información secundaria.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Promoción y Publicidad: Gastos que se generan para hacer conocer nuestra empresa dentro del mercado, su costo mensual es de \$117,08 dólares.

Cuadro Nº 122 Promoción y Publicidad

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor Anual
Souvenirs (llaveros publicitarios)	Centenar	2	65,00	10,83	130,00
Tarjetas de presentación full color terminado mate	Millar	1	35,00	2,92	35,00
Flyers en papel couche 15x 21	Millar	2	110,00	18,33	220,00
Spot radial	Spots	1	75,00	75,00	900,00
Vallas publicitarias	Unidad	2	60,00	10,00	120,00
TOTAL				117,08	1405,00

Fuente: Laser print, Agencia de Publicidad CG, Radio Sociedad,

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 123 Resumen de Activos Circulantes

Especificaciones	Valor mensual	Valor anual
Mano de obra Directa	1200,39	14404,64
Sueldos y Salarios	494,61	5935,31
Materia Prima	5223,45	62681,38
Menaje de cocina	70,84	850,02
Servicios Básicos	49,30	591,60
Servicios adicionales	36,40	436,80
Útiles de Oficina	2,92	35,05
Materiales y Útiles de Aseo	47,29	567,50
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	16,67	200,00
Gastos de Promoción y Publicidad	117,08	1405,00
Imprevistos 3%	214,55	2574,61
TOTAL	7473,49	89681,92

Fuente: Cuadro N°118 al Cuadro N° 122.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuadro N° 124 Resumen de los Activos

ESPECIFICACIONES	VALOR TOTAL	PORCENTAJE
ACTIVOS FIJOS	6789,23	39%
ACTIVOS DIFERIDOS	3174,36	18%
ACTIVOS CIRCULANTES	7473,49	43%
TOTAL	17437,08	100%

Fuente: Cuadro N° 91,96 y 124.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.2.5.2 Financiamiento

Para el financiamiento de la Finca “Fernández” el propietario Sr. Didio Fernández aportará con \$ 5321,12 dólares que es un 30% como capital interno y \$12205,96 dólares que es un 70% como capital externo se sacará de un crédito en el Banco del Ecuador con una tasa de interés de 11,85%, el monto será de 8.000 dólares americanos.

Cuadro N° 125 Financiamiento

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Capital Interno	5231,12	30%
Capital Externo	12205,96	70%
TOTAL	17437,08	100%

Fuente: Cuadro N°124.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Amortización del préstamo

Datos:

Saldo Inicial: \$8,000

Interés: 11,85%

Tiempo: 5 años

Forma de pago: Semestral (10 pagos cada seis meses) $6 \text{ meses} / 12 = 0,5$

Número de pagos: 10 pagos

Pagos anuales: 2

Cuadro Nº 126 Amortización del capital

Años	Semestral	Saldo Inicial	Amortización	Interés	Dividendo Semestral	Dividendo Anual	Saldo Final
1	1	12205,96	1220,60	723,20	1943,80	3815,28	10985,36
	2	10985,36	1220,60	650,88	1871,48		9764,77
2	1	9764,77	1220,60	578,56	1799,16	3526,00	8544,17
	2	8544,17	1220,60	506,24	1726,84		7323,57
3	1	7323,57	1220,60	433,92	1654,52	3236,71	6102,98
	2	6102,98	1220,60	361,60	1582,20		4882,38
4	1	4882,38	1220,60	289,28	1509,88	2947,43	3661,79
	2	3661,79	1220,60	216,96	1437,56		2441,19
5	1	2441,19	1220,60	144,64	1365,24	2658,15	1220,60
	2	1220,60	1220,60	72,32	1292,92		0,00

Fuente: Banco del Ecuador.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Desarrollo:

La amortización se divide: Saldo inicial / número de pagos.

Para sacar el interés se multiplica: Saldo inicial x (forma de pago x interés).

Para obtener el Dividendo semestral: Amortización + Interés.

Para conseguir el Saldo Final: Saldo inicial – dividendo semestral + interés.

6.2.5.3 Presupuestos de costos

Para dicha proyección se usa las tasas de inflación del país, pronosticadas con las tasas de inflación de años anteriores (año 1: 3,14 - año 2: 3,00 – año 3: 2,86 – año 4: 2,72 – año 5: 2,59).

Cuadro Nº 127 Presupuestos de costos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Servicio					
Mano de Obra Directa	5935,31	6485,74	6660,76	6831,98	6999,45
Materia Prima	62681,38	64561,82	66408,29	68214,59	69981,35
Menaje	850,02	875,52	900,56	925,06	949,01
Deprec. Maquinaria y Equipo	240,90	240,90	240,90	240,90	240,90
Servicios básicos	591,60	609,35	626,78	643,82	660,50
Total Costos de Operación	70299,21	72773,33	74837,29	76856,35	78831,22
COSTOS OPERATIVOS					
Administrativos					
Sueldos y salarios	5935,31	6485,74	6660,76	6831,98	6999,45
Deprec. Muebles y enséres	297,36	297,36	297,36	297,36	297,36
Deprec. Equipo de Seguridad	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
Deprec. Equipo de Computación	161,70	161,70	161,70	250,80	250,80
Deprec. Equipo de Oficina	56,00	56,00	56,00	56,00	56,00
Servicios adicionales	436,80	436,80	436,80	436,80	436,80
Materiales y Útiles de Aseo	567,50	584,53	601,24	617,60	633,59
Útiles de oficina	35,05	36,10	37,13	38,14	39,13
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	200,00	206,00	211,89	217,66	223,29
Total Costos Administrativos	7693,22	8267,73	8466,39	8749,84	8939,93
Ventas					
Promoción y Publicidad	1405,00	1447,15	1488,54	1529,03	1568,63
Total Costos de Ventas	1405,00	1447,15	1488,54	1529,03	1568,63
Financieros					
Amortización del activo diferido	634,87	634,87	634,87	634,87	634,87
Interés préstamo	2441,19	2441,19	2441,19	2441,19	2441,19
Total Costos Financieros	3076,06	3076,06	3076,06	3076,06	3076,06
TOTAL DE COSTOS	82473,50	85564,27	87868,28	90211,28	92415,83

Fuente: Cuadro Nº 91, 96 y 124.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.2.5.4 Costos

Se procede a clasificar los costos fijos y los costos variables con el propósito de realizar una evaluación empresarial mediante el punto de equilibrio, que nos permite tomar buenas decisiones para la puesta en marcha de la Finca.

Costos fijos: Aquellos que no varían si ocurre cambios dentro del volumen de producción; dichos costos se producen haya o no haya la prestación del servicio.

Costos variables: Son aquellos costos que varían dependiendo del volumen de la prestación del servicio.

Cuadro N° 128 Clasificación de Costos

Detalle	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Cost. Fijo	Cost. Variab	Cost. Fijo	Cost. Variab	Cost. Fijo	Cost. Variab	Cost. Fijo	Cost. Variab	Cost. Fijo	Cost. Variab
Mano de Obra Directa		5935,31		6485,74		6660,76		6831,98		6999,45
Materia Prima		62681,38		62681,38		66408,29		68214,59		69981,35
Menaje		850,02		875,52		900,56		925,06		949,01
Servicios Básicos		591,60		609,35		626,78		643,82		660,50
Deprec. Maquinaria y equipo	240,90		240,90		240,90		240,90		240,90	
COSTOS OPERATIVOS										
Administrativos										
Sueldos y Salarios										
Deprec. Muebles y enseres	297,36		297,36		297,36		297,36		297,36	
Deprec. Equipo de Seguridad	3,50		3,50		3,50		3,50		3,50	
Deprec. Equipo de Computación	161,70		161,70		161,70		250,80		250,80	
Deprec. Equipo de Oficina	56,00		56,00		56,00		56,00		56,00	
Servicios adicionales	436,80		436,80		436,80		436,80		436,80	
Materiales y Útiles de Aseo		567,50		584,53		601,24		617,60		633,59
Útiles de oficina		35,05		36,10		37,13		38,14		39,13
Ventas										
Promoción y Publicidad	1405,00		1447,15		1488,54		1529,03		1568,63	
Financieros										
Amortización del activo diferido	634,87		634,87		634,87		634,87		634,87	
Intereses préstamo	2441,19		2441,19		2441,19		2441,19		2441,19	
Total de Costos	5677,32	70660,86	5719,47	71272,61	5760,86	75234,76	5890,45	77271,19	5930,05	79263,04

Fuente: Cuadro N° 127.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.2.5.5 Ingresos

Para calcular el costo del paquete turístico (restaurante y otros servicios) se determina en base a los costos totales del proyecto.

Cuadro N° 129 Ingresos paquete turístico (restaurante y otros servicios)

Años	Costos Totales	N° pax atender	Costo del Servicio	Margen de Utilidad	Utilidad en dólares	Precio de venta al público	Ventas totales
1	82473,50	10016	8,23	50%	4,12	12,35	123710,25
2	85564,27	10016	8,54	50%	4,27	12,81	128346,40
3	87868,28	10016	8,77	50%	4,39	13,16	131802,42
4	90211,28	10016	9,01	50%	4,50	13,51	135316,92
5	92415,83	10016	9,23	50%	4,61	13,84	138623,75

Fuente: Cuadro N° 128 y 23.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Desarrollo:

Costo del servicio = Costos Totales / Servicios Anuales

Utilidad en dólares= Costo del Servicio x Margen de Utilidad

Precio de venta al público= Costo del servicio + Utilidad en dólares

Ventas totales= Precio de venta al público x N° pax atender

6.2.5.6 Estado de pérdidas y ganancias

Es un análisis que muestra la rentabilidad de la empresa en un periodo determinado, es decir las ganancias y pérdidas que la empresa tendrá; esto a su vez permite al propietario analizar la situación financiera, su situación de ingresos, costos y lo más importante tomar decisiones adecuadas para el bienestar de la empresa.

Cuadro N° 130 Estado de Pérdidas y Ganancias

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	123710,25	128346,40	131802,42	135316,92	138623,75
Otros ingresos					3252,10
(-Costo total)	82473,50	85564,27	87868,28	90211,28	92415,83
(=) Utilidad Bruta	41236,75	42782,13	43934,14	45105,64	46207,92
(-) 15% Utilidad de trabajadores	6185,51	6417,32	6590,12	6765,85	6931,19
(=) Utilidad ante Impuestos a la Renta	35051,24	36364,81	37344,02	38339,79	39276,73
(-) 22% Impuesto a la renta	7711,27	8000,26	8215,68	8434,75	8640,88
(-) 10% Reserva Legal	771,13	800,03	821,57	843,48	864,09
(=) Utilidad Neta	6940,14	7200,23	7394,12	7591,28	7776,79

Fuente: Cuadro N° 127 y 129.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.2.5.7 Punto de equilibrio

Es también denominado *punto muerto* ya que en el no existe ni pérdidas ni ganancias; se determina a través del balance entre ingresos y egresos.

Existen dos tipos de calcular el punto de equilibrio:

1. **Método Matemático:** se realiza en función a la capacidad instalada y en función de las ventas.
2. **Método Gráfico:** representación gráfica del punto de equilibrio.

Calculo del Punto de Equilibrio para el Primer Año

Método Matemático

En función de la Capacidad:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variables Totales}} \times 100$$

$$PE = \frac{5677,22}{123710,25 - 70660,86} \times 100\%$$

$$PE = \frac{5677,22}{53049,38} \times 100\%$$

$$PE = 0,11 \times 100\%$$

$$PE = 11\%$$

En función de las Ventas o Ingresos:

$$PE = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costo Variables}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{5677,32}{1 - \frac{70660,86}{123710,25}}$$

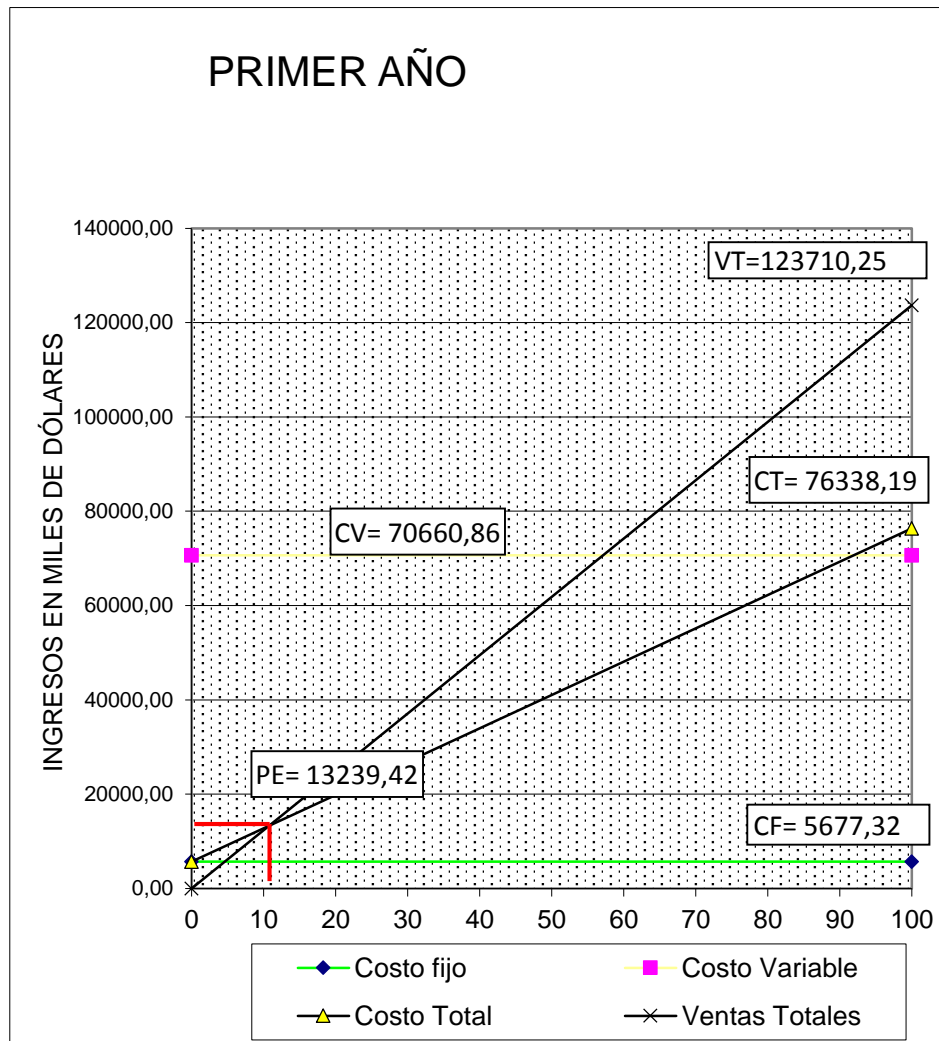
$$PE = \frac{5677,32}{0,57}$$

$$PE = \frac{5677,32}{0,43}$$

$$PE = 13239,42$$

Método Gráfico

Gráfico N° 27 Punto de equilibrio



Fuente: Punto de equilibrio en función de la capacidad y en función de las ventas o ingresos.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Análisis: La gráfica nos explica que debemos en el primer año alcanzar \$13239,42 dólares en venta de nuestros servicios para llegar al punto de equilibrio con un 11% de capacidad instalada.

6.2.5.8 Evaluación Financiera

Mediante la evaluación financiera no ayuda a determinar si la empresa se debe o no poner en marcha.

Flujo de caja

Dinero que genera la empresa a través de su actividad, registrando las entradas y salidas del dinero.

Cuadro Nº 131 Flujo de Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ventas		123710,25	128346,40	131802,42	135316,92	138623,75
Crédito Bancario	12205,96					
Capital Propio	5231,12					
Valor residual					280,00	
Total ingresos	17437,08	123710,25	128346,40	131802,42	135596,92	138623,75
Egresos						
Activo Fijo	6789,23					
Activo Diferido	3174,36					
Activo Circulante	7473,49					
Reinversión					600,00	
Costos totales		82473,50	85564,27	87868,28	90211,28	92415,83
Total egresos	17437,08	82473,50	85564,27	87868,28	90811,28	92415,83
(=) Utilidad Bruta		41236,75	42782,13	43934,14	45105,64	46207,92
(-)15%Utilidad de Trabajadores		6185,51	6417,32	6590,12	6765,85	6931,19
(=) Utilidad antes de impuestos		35051,24	36364,81	37344,02	38339,79	39276,73
22% Impuesto Renta		7711,27	8000,26	8215,68	8434,75	8640,88
(=) Utilidad líquida		27339,96	28364,56	29128,33	29905,04	30635,85
(+) Depreciaciones		759,46	759,46	759,46	848,56	848,56
(+) Amortización Diferido		634,87	634,87	634,87	634,87	634,87
(-) Amortización de capital		2441,19	2441,19	2441,19	2441,19	2441,19
Flujo de Caja	0,00	26293,10	27317,70	28081,48	28947,28	29678,09

Fuente: Cuadro Nº 130.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Valor Actual Neto

Presenta la rentabilidad del proyecto midiendo los flujos de los futuros ingresos y egresos de la empresa, luego de descontar la inversión inicial nos queda como ganancia \$83423,47 dólares siendo un valor positivo y por lo tanto el proyecto es considerado viable.

Cuadro Nº 132 Valor Actual Neto

Años	Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actualizado
0	17437,08	11,85%	
1	26293,10	0,894055	23507,47
2	27317,70	0,799334	21835,95
3	28081,48	0,714648	20068,36
4	28947,28	0,638934	18495,40
5	29678,09	0,571242	16953,37
Total			100860,55
Inversión			17437,08
VAN			83423,47

Fuente: Cuadro Nº 131.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Para sacar el Factor de actualización:

$$f = \frac{1}{(1+i)^n}$$

Nomenclatura:

F= Factor de actualización; **i**= Interés; **n**= Número de años.

Fórmula del VAN:

VAN= Sumatoria del VAN – Inversión Inicial

VAN= 100860,55 - 17437,08

VAN= 83423,47 dólares

Tasa Interna de Retorno

Conocida también como la tasa del descuento, muestra la capacidad de ganancia del proyecto, se obtiene un TIR de 152,56%, es decir se obtiene gran rentabilidad por el dinero invertido demostrando que es una tasa mayor que de los mercados financieros.

Cuadro N° 133 Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo Neto	Actualización			
		Factor Actualizado	VAN Menor	Factor Actualizado	VAN Mayor
		152,50%		153,00%	
0	-17437,08		-17437,08		-17437,08
1	26293,10	0,396040	10413,11	0,395257	10392,53
2	27317,70	0,156847	4284,71	0,156228	4267,79
3	28081,48	0,062118	1744,36	0,061750	1734,04
4	28947,28	0,024601	712,13	0,024407	706,52
5	29678,09	0,009743	289,15	0,009647	286,31
		VAN MENOR	6,38	VAN MAYOR	-49,89
				TIR	152,56%

Fuente: Cuadro N°131.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Para calcular el TIR se utiliza la fórmula:

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 152,5 + 0,50 \left(\frac{6,38}{6,38 - -49,89} \right)$$

$$TIR = 152,5 + 0,50(0,12)$$

$$TIR = 152,56\%$$

Relación Beneficio – Costo

El resultado del proyecto en Relación Beneficio – Costo se deduce que por cada \$1,00 invertido se tendrá una rentabilidad de 0,50 centavos.

Cuadro Nº 134 Relación Beneficio Costo

Años	Actualización Costo Total			Actualización ingresos		
	Costo Total Original	Factor Actualizado	Costo Actualizado	Ingreso Original	Factor Actualizado	Ingreso Actualizado
		11,85%			11,85%	
1	82473,50	0,894055	73735,81	123710,25	0,894055	110603,71
2	85564,27	0,799334	68394,39	128346,40	0,799334	102591,58
3	87868,28	0,714648	62794,87	131802,42	0,714648	94192,30
4	90211,28	0,638934	57639,06	135316,92	0,638934	86458,59
5	92415,83	0,571242	52791,80	138623,75	0,571242	79187,69
			315355,92			473033,88

Fuente: Cuadro Nº 131

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Desarrollo:

Legenda:
B/C > 1 Se puede ejecutar el proyecto
B/C = Es indiferente ejecutar el proyecto
B/C < No se puede ejecutar el proyecto

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{473033,88}{315355,92}$$

$$\text{Relación Beneficio Costo} = 1,50$$

Periodo de Recuperación

Período o tiempo en que se recupera la inversión inicial, es decir en el primer año ya se recupera la inversión del proyecto.

Cuadro N° 135 Período de Recuperación del Capital

Años	Flujo Neto	Fact. Actualización	Valor Actual	Flujos Acumulados
0	17437,08			
1	26293,10	0,894055	23507,47	23507,47
2	27317,70	0,799334	21835,95	45343,42
3	28081,48	0,714648	20068,36	65411,78
4	28947,28	0,638934	18495,40	83907,19
5	29678,09	0,571242	16953,37	100860,55
TOTAL				319030,41

Fuente: Cuadro N° 131.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Su fórmula es la siguiente:

$$P.R.C = \text{Año que recupera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

$$P.R.C = 1 + \frac{1743,08 - 23507,47}{23507,47}$$

$$P.R.C = 1 + \frac{-6070,39}{23507,47}$$

$$P.R.C = 1 + (-0,26)$$

$$P.R.C = 0,74$$

- 0 años
- $0,74 * 12 \text{ meses} = 8,88 = 9 \text{ meses}$
- $0,88 * 30 \text{ días} = 26 \text{ días}$

Esto nos indica que el período de recuperación de la inversión inicial será a los 9 meses y 26 días.

Análisis de sensibilidad

Es la interpretación de incertidumbre ante posibles cambios económicos que se pueden dar en el transcurrir del tiempo, siendo los ingresos y los costos las variables más sensibles con el incremento en los costos o disminución en los ingresos.

Cuadro N° 136 Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 36,35% en los Costos

Años	Costo Total Original	Costo Total Original	Ingreso Total	Flujo Neto	Actualización			
					Factor Actualizado	Valor Actual	Factor Actualizado	Valor Actual
		36,35%			60,70%		61,20%	
						-17437,08		-17437,08
1	82473,50	112452,61	123710,25	11257,63	0,62228	7005,37	0,62035	6983,64
2	85564,27	116666,88	128346,40	11679,52	0,38723	4522,65	0,38483	4494,64
3	87868,28	119808,40	131802,42	11994,02	0,24096	2890,13	0,23873	2863,32
4	90211,28	123003,08	135316,92	12313,84	0,14995	1846,42	0,14809	1823,62
5	92415,83	126008,99	138623,75	12614,76	0,09331	1177,06	0,09187	1158,92
						4,55		-112,94

Fuente: Cuadro N° 131.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Cuando el coeficiente de sensibilidad es > 1 el proyecto es sensible

Cuando el coeficiente de sensibilidad es $= 1$ el proyecto es no sufre ningún cambio

Cuando el coeficiente de sensibilidad es < 1 el proyecto no es sensible

TIR DEL PROYECTO = 152,56%.

NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 78 + 0,50 \frac{4,55}{4,55 - (-112,94)}$$

NTIR= 60,72%

DIFERENCIA DE TIR:

DIFERENCIA DE TIR= Tir proyecto – Nueva Tir

DIFERENCIA DE TIR= 91,84%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

% DE VARIACIÓN= Diferencia del Tir / Tir del proyecto *100

% DE VARIACIÓN= 60,20%

SENSIBILIDAD:

SENSIBILIDAD= % de Variación / Nueva Tir

SENSIBILIDAD=0,99

Cuadro N° 137 Análisis de Sensibilidad con la disminución del 24,27% en los Ingresos

Años	Costo Total Original	Ingreso Original	Ingreso Original	Flujo Neto	Actualización			
					Factor Actualizado	Valor Actual	Factor Actualizado	Valor Actual
			24,27%		60,00%		60,50%	
						-17437,08		-17437,08
1	82473,50	123710,25	93685,77	11212,27	0,62500	7007,67	0,623053	6985,84
2	85564,27	128346,40	97196,73	11632,46	0,39063	4543,93	0,388195	4515,66
3	87868,28	131802,42	99813,97	11945,69	0,24414	2916,43	0,241866	2889,26
4	90211,28	135316,92	102475,50	12264,22	0,15259	1871,37	0,150695	1848,16
5	92415,83	138623,75	104979,77	12563,93	0,09537	1198,19	0,093891	1179,64
						100,51		-18,52

Fuente: Cuadro N° 131.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Quando el coeficiente de sensibilidad es > a 1 el proyecto es sensible

Quando el coeficiente de sensibilidad es = a 1 el proyecto es no sufre ningún cambio

Quando el coeficiente de sensibilidad es < a 1 el proyecto no es sensible

TIR DEL PROYECTO = 152,56%.

NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 70 + 0,50 \frac{100,51}{100,51 - (-18,52)}$$

NTIR= 60,42%

DIFERENCIA DE TIR:

DIFERENCIA DE TIR= Tir proyecto – Nueva Tir

DIFERENCIA DE TIR= 92,13%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

% DE VARIACIÓN= Diferencia del Tir / Tir del proyecto *100

% DE VARIACIÓN= 60,39%

SENSIBILIDAD:

SENSIBILIDAD= % de Variación / Nueva Tir

SENSIBILIDAD=1,00

6.2.6 Estudio Impacto Ambiental

La Finca Cafetalera “Fernández” es un proyecto que causa impactos ambientales, por lo que se establecerán medidas de mitigación para poder mitigar dichos impactos; es decir el proyecto causa un bajo impacto ambiental por lo que se encuentra en un lugar urbanizado que posee un medio ambiente bajo en vegetación y considerando que la zona donde se cultiva es debidamente tratada y manejada evitando impactos ambientales. Para poder detectar se utilizó la Matriz de Leopold la cual permite identificar los impactos iniciales de un proyecto.

Identificación de las etapas y acciones que pueden causar impacto ambiental:

Etapas de construcción

Realización de excavaciones.- se va a realizar excavaciones para la restauración del espacio de restaurante, será mínimo el impacto debido a la existencia de la construcción.

Transporte y almacenamiento de material para la construcción.- se refiere a los materiales de construcción que serán distribuidos e utilizados durante el tiempo de trabajo.

Obra civil.- se instalará la infraestructura faltante dentro de la finca.

Etapas de operación y mantenimiento:

Uso de las instalaciones.- se refiere a la actividad turística que realizamos, al momento que acuden los visitantes causando un impacto negativo y al mismo tiempo positivo.

Mantenimiento de las instalaciones.- causa impacto mediante la utilización de materiales tóxicos que dañan el medio ambiente.

Producción de desechos sólidos y líquidos.- se genera mediante las actividades turísticas; los desechos orgánicos se van a utilizar para el cultivo de las plantas existentes y los desechos inorgánicos y líquidos se eliminarán de una forma correcta y en muchos casos se reutilizará.

Etapas de cierre

Demolición de edificaciones y estructura.- se eliminará áreas para ser remodeladas.

Traslado de equipos y desalojo de escombros.- una vez finalizada la obra civil se procede a eliminar escombros dejando lista para la operación turística.

Factores ambientales y sociales que son causados por impactos.

Medio físico

Agua.- contaminación y desperdicio.

Suelo.- excavaciones y contaminación por desechos.

Aire.- emanación de gases tóxicos.

Paisaje.- alteración del entorno.

Medio biológico

Flora y Fauna.- existe mínima cantidad de flora y fauna, por lo tanto el impacto es bajo.

Socio- económico

Estos factores son impactos positivos, aprovechando la explotación del sitio: Seguridad y salud ocupacional - Calidad de vida de la población - Actividades productivas - Incrementar fuentes de empleo

Cuadro N° 138 Matriz Cualitativa de Interacción Causa y Efecto

FACTORES AMBIENTALES		ETAPA DE CONSTRUCCIÓN			ETAPA DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO			ETAPA DE CIERRE		
		Realización de excavaciones	Transporte y almacenamiento de material para construcción	Obra civil	Uso de las instalaciones	Mantenimiento de las instalaciones	Producción de desechos sólidos y líquidos	Demolición de edificaciones y estructuras	Traslado de equipos y desalojo de escombros	
MEDIO FÍSICO		Agua				IA-	IA-	IA-		
		Suelo	IA-	IA-	IA-	IA-	IA-	IA-	IA-	
		Aire	Calidad del aire	IA-		IA-			IA-	IA-
			Ruido	IA-	IA-	IA-	IA-	IA-	IA-	IA-
	Paisaje				IA-	IA-	IA+	IA-	IA+	
MEDIO BIOLÓGICO		Flora				IA-	IA-			
		Fauna				IA-	IA-			
MEDIO SOCIO - ECONÓMICO	SOCIAL	Seguridad y salud ocupacional	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	
		Calidad de vida de la población	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA-	IA+	IA+
	ECONÓMICO	Actividades Productivas				IA+	IA+			
		Incrementar fuentes de empleo	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Simbología:
 IA-: Impacto Negativo
 IA+: Impacto Positivo

Cuadro N° 139 Matriz de Leopold de Evaluación Proyecto “Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “Fernández” de la parroquia de Malacatos, Cantón y Provincia de Loja.

ACCIONES DEL PROYECTO		ETAPA DE CONSTRUCCIÓN			ETAPA DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO			ETAPA DE CIERRE		PROMEDIOS POSITIVOS	PROMEDIOS NEGATIVOS	IMPACTO POR SUBCOMPONENTES	IMPACTO POR COMPONENTE	IMPACTO TOTAL DEL PROYECTO	
		Realización de excavaciones	Transporte y almacenamiento de material para construcción	Obra civil	Uso de las instalaciones	Mantenimiento de las instalaciones	Producción de desechos sólidos y líquidos	Demolición de edificaciones y estructuras	Traslado de equipos y desalojo de escombros						
MEDIO FÍSICO	Agua				-1	-1	-2			0	3	-4	-45	35	
	Suelo	-1	-2	-2	-2	-1	-2	-2	-1	0	8	-23			
	Aire	Calidad del aire	-2		-1			-1	-1		0	4			-7
		Ruido	-2	-1	-1	-2	-1	-1	-2	-1	0	8			-13
	Paisaje				-2	-1	2	-1	2	2	3	2			
MEDIO BIOLÓGICO	Flora				-2	-1				0	2	-5	-7	35	
	Fauna				-1	-1				0	2	-2			
SOCIO ECONÓMICO	SOCIAL	Seguridad y salud ocupacional	2	1	2	2	2	2	2	2	8	0	29	87	
		Calidad de vida de la población	2	2	2	2	2	-1	2	1	7	1	24		
	ECONÓMICO	Actividades Productivas				2	2				2	0	8		
		Incrementar fuentes de empleo	2	2	2	2	2	1	1	2	8	0	26		
PROMEDIOS POSITIVOS		3	3	3	4	4	3	3	4	27					
PROMEDIOS NEGATIVOS		3	2	3	6	6	5	4	2		31				
PROMEDIOS ARITMÉTICOS		5	4	6	0	10	0	-1	11			35			

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

(-) Magnitud
(+) Importancia

Interpretación de la Matriz de Leopold

Mediante esta matriz nos ha permitido identificar cuáles son los impactos tanto negativos como positivos y por ende conocer cuáles de ellos pueden ser perjudiciales para el medio ambiente.

Al ser calificadas todas las celdas con una magnitud de intensidad baja, afectación baja y media, calificando de -1 y -2; y con una importancia de duración temporal y media, su influencia puntual con calificación +1 y +2; los impactos que se generan durante la ejecución del proyecto en las etapas de: construcción, de operación y mantenimiento y de cierre se determina que existen 27 impactos positivos y 31 negativos, con un valor final de +35 de puntuación que se dice que este proyecto causará un impacto positivo o beneficio ambiental con magnitud, la razón se debe que dicha finca posee bajo valor paisajístico y se encuentra ubicado en un lugar urbanizado; es importante mencionar que dicha finca además busca la conservación del medio ambiente existente.

Se puede demostrar que el componente socio- ambiental resulta ser el más ventajoso ya que mediante la puesta en marcha de dicha finca cafetalera mejorara y cambiará el estilo de vida de la comunidad mediante la generación de fuentes de empleo.

Debido a la existencia de impactos negativos mediante la operación turística se plantea medidas de mitigación que nos ayudarán a minimizar y por ende disminuir la afectación al medio ambiente.

Cuadro N° 140 Medidas de mitigación de Impactos ambientales

FACTORES AMBIENTALES	IMPACTOS	MEDIDAS DE MITIGACIÓN
Contaminación del agua	Agua servidas del restaurante	Disminuir el uso productos que contaminen el agua residual. Consumo de agua de forma responsable.
	Desvalorizar el medio ambiente	Capacitar al personal y comunidad acerca del uso correcto del agua.
	Desperdicios que no son recogidos que pueden destruir drenajes y alcantarillas	Recoger desperdicios inmersos en el agua utilizada.
Contaminación del suelo	Destrucción y compactación	No exceder el número de turistas.
	Excavaciones	Evitar excavaciones innecesarias.
	Contaminación de residuos orgánicos e inorgánicos	Clasificar correctamente los desechos y reutilizar al máximo
Contaminación aire	Producción de olores a causa de desechos orgánicos	Tratamiento y utilización como abonos inorgánicos
	Generación de gases tóxicos	Uso de productos amigables al medio ambiente.
Contaminación paisaje	Eliminación de basura	Charlas de la importancia de clasificar la basura al personal
Flora y Fauna	Desaparición de especies existentes	Introducir variedad de especies
Seguridad y salud ocupacional	Personal saludable	Normas de seguridad - Charlas de salubridad
Calidad de vida de la población	Satisfacción poblacional	Charlas sobre cultura turística
Actividades Productivas	Oferta creciente	Realizar actividades productivas sostenibles e innovadoras
Incrementar fuentes de empleo	Crecimiento económico	Incrementar actividades que generen recursos económicos

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.3 SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA “FERNÁNDEZ” EN LA PARROQUIA MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA A LAS AUTORIDADES COMO A LA SOCIEDAD CIVIL.

Con la participación de las Autoridades de la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja, de la Universidad Nacional de Loja, Propietarios de la Finca Cafetalera “Fernández” y la sociedad civil se logra cumplir con la socialización del Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “Fernández”; socialización que se llevó a cabo en las oficinas de la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja el día viernes 2 de diciembre a las 10H00am hasta las 11H30am; dichos puntos expuestos constan de:

- Tema
- Problema
- Justificación
- Objetivos
- Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera Fernández.

Para la socialización se utilizó la técnica de MARPP (Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa), la cual nos permitió una consultación directa y el intercambio de opiniones con las Autoridades, sociedad civil y sobre todo de los beneficiarios.

Se la dividió en tres etapas según la técnica MARPP:

6.3.1 Preparación Previa (Etapa uno)

Para el cumplimiento de esta etapa se procedió a realizar actividades que nos permitieron reunir a las autoridades competentes y sociedad civil, están son:

- Oficio a la Coordinadora de Turismo de la Prefectura de Loja para petición de fecha, día y hora para llevar a cabo la socialización.
- Realización y entrega de invitaciones.

Cuadro N° 141 Invitados para la Socialización

Nombre y Apellido	Cargo
Ing. Genny Campoverde	Coordinadora de Turismo Prefectura de Loja
Ing. Patricio Villavicencio	Docente y Director de tesis de la UNL
Ing. Rubén Román	Docente UNL
Lic. Didio Fernández	Propietario Finca “Fernández”
Ing. Nelson Palacios	Técnico de Turismo de la Prefectura de Loja
Ing. Paúl Bustamante	Técnico de Turismo de la Prefectura de Loja

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.3.2 Socialización (Etapa dos)

Con la finalidad de dar el cumplimiento adecuado a la socialización Plan de Negocios de la Finca Cafetalera “Fernández” se realizó actividades como:

- Elaboración de la presentación mediante diapositivas.
- Preparación de la logística en el lugar de exposición.
- Socialización.

Durante la socialización todos los asistentes pudieron intervenir mediante dudas y comentarios, dicha exposición tuvo una duración de 1 ½ hora, finalizando al final un debate con todos los participantes acerca del tema; de la forma siguiente se llevó a cabo la exposición:

Cuadro N° 142 Actividades durante la Socialización

Tema: Plan de negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “Fernández” de la parroquia de Malacatos cantón y provincia de Loja.		
Lugar: Oficinas de la Coordinación de Turismo de Prefectura de Loja.		
Fecha: Viernes 2 de diciembre del 2016.		
Hora: 10H00am – 11H30am.		
Horario	Actividad	Responsable
10H00am	Registro de asistentes	Roberto Carlos Pardo Ludeña
10H15am	Bienvenida a los asistentes	Mercy Etelvina Yunga Cueva
10H20am	Socialización del tema	Mercy Etelvina Yunga Cueva
10H50am	Discusión entre los invitados	Mercy Etelvina Yunga Cueva
11H10am	Finalización y Agradecimiento	Mercy Etelvina Yunga Cueva - Ing. Genny Campoverde
11H15am	Sesión fotográfica y Coffee Break	Roberto Carlos Pardo Ludeña - Mercy Etelvina Yunga Cueva
11H30am	Entrevista	Ing. Genny Campoverde

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

6.3.3 Resultados (Etapa tres)

La socialización del Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “Fernández” tuvo una gran acogida con todos los asistentes, cada uno de ellos dieron su punto de vista mencionando que son proyectos que serán ejecutados en un periodo de tiempo corto y así mismo les dan una gran oportunidad a los pequeños productores de café para que trabajen con fines turísticos; aluden que al ejecutarse este proyecto no solo serán los beneficiarios los propietarios de dicha Finca, sino la comunidad en general, destacando que al momento de ponerse en marcha la finca a su vez se insertará en el ámbito turístico, una actividad que es generadora de grandes recursos económicos mejorando así el estilo de vida de la comunidad.

Según los estudios realizados externamente e internamente se concluye que es un proyecto viable y sobre todo con un alto nivel de rentabilidad; el propietario de la Finca Sr. Didio Fernández es la persona que más se siente satisfecho y se compromete a realizar la puesta en marcha de su empresa ya que indica que son proyectos que le ayudarán económicamente a ellos y a su vez les permite aportar al desarrollo local.

7. DISCUSIÓN

En la actualidad el Turismo se considera una actividad económica y cultural dentro de una región, donde los seres humanos tenemos la oportunidad de conocer la riqueza de un lugar fuera del habitual y sobre todo aprender a través de experiencias vivenciales con la gente local, contribuyendo de una u otra manera a los lugares en crecimiento.

Ecuador y por ende la Provincia de Loja son lugares aptos para desarrollar el Turismo donde los visitantes o turistas pueden disfrutar distintas actividades turísticas de ocio y recreación promoviendo el buen vivir de los seres humanos.

La parroquia de Malacatos un valle privilegiado ubicado al sur de la ciudad de Loja, donde se encuentra la Finca cafetalera “Fernández”, lugar apto para la actividad turística ya que posee una infraestructura adecuada y diferentes actividades turísticas para quienes la visiten.

Para la realización del trabajo de investigación en la Finca cafetalera “Fernández” denominado **Plan de negocios para productos turísticos en la Finca cafetalera “Fernández” de la Parroquia de Malacatos, Cantón y Provincia de Loja**. Se procedió hacer un análisis general de la realidad local.

En el cumplimiento de los objetivos propuestos se realizó mediante la metodología asignada. Durante el primer objetivo para el diagnóstico turístico se aplicó encuestas que se indagó los hábitos y preferencias de la población; entrevistas a las autoridades de la parroquia de Malacatos, a los propietarios de la finca “Fernández” y a la competencia finca “León Toledo” logrando obtener información verídica de la situación actual; así mismo se utilizó las fichas de inventario turístico logrando identificar los principales atractivos turísticos tanto de Malacatos como de la finca; la utilización de la matriz FODA que demuestra las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del entorno externo e interno de la finca “Fernández” y

finalmente con la información que se obtuvo de los distintos actores donde se pudo constatar el potencial turístico de la parroquia. En el segundo objetivo se realizó diferentes análisis de la finca como estudios administrativos, técnicos, político – legal, financiero y ambiental logrando realizar el plan de negocios una herramienta que servirá como guía para los propietarios para el funcionamiento correcto de la misma. Para el cumplimiento del tercer objetivo se utilizó la técnica de MARRP que sirvió para la socialización a las autoridades y a la sociedad civil involucrada con el tema, logrando sugerencias y opiniones de los asistentes que sirvieron para determinar resultados. Estos objetivos se establecieron tomando en cuenta el beneficio que generará a la localidad y por ende a los propietarios de la Finca “Fernández”.

Con los objetivos de la investigación se pudo dar solución a la problemática, constatando que la Finca cafetalera “Fernández” carecía de un Plan de negocios para productos turísticos que les ayude a direccionar su empresa y de esta forma poder organizar, planificar y conocer la rentabilidad de la empresa y por consiguiente la puesta en marcha.

El motivo de querer insertarla a dicha finca en el mercado turístico es por esa la razón de aprovechar el potencial turístico que posee, con la creación del Plan de negocios permitirá conocer que es lo que queremos, hacia donde queremos llegar, cómo estará organizada, que acciones deben tomar y que estrategias plantean logrando finalmente posicionarse en el ámbito turístico obteniendo beneficios y utilidades para los propietarios y comunidad en general.

8. CONCLUSIONES

Al finalizar el desarrollo del trabajo de investigación en la Finca Cafetalera “Fernández” se concluye que:

- La parroquia de Malacatos es un lugar adecuado y apto para la actividad turística debido a sus potencialidades y lugares turísticos, así como su ventaja de poseer un clima cálido agradable y cercanía a la ciudad Loja.
- Se pudo observar que el valle de Malacatos es un lugar que tiene gran demanda para el comercio de café por tal razón existe una gran ventaja para la Finca “Fernández”.
- Se concluye mediante el diagnostico turístico que la Finca Cafetalera “Fernández” tiene gran potencial turístico capaz de atraer a los visitantes, pero sin embargo no ha sido aprovechada para insertarle en el ámbito turístico.
- La elaboración del Plan de Negocios ayudará a la puesta en marcha de la Finca Cafetalera “Fernández”; la cual no solo dinamizará la economía y ayudará con el bienestar de la comunidad, sino también ofrecerá momentos de ocio y recreación a los visitantes contribuyendo al buen vivir del ser humano.
- Mediante el estudio de mercado se concluye que la Finca Cafetalera “Fernández” tiene un alto grado de aceptación, ya que mencionan que en la ciudad de Loja es una nueva forma de hacer turismo.
- Dentro del estudio técnico se concluye que la creación del paquete turístico y el servicio de restaurante serán el producto y servicio estrella de la Finca Cafetalera “Fernández” usando estrategias de promoción capaces de captar la fidelidad de nuestros clientes haciendo publicidad con el uso del internet aprovechando que el 100% de nuestra demanda hacen uso del mismo.

- En el estudio ambiental se concluye que la Finca Cafetalera “Fernández” tendrá bajos impactos ambientales los cuales se minimizarán mediante medidas de mitigación.
- En el estudio financiero para la puesta en marcha de la empresa se necesita una inversión; como valores totales de activos fijos con \$6.789,23 dólares con un porcentaje del 39%, de activos diferidos \$3174,36 dólares que representa el 18% y de activos circulantes \$7.473,49 con un porcentaje del 43%, con una inversión total de \$17.437,08 dólares valor que requiere la empresa para su funcionamiento.
- El estudio de costos e ingresos permite determinar el punto de equilibrio de la empresa donde la empresa no tendrá ni pérdidas ni ganancias, es decir tendrá que tener un ingreso de \$13.239,42 dólares anuales producto de la venta de paquetes turísticos (restaurante y demás servicios) para llegar al punto de equilibrio, con un 11% de la capacidad instalada.
- En la evaluación financiera se obtiene un Valor Actual Neto de \$83.423,47 dólares, determinando que es un proyecto rentable; la Tasa Interna de Retorno es de 152,56% demostrando que es una tasa mayor a los de los mercados financieros, considerando que el proyecto es totalmente viable (no requiere de una elevada inversión); Relación Beneficio – Costo es de \$1,50 es decir que por cada dólar invertido se obtendrá una utilidad de 0,50 centavos; Periodo de recuperación de capital es de 9 meses y 26 días; dentro del Análisis de sensibilidad del proyecto en el incremento de costos de 33,35% y en la disminución de los ingresos con 24,27% alcanza el coeficiente de sensibilidad de 1,00 determinando que es el proyecto no sufrirá ningún cambio ante cambios económicos; finalmente se concluye que el proyecto es totalmente factible.

9. RECOMENDACIONES

- A las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Malacatos se recomienda que realicen promoción turística aprovechando su alto interés turístico, así como también se efectúen estudios a nivel turístico ya que carecen de este tipo de información, que trabajen con proyectos turísticos que ayuden a los pequeños productores de café y contribuir a la oferta turística de Malacatos.
- A las autoridades del Ministerio de Turismo y la Cámara de turismo se les recomienda asociarse junto con la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja para que conjuntamente brinden apoyo a la Finca “Fernández”, y pueda tener una mejor visión en el ámbito turístico.
- Al Sr. Didio Fernández se le recomienda utilizar el Plan de negocios paso a paso el cual le ayudará a tomar decisiones correctas para el éxito de su empresa, que aproveche la oportunidad de la demanda que tiene en el mercado, así como la mano de obra local y de los integrantes de la familia, implementar productos derivados del café encaminado a proponer que no solo se utilice el café como bebida tradicional sino que surjan nuevos productos a base de café como: licores, vinos, galletas, caramelos, mermeladas, productos de belleza, entre otros; con la finalidad de generar más fuentes de ingresos o ganancias, se puede cumplir aprovechando el profesionalismo del miembro de la familia especializado en Ingeniería en Agroindustrias de los alimentos, persona apta para la fabricación de los productos, así mismo se recomienda seguir todos los trámites legales para evitar cualquier inconveniente a futuro y finalmente que realice estudios económicos a futuro para tratar de controlar los ingresos y egresos de la finca y así poder tomar buenas decisiones para seguir incrementando día a día la variedad de servicios y productos turísticos.
- A los técnicos del Ministerio del Ambiente se recomienda que se hagan partícipes mediante capacitaciones a los propietarios para que tengan la idea clara de la importancia de conservar el medio ambiente.

10. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- ABC, D. (2007). *Tu diccionario hecho fácil*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/finca.php>
- Berzunza, L. E. (2003). *Polilibro: Planeación y Control Estratégico*. Obtenido de http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/portal/polilibros/P_proceso/Planeacion_y_Control_Estrategio_Lic_Enrique_Lopez_Berzunza/UMD/Unidad%20IV/44.htm
- Bravo. (2014). *ENTREPRENEUR Tu plan de negocios paso a paso* . Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/269219>
- Campdesuñer, L. M. (Febrero de 2011). *TUR y DES Revista de investigación en turismo y desarrollo local*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/rmpc.htm>
- Campo, J. I. (05 de 2015). *Expansion*. Obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>
- Cordova, M. (29 de Junio de 2015). *Club de Ensayos*. Obtenido de <https://www.clubensayos.com/Negocios/La-Importancia-De-Un-Plan-De-Negocios/2615207.html>
- Cortina, J. D. (2009). *eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009c/594/Formulacion%20de%20la%20matriz%20de%20la%20gran%20estrategia%20en%20logistica.htm>
- Culturalia, E. (23 de Enero de 2013). Obtenido de <https://educavital.blogspot.com/2013/01/definicion-de-marketing-mix.html>
- Dillon, F. C. (2008). *Academia* . Obtenido de http://www.academia.edu/4969230/CAPACIDAD_INSTALADA
- Emiliani, J. P. (10 de Enero de 2013). *Administración turística y hotelera* . Obtenido de <https://sites.google.com/site/serviciostur/conceptos-st>
- Emilio Díaz, Rafael Crecente Maseda, Carlos López. (2004). *Turismo y ordenación de territorio en el municipio de Ribadeo* . Ribadeo : Servizo de Publicacions e Intercambio Científico.
- Espinoza, A. V. (15 de abril de 2008). *Maestría en la Tecnología de la Construcción*. Obtenido de <http://colbertgarcia.blogspot.com/2008/04/metodo-deductivo-y-metodo-inductivo.html>

- Fidel Perez. (2009). *a entrevista como técnica de investigación social Fundamentos teóricos, técnicos y metodológicos*. Obtenido de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401560/La_entrevista_como_tecnica_de_investigacion_social_Fundamentos_teoricos.pdf
- FIT, P. P. (2003). *Conceptos fundamentales de Turismo*. Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf
- Flores, T. G. (2013). *EL FODA*. Obtenido de <http://www.prolades.com/historiografia/docs/FODA.pdf>
- G.C., D. C. (s.f.). *POLICIA TURÍSTICA*. Obtenido de <http://seguridadoaxaca.jimdo.com/t%C3%A9cnicas-de-investigaci%C3%B3n/observaci%C3%B3n-directa/>
- GPL. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Loja*. Obtenido de [http://www.prefectura Loja.gob.ec/documentos/lotaip/2014/s\)_actas_y_planes_de_desarrollo/plan_de_desarrollo_y_ordenamiento_territorial01.pdf](http://www.prefectura Loja.gob.ec/documentos/lotaip/2014/s)_actas_y_planes_de_desarrollo/plan_de_desarrollo_y_ordenamiento_territorial01.pdf)
- Jazbeth, L. (06 de Junio de 2011). *Oferta Turística*. Obtenido de <http://ofertaturisticacancuncuba.blogspot.com/2011/06/oferta-turistica-definicion.html>
- K. J. Halten, M. G. (1987). *El concepto de estrategia*. Obtenido de http://vmleon.tripod.com/Planestrategica/ESTRATEGIA_concp.pdf
- Limón, R. R. (s.f.). *eumet. net* . Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>
- Loja, M. d. (2014). *MALACATOS*. Obtenido de <http://www.loja.gob.ec/contenido/malacatos>
- Loja, M. d. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Obtenido de <https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf>
- Loja, M. d. (2014). *PLAN PARTICIPATIVO DE FORTALECIMIENTO DE LA DEMOCRACIA*. Obtenido de *PLAN PARTICIPATIVO DE FORTALECIMIENTO DE LA DEMOCRACIA*: <https://www.loja.gob.ec/files/docman/diagnostico.pdf>
- Manene, L. M. (04 de Abril de 2012). *EL MERCADO* . Obtenido de <https://luismiguelmanene.wordpress.com/2012/04/04/el-mercado-concepto-tipos-estrategias-atractivo-y-segmentacion/>
- Martínez, Y. P. (2011). *eumet. net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011b/956/Marketing%20Turistico.htm>

- Negocios, C. (12 de Octubre de 2015). *Que es una encuesta*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/que-es-una-encuesta/>
- OMT. (2007). *UNWTO*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Platero, A. V. (30 de 07 de 2014). *Gestiona Mundo*. Obtenido de <http://gestionamundo.blogspot.com/2014/07/analisis-beneficio-costo.html>
- Raúl Pérez Guerra, Maria Cevallos. (2006). *Derecho de las actividades turísticas*. Barcelona: UOC.
- Reid, A. (s.f.). e *HOW*. Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/significado-del-metodo-descriptivo-investigacion-sobre_135646/
- Reyes, C. (07 de noviembre de 2007). *Construyendo lo nuestro*. Obtenido de <http://construyendolonuestro.blogspot.com/2007/11/qu-es-foda.html>
- Sifuentes, C. R. (08 de Mayo de 2012). *PHILOSOPHIA, SCIENTIA et PRAXIS*. Obtenido de <http://filocien.blogspot.com/2012/05/que-es-la-revision-bibliografica.html>
- Thompson. (24 de Noviembre de 2012). *Marketing Turístico*. Obtenido de <http://plandemarketin.blogspot.com/2012/11/plan-de-marketing.html>
- Thompson, I. (Septiembre de 2010). *promonegocioS.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- Turisticos, G. N. (2004). Metodología para Inventario de Atractivos Turísticos. Loja , Loja, Ecuador : Documento .
- URD, G. (Julio de 2002). Obtenido de <http://www.globalstudyparticipation.org/espanol/methodo/marp.htm>
- URD, G. (Julio de 2002). *MARPP*. Obtenido de <http://www.globalstudyparticipation.org/espanol/methodo/marp.htm>
- Vasquez, E. A. (15 de abril de 2008). *Maestría en Tecnología de la construcción*. Obtenido de <http://colbertgarcia.blogspot.com/2008/04/metodo-deductivo-y-metodo-inductivo.html>
- Vásquez, L. (08 de 2015). *Scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>

Vázquez, S. (22 de noviembre de 2011). *ENTREVISTAS, DIÁLOGOS Y CONCURSOS*. Obtenido de <http://entrediydis.blogspot.com/2011/11/la-entrevista-concepto-y-tipos.html>

Villarán, K. W. (2009). *PLAN DE NEGOCIOS*. Perú: Printed .

11. Anexos

11.1 Anteproyecto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS
TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA
“FERNÁNDEZ” DE LA PARROQUIA DE
MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”**

PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTORA:

Mercy Etelvina Yunga Cueva

DIRECTOR:

Mg. Sc. Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos

Loja – Ecuador

2016

1. TEMA

“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA “FERNÁNDEZ” EN LA PARROQUIA MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”

2. PROBLEMÁTICA

El Turismo a nivel mundial es una de las industrias con mayor crecimiento e importancia en el ámbito económico, ambiental y sociocultural. Según menciona la Organización Mundial de Turismo, el turismo se ha convertido en una ficha clave para el desarrollo, la prosperidad y bienestar. Actualmente, existe un número creciente de destinos que se han abierto al turismo y que han invertido en este sector, haciendo de éste un factor clave del progreso socioeconómico mediante la obtención de recursos económicos por el ingreso de turistas al nuestro país, la creación de empleo por las empresas y la construcción de infraestructuras turísticas.

El Ecuador es uno de los países que tiene mayor biodiversidad del planeta, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales y culturales. Localizado en un lugar privilegiado del planeta, en el nor-occidente de Sudamérica y la línea equinoccial, limitando al Norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el Océano Pacífico, por su excelente ubicación, el Agroturismo dentro de nuestro país también es uno de los productos prioritarios y potenciales, las variedades que incluye son: haciendas, fincas y plantaciones, sobresaliendo como productos destacados el “Cacao y Café”. La producción de café arábigo sobresale específicamente en Manabí y la provincia de Loja y el café robusta en Sucumbíos y Orellana reconocidos a nivel mundial por su alta calidad, y sus magníficos sabores lo cual denota la gran importancia socioeconómica y turística del sector.

La ciudad de Loja conocida como “La Centinela del Sur”, situada al sur del país llena de valles, montañas, ríos, lagunas y de gente hospitalaria; sin lugar a dudas, en Loja, por donde vayamos, sus paisajes se combinan con el aroma del café y la exquisita variedad de su gastronomía, constituyéndose en uno de los destinos más interesantes del territorio nacional. Loja es una de las regiones cafetaleras más importantes en Ecuador; produce el 20% de café tipo arábigo (Pierre Volter y Martha

Jaramillo, 2016) y tiene gran potencial de calidad, se cultiva en distintos lugares de la provincia. Cabe recalcar que el café lojano se sigue exportando a varios países en distintos continentes, en varios cantones de la provincia de Loja ha sido reconocida en varias ocasiones, con el triunfo de la “Taza Dorada” organizado por la Asociación Nacional de Exportadores de Café a nivel mundial.

La Prefectura de Loja junto con la participación de la Coordinación de Turismo trabaja con el objetivo de impulsar el proyecto “Loja con Sabor a Café” implementando un producto turístico llamado la “Ruta del Café” y por ende aprovechar el potencial turístico de la distintas fincas cafetaleras para el desarrollo del turismo rural en la provincia de Loja; varias de estas fincas cafetaleras son aptas para formar parte de dicha ruta pertenecientes a los cantones: Loja, Olmedo, Chaguarpamba, Puyango, Pindal, Paltas, Quilanga, Sozoranga y Espíndola.

Dentro de éstos lugares, se encuentra la parroquia Malacatos a 33 kilómetros de la ciudad de Loja, valle de clima subtropical con paisajes privilegiados con múltiples cultivos de carácter tropical, turismo cultural, gastronómico, de naturaleza y de diversión, constituyendo un lugar de gran atracción turística; en este prestigioso valle se elabora la exquisitez de un negro café, que cubre de aroma a esta región del cantón Loja, su clima lo han convertido en uno de los mejores; agro-industriales, sembríos de caña de azúcar, naranjales y cafetos; convirtiendo a Malacatos en un lugar de cultivo de café excelente por su calidad, sabor, fragancia, aroma intenso, fresco y limpio, con una acidez media, cuerpo concentrado y amargo marcado.

En esta Parroquia se encuentra ubicada una de las Fincas Cafetaleras que pertenecen al mencionado proyecto conocida como **Finca Cafetalera “Fernández”**, la citada finca cuenta con una excelente infraestructura y ofrece varios productos y servicios como: alimentación, guianza, senderismo por las plantaciones de café y árboles frutales, mirador,

actividades recreativas y demostración del procesamiento del producto estrella Café orgánico “Mandango”.

Con estos atributos se identifica que el desconocimiento de productos turísticos en dicha finca da como resultado el no aprovechamiento de los recursos turísticos que posee la propiedad, el mencionado lugar tiene una proyección familiar y por ende tiene carencia de promoción turística y falta de estrategias de mercado, de la misma manera su función principal es la comercialización del café orgánico “Mandango” teniendo únicamente una orientación de negocio y no con fines turísticos, así mismo la no existencia de productos turísticos en este lugar provoca una baja rentabilidad; finalmente como problema principal tenemos que no existe un plan de negocios para productos turísticos es por esta razón que se vio la necesidad de realizar un Plan de Negocios para el diseño de productos turísticos para la: **Finca Cafetalera “Fernández”**, así de esta manera se pondrá el negocio en marcha y darle el valor correspondiente, insertándola en el mercado turístico y posicionándole como una de las fincas cafetaleras más atractivas de la “Ruta del Café” de la Ciudad de Loja, atrayendo la fidelidad de sus clientes, obteniendo la mayor productividad y sobre todo destacándose como una empresa turística que ofrece el mejor café de calidad a nivel local y nacional.

3. JUSTIFICACIÓN

Como estudiante de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística del décimo módulo de la Universidad Nacional de Loja, considerando la gestión social de nuestra universidad como requisito para lograr el título de grado y consciente de la realidad del país, se trabaja con el fortalecimiento de lugares con potencial turístico y por ende mejoramiento de la oferta turística local; planteo el trabajo de indagación académica titulado “Plan de negocios para productos turístico en la finca cafetalera “Fernández” en la parroquia Malacatos, cantón y provincia de Loja”.

La justificación económica del proyecto se sustenta en que el turismo es una de la fuente de ingresos más importantes en inyectar a la economía del país, la finalidad de realizar un Plan de Negocios para productos turísticos para la Finca Cafetalera “Fernández” en la parroquia Malacatos, es con el propósito de ubicarlo como un importante destino turístico dinamizando la actividad turística local a través de la generación del empleo y el incremento de ingresos, no solo por beneficio de la empresa privada sino por beneficio de la localidad y consecuentemente de nuestro país.

Este proyecto igualmente se justifica con un fin social, empresa que se involucrará en el mercado turístico, que generará fuentes de empleo para la población mejorando de esta forma la calidad de vida de la comunidad, a más de la restauración de esta empresa mejorará significativamente la relación con los clientes, promocionará sus productos o servicios, brindando entretenimiento, ocio y recreación que conjuntamente llegan a tener el Buen Vivir de la Sociedad.

De igual forma dentro de la justificación turística para la realización de un plan de negocios para esta finca cafetalera analizaremos la situación actual y fortaleceremos las grandes oportunidades, fortalezas de los productos y servicios turísticos que tiene este lugar, logrando posicionarlo como destino turístico relevante y exitoso, fomentando la competitividad turística y

poniéndolo el negocio en marcha contribuyendo a la oferta turística del país.

En la justificación ambiental del presente proyecto se fundamenta en el uso de sostenible y sustentable de los recursos naturales en donde las plantaciones de café y una amplia gama de árboles frutales a su vez forman parte de la empresa, que conjuntamente forman el destino turístico, se determinará las buenas prácticas de uso y manejo, para mitigar impactos ambientales.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General.

Establecer un Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “Fernández” perteneciente en la Parroquia Malacatos, Cantón y Provincia de Loja.

4.2 Objetivos Específicos

- 4.2.1 Realizar un diagnóstico turístico de la Finca Cafetalera “Fernández” en la Parroquia Malacatos, Cantón y Provincia de Loja.
- 4.2.2 Proponer el Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “Fernández” en la Parroquia Malacatos, Cantón y Provincia de Loja.
- 4.2.3 Socializar la propuesta del Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “Fernández” en la Parroquia Malacatos, Cantón y Provincia de Loja a las Autoridades como a la sociedad civil.

5. MARCO TEÓRICO

5.1 Marco conceptual

- 5.1.2 Concepto de Finca
- 5.1.3 Turismo
- 5.1.4 Clasificación de la actividad turística
- 5.1.5 Atractivos turísticos
- 5.1.6 Atractivo turístico natural
- 5.1.7 Atractivo turístico cultural
- 5.1.8 Turista
- 5.1.9 Empresa turística
- 5.1.10 Capacidad instalada
- 5.1.11 Servicio turístico
- 5.1.12 Tipos de servicios turísticos
- 5.1.13 Oferta turística
- 5.1.14 Demanda turística
- 5.1.15 Diagnostico turístico
- 5.1.16 Entrevista
- 5.1.17 Encuesta
- 5.1.18 ¿Qué es mercado?
- 5.1.19 Estudio de mercado
- 5.1.20 Segmentación de mercado
- 5.1.21 Tipos de mercado
- 5.1.22 Marketing turístico
- 5.1.23 Objetivo del Marketing Turístico
- 5.1.24 Marketing mix
- 5.1.25 Plan de Negocios
- 5.1.26 Estructura de un Plan de Negocios
- 5.1.27 Tipos de Plan de Negocios
- 5.1.28 Análisis FODA
- 5.1.29 ¿Qué es estrategia?
- 5.1.30 Matriz de estrategias

5.1.31 Técnica de Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARPP)

5.2 Marco referencial

5.2.2 Datos generales de la Provincia de Loja

5.2.3 Antecedentes del Cantón Loja

5.2.4 Referencia de la Parroquia de Malacatos

5.2.5 Descripción de la Finca cafetalera “Fernández”

6 METODOLOGÍA

Para llevar a cabo dicha investigación se procederá a la utilización de una metodología de investigación, técnica y participativa, con la finalidad de obtener resultados reales y factibles para realizar el Plan de negocios para productos turísticos en la Finca cafetalera “Fernández”, insertándola y destacándose en el mercado turístico. A continuación se describen la siguiente metodología para el cumplimiento de la investigación y por ende los objetivos planteados:

6.1 Metodología

Los métodos utilizados en la presente investigación son: Método Deductivo, Método Inductivo, Método Descriptivo y el Método Analítico los cuáles proporcionarán información verídica permitiendo una correcta planificación en el elaboración del Plan de negocios para productos turísticos de la Finca cafetalera “Fernández”, en la Parroquia de Malacatos.

Método Deductivo.- la deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. (Vasquez, 2008).

Método inductivo.- va de lo particular a lo general. Empleamos el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares obtenemos proposiciones generales, o sea, es aquél que establece un principio general una vez realizado el estudio y análisis de hechos y fenómenos en particular. (Espinoza, 2008).

Método Descriptivo.- se ocupa de la descripción de datos y características de una población. El objetivo principal es la adquisición de datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos similares. (Reid, s.f.)

Método Analítico.- es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías. (Limón, s.f.)

6.2 Técnicas

En esta investigación las técnicas que servirán para indagar con mayor profundidad serán: la encuesta, la entrevista, observación directa, revisión bibliográfica, Técnica de MARPP y Análisis FODA; procedimientos que tienen como propósito la recopilación de información veraz que serán de gran utilidad para el desarrollo del trabajo.

La Encuesta.- es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados porque permite obtener amplia información de fuentes primarias. (Thompson, 2010).

La Entrevista.- es un diálogo entre dos o más personas, en la que una o varias, llamadas entrevistadores, interrogan a otra u otras llamadas entrevistados, tiene como finalidad la obtención de información. (Vázquez, 2011).

La Observación directa.- Es aquella donde se tienen un contacto directo con los elementos o caracteres en los cuales se presenta el fenómeno que se pretende investigar (G.C., s.f.).

Revisión bibliográfica.- comprende todas las actividades relacionadas con la búsqueda de información escrita sobre un tema acotado. (Sifuentes, 2012).

Método Analítico Rápido y Planificación Participativa (MARPP): es un conjunto de métodos y herramientas que son usados para dar la

oportunidad a las poblaciones rurales y urbanas de presentar su conocimiento de su propia situación y condiciones de vida (URD, 2002).

FODA.- Es un instrumento que permite a una Institución, detectar su situación organizacional interna y externa ante la posibilidad de planificar estratégicamente su accionar a corto, mediano o largo plazo (Reyes, 2007).

6.3 Metodología por objetivos

En el desempeño del primer objetivo: **Realizar un diagnóstico turístico de la Finca Cafetalera “Fernández” en la Parroquia Malacatos, Cantón y Provincia de Loja**, se ejecutará a través de la utilización de las técnicas como: la observación directa acudiendo al sector, entrevistas a los involucrados claves, se elaborará con ayuda de la revisión bibliográfica y la realización de la encuesta a el universo pertinente.

Encuesta: se realizarán preguntas abiertas y cerradas por la investigadora, en este caso se elaborarán encuestas dirigidas a los habitantes de la Ciudad de Loja, en la Parroquia de Malacatos y a los turistas que ingresan a nuestra ciudad; se utilizará la fórmula siguiente.

Tipo de muestra

El universo que se tomará en cuenta con proyecciones y datos hasta el año 2015 fue a la población económicamente activa (PEA) de la Ciudad de Loja con 91.276 habitantes (Cuadro N°1), sumado el total de la población económicamente activa de la Parroquia de Malacatos 2.821 habitantes (Cuadro N°2) y el número de turistas anual que ingresaron a la Ciudad de Loja 2.899 (Cuadro N°3); sumados se obtuvo 96.996 personas que sirvieron para tipo de muestra.

CUADRO N° 1

Proyección Población Económicamente Activa de la Ciudad de Loja

Género	Habs	TC	2011	2012	2013	2014	2015
Mujeres	33397	2,65%	34282	35190	36123	37080	38063
Hombres	44922	2,65%	46112	47334	48589	49876	51198
TOTAL	78319	2,65%	82.405	84.537	86.725	88.971	91.276

Fuente: Censo INEC 2010.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

CUADRO N°2

Proyección habitantes Parroquia de Malacatos

Género	Habs	TC	2011	2012	2013	2014	2015
Mujeres	739	1,36%	749	759	770	780	791
Hombres	1.898	1,36%	1924	1950	1976	2003	2031
TOTAL	2.637	1,36%	2.673	2.709	2.746	2.783	2.821

Fuente: Censo INEC 2010.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

CUADRO N °3

Turistas que ingresaron a la ciudad de Loja en el año 2015

TURISTAS EN LA CIUDAD DE LOJA	Año 2015
TOTAL	2.899

Fuente: Ministerio de Turismo (MINTUR)

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

Para obtener el número de encuestas se utilizará la siguiente fórmula:

Representando:

z: nivel de confianza 1.96

q: probabilidad de favor 0.5

p: probabilidad en contra 0.5

N: universo

e: margen de error de estimación (0.05)

Desarrollo de la fórmula:

$$\frac{z^2 * p * q * N}{Ne^2 + (z^2 * p * q)}$$

$$n: \frac{(1.96)^2 * 0,5 * 0,5 * 96996}{96996 * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n: \frac{3,8416 * 24,249}{242,44 + 0,9604}$$

$$n: \frac{93154,9584}{243,4504}$$

$$n: 382,64 = 383 \text{ Encuestas}$$

Con el desarrollo de la fórmula se sacó como conclusión que se realizará encuestas a 383 personas.

Así mismo usaremos el método inductivo, descriptivo y analítico los cuáles nos permitirán hacer un análisis profundo del sitio; se utilizará la herramienta del análisis FODA que permitirá analizar las situaciones externas de la Parroquia y las características internas del sitio de indagación y se aplicará la Matriz Evaluadora de Factores Externos (MEFE) que permitirá evaluar toda la información externa y la Matriz Evaluadora de Factores Internos (MEFI) igualmente evaluará la información encontrada dentro de la empresa y de esta forma poder formular estrategias a seguir. Se efectuará fichas descriptivas de atractivos turísticos y fichas de inventarios de atractivos turísticos del MINTUR.

En el cumplimiento del segundo objetivo: **Proponer el Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “Fernández” en la parroquia Malacatos, Cantón y Provincia de Loja**, se efectuará mediante los datos que se obtendrá en el diagnóstico turístico, además del uso de método deductivo y analítico que nos servirá para razonar y deducir la

información obtenida y así poder mostrar punto por punto lo que contendrá en la propuesta.

Finalmente para el desarrollo del tercer objetivo: **Socializar y promocionar la propuesta del Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “Fernández” en la parroquia Malacatos, Cantón y Provincia de Loja a las Autoridades como a la sociedad civil**, se ejecutará con la técnica de: Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARPP) en el cual se desarrollará en tres fases:

1. Se realizará una convocatoria previa a todos los involucrados de las instituciones y comunidad en general.
2. Se expondrá la propuesta del trabajo de investigación a todos los asistentes.
3. Se recopilará sugerencias y propuestas por todos los asistentes.

7. CRONOGRAMA

	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Propuesta de las líneas de investigación y conformación de grupos de trabajo			X	X	X															
Elaboración del Proyecto de Tesis					X	X														
Recolección de Información								X	X	X	X									
Trabajo de campo																				
Aplicación de encuestas																				
Presentación del Primer Objetivo											X									
Revisión del primer Objetivo												X								
Cumplimiento del Segundo Objetivo													X	X	X					
Presentación del Segundo Objetivo																X				
Revisión del Tercer Objetivo																	X			
Presentación del borrador de tesis																		X	X	X

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelevina Yunga Cueva.

8. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

5.1 Presupuesto

Mediante el desarrollo de la investigación anteriormente explicada se necesitarán recursos detallados a continuación.

CUADRO N° 4
Presupuesto de los materiales que se usarán en la investigación

INGRESOS		
Autofinanciamiento		\$1199,47
TOTAL INGRESOS		\$1199,47
EGRESOS		
DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EQUIPO TÉCNICO Y TECNOLÓGICO		
Computadora	350,00	350,00
Cámara fotográfica	300.00	300.00
Flash memory	12.00	12.00
Impresora	90,00	90,00
Internet	20,05	100,25
Alquiler de infocus	2,50	10,00
	TOTAL	862,25
LOGÍSTICA		
Alimentación	2.50	25,00
Transporte	4.20	50,40
Otros	80,00	80,00
	TOTAL	155,40

SUMINISTRO DE OFICINA		
Hojas papel BOOM	5,00	20.00
Esferográficos	0.35	2.10
Empastados	25,00	100.00
Cuadernos	0.80	0,80
Carpetas	0.45	1,80
	TOTAL	124,70
	SUBTOTAL	1142,35
	Imprevistos 5%	57,12
	TOTALES	1199,47

Fuente: La autora.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

5.2 Financiamiento

El financiamiento dentro del trabajo de investigación es un elemento muy importante ya que con la falta de este recurso, no se podrá llevar a cabo; es por esto que el costo total de proyecto será asumido por la responsable de esta tesis.

6. BIBLIOGRAFÍA

Boullón, R. (2004). Planificación del espacio turístico. Mexico: Trillas editorial.

Desarrollo, S. N. (s.f.). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia de Malacatos, canton y provincia de Loja. Obtenido de http://clinicasegredo.com/sites/default/files/contenido/noticia/archivo_adjunto/Diagnostico%20Malacatos.pdf

Espinoza, A. V. (15 de abril de 2008). Maestría en la Tecnología de la Construcción. Obtenido de <http://colbertgarcia.blogspot.com/2008/04/metodo-deductivo-y-metodo-inductivo.html>

G.C., D. C. (s.f.). POLICIA TURÍSTICA. Obtenido de <http://seguridadoaxaca.jimdo.com/t%C3%A9cnicas-de-investigaci%C3%B3n/observaci%C3%B3n-directa/>

Limón, R. R. (s.f.). eumet. net . Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>

Mercados., Á. d. (2005). EDUMARKETING. GUIA PARA LA ELABORACION DE UN PLAN DE MARKETING . Obtenido de <http://educamarketing.unex.es/Docs/guias/gu%C3%ADa%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20de%20marketing.pdf>

Pablo Delgado, Alberto Larco, Carlos G, Ruben A, willan Ch, Marcelo P. (Junio de 2002). ANECAFE. Obtenido de http://www.ico.org/projects/cabi_cdrom/PDFFiles/ECUADOR.pdf

Pierre Volter y Martha Jaramillo. (2016). todoloja. Obtenido de <http://www.todoloja.com/ecuador/es/cafe>

Reid, A. (s.f.). e HOW . Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/significado-del-metodo-descriptivo-investigacion-sobre_135646/

- Reyes, C. (07 de noviembre de 2007). Construyendo lo nuestro. Obtenido de <http://construyendolonuestro.blogspot.com/2007/11/qu-es-foda.html>
- Rodriguez, C. O. (abril/ 2013). Guía para la elaboración de proyectos de tesis de grado. Loja: Offset Grafimundo.
- Sifuentes, C. R. (08 de Mayo de 2012). PHILOSOPHIA, SCIENTIA et PRAXIS. Obtenido de <http://filocien.blogspot.com/2012/05/que-es-la-revision-bibliografica.html>
- Thompson, I. (Septiembre de 2010). promonegocioS.net. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- Turismo, M. d. (2015). PROYECTO ECUADOR POTENCIA TURÍSTICA. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- URD, G. (Julio de 2002). Obtenido de <http://www.globalstudyparticipation.org/espanol/methodo/marp.htm>
- Vasquez, E. A. (15 de abril de 2008). Maestria en Tecnologia de la construcción. Obtenido de <http://colbertgarcia.blogspot.com/2008/04/metodo-deductivo-y-metodo-inductivo.html>
- Vázquez, S. (22 de noviembre de 2011). ENTREVISTAS, DIÁLOGOS Y CONCURSOS. Obtenido de <http://entrediydis.blogspot.com/2011/11/la-entrevista-concepto-y-tipos.html>
- Velasco, F. (2007). Aprender a elaborar un plan de negocios. PAIDOS.

11.2 Entrevistas aplicadas

Entrevista N° 1

Dirigida a la Lic. Sandra Rodríguez presidenta del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Malacatos.

1. ¿Cuáles son las actividades económicas de la parroquia de Malacatos?

En el aspecto económico existe algo muy importante que destacar que es la desaparición de algunas molindas es lamentable ya que siempre estos lugares fueron las principales fuentes de trabajo de los Malacatenses, ya que en una molinda se emplean cerca de unas 12 hasta 15 personas por lo tanto se da sustento a 15 familias; cabe mencionar que lamentablemente no existe el apoyo para el emprendimiento artesanal por esta razón se han perdido las molindas que de las 15 que existían habrán aproximadamente unas 5 molindas. Malacatos tiene muchos microclimas, estamos a 2500 m.s.n.m una gran ventaja para la agricultura. Las personas se dedican en su mayoría a producir productos de ciclo corto como es el pepino, pimiento, arveja, papa, cebada, trigo, yuca, frejol y maíz así como la producción de cañaverales.

2. ¿Cuáles son los problemas socio – económicos dentro de la localidad?

Con la situación económica del país ha desmejorado bastante lo que es la parte comercial. Aquí todos los domingos encuentra ferias dominical, vienen personas de la parte sur oriental como Yangana, Quinara, San Pedro de Vilcabamba, pero en su mayoría ha disminuido su comercialización.

3. ¿Qué cambios tecnológicos, sociales, legales o políticos se presentan en la actualidad?

Los cambios que estamos trabajando en la actualidad son orientados a querer capacitar a la población en distintos ámbitos de producción y comercialización, también estamos inculcando a la juventud hacerles conocer la leyes, que es la participación ciudadana, entre otros aspectos, así como también estamos en un proceso de una escuela de liderazgo; igualmente tenemos proyectos con los adultos mayores, en el aspecto social y económico con respecto a la producción porque Malacatos además de ser un sector turístico también tiene una gran producción agrícola y agropecuaria y por ende trabajamos en el desarrollo del mismo considerando que tenemos una gran aceptación de la población.

4. ¿Cómo califica el nivel de desarrollo turístico dentro de la parroquia?

El ámbito turístico se está trabajando por un lado el Municipio de Loja con un sendero que están empeñados en terminarlo por otro lado nosotros en el arreglo de vías, además de los senderos importantes que son de la parroquia y que me encantaría que la gente conociera, son pocas las personas que conocen en estos lugares pueden hacer deportes de aventura extrema; así mismo tenemos el Cerro de Yunanga para realizar escalinata, el Cerro de los pericos en sí existen una infinidad de sitios turísticos que queremos primero adecuar y adecuar para que no haya riesgos. También queremos recuperar la parte histórica de la cascarilla o la quinina, porque nos pertenece tanto a Loja como a Cuenca.

5. Según su opinión ¿cómo cree Ud. que contribuye el turismo al desarrollo de la parroquia?

La influencia de turistas en épocas de feriados dinamiza el comercio y la economía de la parroquia, tenemos bastante influencia de gente principalmente en febrero y agosto. En febrero las fiestas cívicas o de parroquialización que casi son todo el mes porque se unen con carnaval y del 1 al 31 de agosto tenemos las fiestas religiosas, con la participación de

52 barrios cada quien se presentan con diferentes programaciones y el 30 de agosto se realiza una feria que es la más grande de la parroquia.

6. ¿Considera Ud. Que se deberá trabajar con lugares de interés turístico para ayudar con el desarrollo socio – económico de Malacatos?

Si creo que se debería trabajar y mucho ya que un punto débil dentro del ámbito turístico es que no tenemos infraestructura turística tenemos cabañas del sol, las lagunas, dos o tres hoteles, valtto, la vieja molienda se cerró nos falta mucho,

La mayoría de la gente viene a visitar a su familia así como también somos privilegiados con el clima en donde se convierte Malacatos como un sector turístico, ha crecido bastante con el tema de los jubilados que acuden a este lugar.

7. ¿Considera Ud. que se le ha dado importancia a las fincas cafetaleras?

Si se les da interés a las fincas cafetaleras del sector, de hecho existe una asociación que se llama APECAEL que es un conjunto de las tres parroquia: Malacatos, San Pedro de Vilcabamba y Vilcabamba; por ejemplo tenemos en tres leguas una finca que inclusive al propietario se le he pedido capacitaciones en la elaboración de viores ya que él tiene un café totalmente orgánico, no se fumiga con cualquier cosa, se prepara los viores y como justamente tuvimos unos proyectos de huertos familiares nos ayudó con capacitaciones de cómo preparar los viores para poder producir y cultivar orgánicamente; estamos en lo mínimo disminuyendo los químicos ya que por el uso de químicos tenemos un grave problema que es el de la discapacidad.

8. ¿Le gustaría que se inserte fincas cafetaleras como atractivos turísticos en la parroquia de Malacatos?

Estoy de acuerdo en todo lo que sea en beneficio de la parroquia, con lo que es productividad el GADP Malacatos siempre abre las puertas y brinda facilidades; al GADP le interesa que existan más fuentes de trabajo que la gente se motive, y con la existencia de algunas fincas cafetaleras que hay en la zona urbana y rural de la parroquia como las fincas cafetaleras de propiedad del Sr. Víctor Guamán, del Sr, Manuel Guamán Dr. Samaniego de las que tengo conocimiento y más aún si se insertan más fincas cafetaleras que mejorarán nuestra economía.

9. El gobierno parroquial en la actualidad tiene proyectos turísticos, coméntenos sobre ellos.

Lamentablemente con esta crisis ha disminuido el presupuesto enorme se han quedado rezagados algunos proyectos, ya que un proyecto turístico se requiere de mucho dinero, se tenían en mente poner señalética que es importante dentro de Malacatos porque la gente desconoce donde se sitúan los barrios, se nos quedan estos proyectos, nos han recortado de 340.000 a 270.000 bastante significativo provocando problemas.

Entrevista N° 2

Dirigida al Sr. Huber Ontaneda León representante de la “Finca León Toledo”.

1. ¿Cómo y desde cuándo nace la idea de su finca cafetalera y como se denomina el producto estrella?

Nuestra finca nace hace unos 60 años somos comercializadores, productores y exportadores de café, el producto estrella es el café de línea de comercial o natural además de una línea gourmet.

2. ¿Posee algún tipo de servicios o actividades que estén listos para hacer uso de los mismos?

Como servicios adicionales tenemos visita a la finca, tueste en vivo, molienda y un método de barismo preparación para los turistas.

3. ¿Considera Ud. que si su finca tuviera la oportunidad de insertarse en el mundo turístico sería una buena idea de generar desarrollo?

Creo que no está demás decir que Vilcabamba es una de las potencias turísticas, nosotros podríamos hacerlo en un par de años con la infraestructura para obtener de igual manera hospedaje ya que estamos iniciando con servicios de turismo con el tema de visita a la finca.

4. ¿Actualmente su finca ha recibido algún tipo de personas? Explique si son con fines comerciales o con fines turísticos.

Nosotros recibimos personas comerciales en menor cantidad turistas empezamos a traer grupos esporádicos aproximadamente de 1 a 2 turistas mensuales.

5. ¿Tiene proyectos a futuro capaces de ayudar con el fortalecimiento de su propiedad? Explique.

Tenemos un proyecto donde reconstruiremos nuestra casa convirtiendo en cabañas para el hospedaje y poder complementar el servicio turístico en nuestra finca.

Entrevista N° 3

Dirigida al Lic. Didio Fernández, propietario de la Finca Cafetalera “Fernández”.

10. ¿Hace qué tiempo lleva la finca funcionando?

La propiedad la compré en el año 2002, era una área cubierta de faiques no existía sembríos, le compré al Sr. Rafael Soria; procedí primeramente hacer el desglose de este lugar, a los seis meses empezamos a sembrar maíz y yuca, por el año 2005 hice la construcción de la vivienda y empecé a sembrar plantas frutales y de café, desde el año 2004 empezamos a trabajar constantemente y a diversificar otros productos. Por esta finca pasa el canal de riego campanas, una ventaja para nosotros porque ocupamos

para el riego por aspersión para las plantas se realiza cada 8 días debido al clima cálido que poseemos en este lugar.

11. ¿Cómo es la organización dentro de su finca, quiénes son los que trabajan?

Cuando requerimos de actividades agrícolas trabajamos con peones con el pago de 15,00 más la alimentación. Además cuando tenemos pedidos de café trabajamos todos en conjunto mi yerno y mi hija que son los dueños de la marca del café, sus hijos, mi esposa y mi persona.

12. ¿Tiene personas dentro de su finca que tengan conocimientos en temas turísticos que ayuden con el mejoramiento de su finca?

Tengo una hija que sabe catación, es necesario que también conozcan que el café que producimos aquí no abastece es por esto que traemos café de calidad y de alturas de diferentes partes de la provincia como de Quilanga, Espíndola, Chaguarpamba.

13. ¿Cómo se ha ido implementando la infraestructura para el mejoramiento de este lugar?

Patricio Sánchez tiene pensado llevar la planta procesadora a Vilcabamba en el futuro, el problema de no realizar es por falta de recursos, para instalar la planta del procesamiento del café necesita por lo mínimo \$30.000 y no cuentan con la cantidad.

Tenemos proyectos para el futuro hacer una infraestructura para las diferentes oficinas, para el guardián, entre otros.

14. ¿Con que recursos económicos se mantiene este lugar?

Cuando no se tiene los recursos de la venta de café, utilizo mis recursos propios que al vender el café se recupera los recursos que se emprende en el mantenimiento.

15. Lleva un registro de cuáles son sus gastos e ingresos de su empresa.

Solo se lleva contabilidad del café que se lo viene realizando mes por mes.

16. ¿Con que servicios básicos cuenta la finca?

Los servicios básicos que contamos en esta finca son: agua entubada y agua de riego, teléfono y energía eléctrica.

17. ¿Qué tipo de tratamiento de residuos posee dentro de la finca?

Utilizamos los residuos orgánicos lo ponemos en un recipiente que se descomponga y se le agrega cal se seca y se le entierra a 30 o 40 cm de la planta, es por esta la razón de porque obtenemos el café orgánico.

18. ¿A qué se dedica o que hace específicamente su finca, cuales son los productos y servicios que ofrece?

Mi finca principalmente se dedica al cultivo de café totalmente natural y árboles frutales, tiene la planta de procesamiento del café para la demostración industrial y artesanal, un sendero por medio de los cultivos, un mirador en la parte alta, espacio para servicio de alimentación y cafetería, juegos de pin pon y villa, piscina, hidromasaje y canchas deportivas de boly y básquet.

19. ¿Existe algún tipo de personas que ya tenga conocimiento de la existencia de su finca?

Los que conocen mi finca son estudiantes de la Universidad Técnica, Universidad Nacional de Loja y algunos miembros de la Prefectura de Loja.

20. Según su opinión ¿considera Ud. que dentro de su finca cafetalera tiene potencial para insertarla en el ámbito turístico?

Si tiene potencial turístico primero por la ubicación Malacatos es un valle que se encuentra cerca de la ciudad de Loja, tiene un clima promedio de

18 – 24°C, la cercanía a la cabecera provincial a 31 km, cercanía a la cabecera parroquial a 2km, a más de la calidez de su gente y honradez. Por ejemplo los extranjeros comentan que les gusta Malacatos sobre todo porque solo existe dos estaciones el invierno y verano.

21. ¿En qué podemos mejorar para ser líderes en el mercado o qué productos o servicios turísticos cree Ud. que se necesitan para hacer un atractivo turístico con mayor realce?

El sendero pienso mejorarlo, cabañas no estoy dispuesto hacer por lo que será solamente una finca de paso; se podría implementar servicios como cafetería, restaurante y guianza.

22. ¿Qué productos adicionales o derivados de café se puede incorporar a la finca cafetalera “Fernández” para dar realce como un lugar turístico?

Al momento de poner en marcha mi finca produciremos productos derivados del café con la ventaja y con la ayuda de mi hijo que es Ingeniero en Agroindustrias de los Alimentos; produciremos alimentos como: café express, licores de café, chocolates y productos para limpieza facial.

23. ¿Cuenta con presupuesto para emprender este tipo de productos o servicios adicionales?

Mes por mes iremos implementando como soy persona jubilada, si tengo el presupuesto.

24. ¿Tiene conocimiento de algún tipo de evento importante de la localidad que pueda servir para la captación de turistas?

La universidad técnica, nacional y la prefectura de Loja.

25. Existe algún proyecto que se ha ejecutado últimamente relacionado con el campo turístico.

El GADP Malacatos hace actividades periódicas sobre todos en la exposición de productos agropecuarios, así como también una fiesta de carácter religioso que tiene una duración de 31 días, estas fechas sería una opción para promocionarla a la finca.

26. Existe apoyo de las autoridades para que esta finca se convierta como potencial turístico.

No tenemos apoyo de nadie solamente ahora que apareció la necesidad del Consejo Provincial para integrarme dentro de la ruta del café para que mi finca sea como finca de paso.

27. ¿Conoce si existen nuevas tendencias de mercado relacionadas con su empresa, tiene conocimiento de qué están haciendo la competencia?

Si conozco fincas cafetaleras como en San Pedro de Vilcabamba, en Rumishitana y Saraguro; existen muchas fincas de café que en algunas no procesan sino solamente lo venden en grano, nuestra gran ventaja es el registro sanitario del café, los otros cafés que yo conozco no lo tienen y existe gente que primero se fija en la fecha de expedición, fecha de vencimiento y registro sanitario y la persona que sabe consumir un buen producto va por eso, pero si no tienen estas características tiene bajo consumo.

28. Una vez puesto en marcha el negocio ¿Cómo le gustaría verse de aquí a 5 o 10 años?

Una vez que mi empresa funcione tratare de atender de la mejor manera para que mi empresa y parroquia quede bien y las personas que nos visiten se lleven un buen criterio, ya que nos falta mucho la calidez humana y el servicio de calidad.

29. ¿El servicio que se pretende ofrecer cree Ud. que será innovador o como se puede innovar para diferenciarnos de una empresa similar a su finca?

Nuestra diferencia será ofrecer café natural, café tostado en grano, café molido y café preparado, licores de café con el aguardiente propio de Malacatos, a más de vender café natural de carácter popular para tratar de satisfacer todo tipo de mercado.

30. ¿Cuándo cree Ud. que los turistas deben llegar a su finca, tiene un tiempo establecido o pueden llegar durante todo el año?

Supongo que establecerán un cronograma de actividades y al momento que me digan que mi finca se incluirá en la ruta del café estaré dispuesto a atender los 365 días al año.

31. ¿Qué disposición tiene para someterse a las nuevas tendencias tecnológicas, económicas, culturales, aceptación de género entre otras?

Estamos dispuestos aceptar todo tipo de tendencias todo sea por el mejoramiento de la finca ya que todo es cambiante nada es estático así que debemos estar de acuerdo a la época.

32. De qué forma opina que debería ser promocionada su finca para que sea un punto de referencia en la ruta del café.

La promoción saldría primeramente de las instituciones que tengan que ver con el desarrollo agrícola y turística o mediante ferias.

33. ¿Qué medios de comunicación piensa que es más conveniente para la promoción de su negocio?

Me gustaría que se promoció en el medio de comunicación como la radio por lo que es más económico y el uso del internet.

34. ¿Cree Ud. que el plan de negocios que se está realizando va a sacar adelante su finca y de esta forma mejorar sus ingresos económicos?

Se pretende en toda empresa con fines económicos nuestra meta es servir siempre se tenga un ingreso económico que absorba gastos que requiere la finca.

Entrevista N° 4

Dirigida al Ing. Patricio Sánchez dueño del “Café Mandango” Orgánico.

1. ¿Cuál es la historia o como nace la idea de la producción del Café Mandango Orgánico?

Café Mandango nace de la idea de generar un negocio propio que permita ser una opción de vida y aprovechar el café orgánico que se vende en la provincia de Loja a través de las organizaciones cafetaleras como PROCAFEQ o FAPECAFES, dando de esta manera un valor agregado al café en grano verde que venden estas organizaciones.

2. ¿A qué se debe el nombre Café Mandango Orgánico o como fue la elección del mismo?

El nombre se tomó en el sentido de rescatar el origen del café de Vilcabamba y en reconocer una de las zonas de producción de café especial como lo es en las faldas del cerro Mandango que significa “montaña sagrada” lugar que es un atractivo emblemático de Vilcabamba.

3. ¿Cómo se posicionó su producto dentro del mercado, qué reconocimiento relevante ha tenido su producto?

Nuestro producto ha ido de poco a poco reconociéndose como un café de alta calidad puesto que la filosofía de trabajo de nuestra empresa AGROBAMBA es mantener altos estándares de calidad, ello ha permitido

que las personas que han consumido Café Mandango permitan encontrar una diferencia en sabor, acidez y fragancia en comparación a otras marcas.

4. ¿Cuáles son las ventajas del consumo del Café Orgánico Mandango?

Una de las principales ventajas al consumir Café Mandango es deleitar un café lavado de 83 puntos de calidad de taza lo que significa que en nota de catador es un café con buena fragancia a caramelo afrutado, chocolate, mantequilla y miel de abeja, sabor dulce a maíz tostado, acidez moderada a cítricos, cuerpo cremoso acuoso. En taza resalta la uniformidad de sus características organolépticas. Además nuestra materia prima es café lavado que mantiene índices de ocratoxina inferiores al establecido lo que garantiza un producto que no afecta a la salud en comparación al café que generalmente consume la ciudadanía que es un café natural (café bola) mezclado con otros granos como maíz, trigo o cebada lo que hace que se incremente el contenido de ocratoxina lo que perjudica a la salud. Sumado a estas características se añade que es un producto que tiene certificación Orgánica lo que implica que fue producido e industrializado bajo normas orgánicas establecidas por los países de Ecuador, Unión Europea y Estados Unidos.

5. ¿Tiene establecido un tipo de mercado, cuáles son los canales de distribución?

Se establecido un nicho de mercado para cafés especiales que son las personas de las ciudades urbanas que les gusta adquirir y consumir café de alta calidad con certificación orgánica.

Los canales de distribución que se manejan serán: entre productor – consumidor. La empresa vende directamente desde sus oficinas y por vía internet en su página de Facebook o Web: productor – detallista-consumidor.

La empresa distribuye su producto por medio de pequeñas tiendas especializadas o cafeterías. Distribuye sin marca a Hoteles, Restaurantes, Spas y empresas; productor – mayorista – consumidor.

Esta es la cadena que mayores ingresos se tiene proyectado genere, para lo cual la empresa se maneja con dos clases de autoservicios los primeros a nivel local (Zerimar, Romar, Yerobi) y los segundos autoservicios a nivel nacional (Mi Comisariato y Supermaxi).

6. ¿Con que compañías compite en el mercado?

A nivel local: Café Victoria, Café Las Aradas. A nivel Nacional: Café Juan Valdez, SCOFFEE, Café Galleti, Café Valez, Cafecom, Café Alma Lojana.

7. ¿Tiene convenios con algún tipo de organizaciones cafetaleras locales o nacionales?

Se trabaja conjuntamente con PROCAFEQ y FAPECAFES para la provisión de café verde certificado.

8. ¿Está satisfecho con las utilidades que te está generando su producto en estos momentos?

Como el producto está introduciéndose en el mercado a nivel nacional a través de SUPERMAXI desde hace 9 meses y además es un producto que es dirigido a un nicho de mercado las utilidades son pequeñas en relación al volumen vendido.

9. ¿Cuenta con estrategias que permita aumentar las ventas en los próximos años?

Se está por culminar un plan de Repotencialización de la marca y la empresa que estará listo para finales del mes de julio, en el cual se plantean estrategias basadas en la cadena de valor de: Producción, Industrialización y Comercialización.

10. ¿Conoce Ud. cuáles son las exigencias del mercado?

Se conoce de las exigencias del mercado en calidad del producto, permisos y registros exigidos para la comercialización como: exigencias organolépticas del café puntaje de taza entre 82 a 84 puntos, tipo de envase, polipropileno bilaminado que permite conservar el café y mantener su inocuidad y contar con registro sanitario y Certificados Orgánicos nacional e internacional.

11. Tiene conocimiento de cuáles son sus gastos e ingresos de su producto.

Si contamos con esa información la cual no podemos entregarla por cuestiones de sigilo empresarial.

12. Utiliza información financiera para tomar decisiones en la venta de su producto.

Se cuenta con el análisis financiero actualizado para la toma de decisiones donde se evalúan el punto de equilibrio, la relación costo beneficio, el VAN y la TIR.

14. ¿Cree Ud. que la finca cafetalera “Fernández” tiene potencial turístico para ser aprovechada?

Si por su puesto cuenta con todos los requisitos para brindar hospitalidad y servicios agro-turísticos a turistas nacionales y extranjeros.

15. ¿Cree Ud. que su producto en la finca cafetalera Fernández, podría llegar hacer un producto turístico?

Nuestro producto es base fundamental del proceso de finca cafetalera Fernández por lo que nuestro Café Mandango sería un producto cafetalero.

16. ¿Cómo desearía que la finca cafetalera Fernández sea promocionada como un atractivo turístico y por ende su producto?

A través de internet a nichos de mercado referido al sector agro turístico, en una página web especializada, con agencias de turismo, promociones institucionales con el GPL.

**17. ¿Su producto se encuentra en algún tipo de redes sociales?
¿Cómo encuentran a su producto los usuarios o clientes potenciales dentro de la web?**

Nuestro café tiene su propia página web: www.agrobamba.com así como cuenta con redes sociales en Instagram, Facebook y Twitter.

18. ¿Piensa que se podría incluir a la finca cafetalera “Fernández” a dichas redes?

Sería importante incluir a esta finca dentro de nuestras redes sociales y de nuestra página web.

19. ¿Qué elementos externos considera Ud. que pueden perjudicar para posicionarla a la finca como atractivo turístico?

La crisis económica actual que vive el país

Gobiernos que implementan políticas que no incentiva la iniciativa privada.

20. ¿Cree Ud. que la finca cafetalera “Fernández” está preparada para afrontar algún tipo de cambios externos?

Si cuenta con recursos externos de los dueños que la mantienen

21. ¿Existe algún elemento de la competencia o del mercado que podamos aprovechar en nuestro beneficio?

Se debe aprovechar el actual interés internacional por el café de la provincia de Loja por ser considerado un café de alta calidad y demanda.

22. ¿Cree Ud. que un plan de negocios en una finca mejoraría su rendimiento y de esta forma mejorar sus ingresos económicos?

Si por su puesto un plan de negocios permitiría evidenciar las fortalezas y debilidades y reformular estrategias que permitan potencializar la finca cafetalera y volverla agro turística.

11.3 Encuestas aplicadas

Encuesta piloto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA

PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA
FINCA CAFETALERA "FERNÁNDEZ"
EN LA PARROQUIA MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE
LOJA.

ENCUESTA

Estimado(a) señor (a) soy estudiante de la Carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, con el objeto de realizar un estudio para efectuar un Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera "Fernández" en la Parroquia de Malacatos, Cantón y Provincia de Loja, muy respetuosamente le solicito que me otorgue unos minutos de su tiempo para responder las preguntas que encontrará a continuación. La información obtenida es para uso exclusivo de la presente investigación y será completamente confidencial.

EDAD:	GÉNERO: M	F	NACIONALIDAD:
OCUPACIÓN:			CIUDAD DE RESIDENCIA:

- ¿Conoce Ud. los atractivos turísticos, servicios y productos turísticos de la Parroquia de Malacatos?
¿Cuáles?

.....
.....

En el caso de responder NO determine el porqué:

.....
.....

En caso de responder SI:

- ¿Considera Ud. que falta oferta turística en la Parroquia de Malacatos?
¿Por qué?

.....
.....

- ¿Qué opina sobre el desarrollo turístico en las fincas cafetaleras de Malacatos?

.....
.....

- ¿Consume Ud. café?

.....
.....

- ¿Tiene conocimiento de donde proviene el café que Ud. consume?

.....
.....
.....

6. ¿Conoce cuáles son los beneficios del consumo del café?
.....
.....
.....
7. ¿Tiene conocimiento de la calidad del café que brindan las fincas cafetaleras?
.....
.....
.....
8. ¿Conoce fincas cafetaleras que se practiquen el Turismo?
¿Cuáles?
.....
.....
.....
9. Le gustaría que se inserte fincas cafetaleras como atractivos turísticos en la Parroquia de Malacatos?
¿Por qué?
.....
.....
.....
10. ¿Le interesaría conocer una finca cafetalera dedicada al turismo?
Explique sus razones
.....
.....
.....
11. ¿Cómo le gustaría que sea la finca cafetalera (rústica, ecológica o tradicional)?
¿Por qué?
.....
.....
.....
.....
.....
12. ¿Qué tipo de atractivos o actividades le gustaría que tenga esta finca cafetalera?
.....
.....
.....
.....
.....
13. ¿Qué tipo de servicios quisiera tener dentro de esta finca?
.....
.....

14. ¿Por qué motivo visitaría esta finca cafetalera?
.....
.....
.....
.....
15. ¿Con qué frecuencia visitaría esta finca cafetalera turística?
.....
.....
16. ¿Cuándo acudiría a estas fincas turísticas, en compañía de quién lo hiciera?
.....
.....
17. ¿Cuánto está dispuesto a gastar dependiendo de sus preferencias que anteriormente menciona?
.....
.....
.....
.....
18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de?:
Restaurante.....
Cafetería.....
Piscina.....
Hidromasaje.....
Canchas deportivas (básquet y vóley).....
Guianza.....
19. ¿Cómo le gustaría ser atendido (atención directamente o con el uso de la tecnología)?
.....
.....
20. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría conocer sobre el turismo que imparte en la finca cafetalera turística?
.....
.....
21. ¿Cómo le gustaría que se promocióne dicha finca?
.....
.....
.....
.....
.....

22. ¿Cree que la finca cafetalera turística pueda aportar al sector en el desarrollo turístico de la Parroquia de Malacatos?

¿Por qué?

.....
.....
.....

23. ¿Qué sugerencias puede aportar para el desarrollo de la finca turística cafetalera?

.....
.....
.....

¡Gracias por su colaboración!

Encuesta aplicada



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA

PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA
FINCA CAFETALERA "FERNÁNDEZ"
EN LA PARROQUIA MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE
LOJA.

ENCUESTA

Estimado(a) señor (a) soy estudiante de la Carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, con el objeto de realizar un estudio para efectuar un Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera "Fernández" en la Parroquia de Malacatos, Cantón y Provincia de Loja, muy respetuosamente le solicito que me otorgue unos minutos de su tiempo para responder las preguntas que encontrará a continuación. La información obtenida es para uso exclusivo de la presente investigación y será completamente confidencial.

NACIONALIDAD	Ecuatoriano <input type="checkbox"/>	EDAD: De 15 a 20 años () De 21 a 25 años () De 26 a 30 años () De 31 a 35 años () De 36 a 40 años () De 41 a 45 años () De 46 a 50 años () De 51 a 55 años () De 56 a 60 años () De 61 a 65 años () Más de 65 años ()	OCUPACIÓN: Estudiante () Servidor Público () Servidor Privado () Jubilado () Otros ()
	Extranjero <input type="checkbox"/>		
GÉNERO	Masculino <input type="checkbox"/>	\$ 350 - \$ 600 () \$ 601 - \$ 851 () \$ 802 - \$1102 () \$1103 - \$1353 ()	
	Femenino <input type="checkbox"/>		
SALARIOS QUE POSEE:			

1. ¿Conoce Ud. los atractivos turísticos, servicios y productos turísticos de la Parroquia de Malacatos?

SI

NO

En el caso de responder NO, agradecemos su colaboración.

En caso de responder SI:

2. ¿Qué opina sobre el desarrollo turístico en las fincas cafetaleras de Malacatos?

Se ha posicionado e incrementado en las últimas décadas

Impulsa el turismo en el sector

No existe la cantidad necesaria para satisfacer la demanda

No existe promoción y publicidad de dichas fincas

Desconoce del tema

3. **¿Consume Ud. café?**

SI

NO

4. **¿Tiene conocimiento de donde proviene el café que Ud. consume?**

Vilcabamba	<input type="checkbox"/>
Malacatos	<input type="checkbox"/>
Olmedo	<input type="checkbox"/>
Chaguarpamba	<input type="checkbox"/>
Puyango	<input type="checkbox"/>
Quilanga	<input type="checkbox"/>
Pindal	<input type="checkbox"/>
Cariamanga	<input type="checkbox"/>
Espíndola	<input type="checkbox"/>

5. **¿Conoce fincas cafetaleras que se practiquen el Turismo?**

SI

NO

6. **¿Le gustaría que las fincas cafetaleras ofrezcan servicios turísticos?**

SI

NO

Si su respuesta es NO. Agradezco su colaboración.

Si su respuesta es SI continúe la encuesta.

7. **¿Cómo le gustaría que sea la finca cafetalera turística?**

Ecológica

Tradicional

8. **¿Al momento de acudir a un lugar de ocio y recreación, que és lo primero que toma en cuenta?**

Las actividades y productos que ofrece

Calidad del servicio

Los precios

9. ¿Qué tipo de productos o actividades le gustaría que tenga esta finca cafetalera?

- Procesamiento y degustación del café
- Cursos dinámicos relacionados con el café
- Productos derivados del Café
- Cabalgatas y senderismo
- Complejo deportivo
- Juegos infantiles

10. ¿Qué tipo de servicios quisiera tener dentro de esta finca?

- Alimentación
- Alojamiento
- Transporte
- Guianza

11. ¿Por qué motivo visitaría esta finca cafetalera?

- Por los servicios que ofrece
- Porque me gusta el café y quiero conocer como es el proceso
- Por la calidad y sabor del café
- Por esparcimiento y recreación
- Tendencia nueva de mercado

12. ¿Con qué frecuencia visitaría esta finca cafetalera turística?

- Diariamente

- Semanalmente
- Trimestralmente (cada 3 meses)
- Semestralmente (cada 6 meses)
- Anualmente (cada año)

13. ¿Cuándo acudiría a estas fincas turísticas, en compañía de quién lo hiciera?

- Familia
- Amigos
- Pareja
- Solo

14. ¿Cuánto está dispuesto a gastar por visita a la finca cafetalera turística, dependiendo de sus preferencias que anteriormente menciona?

- \$10,00 – \$25,00
- \$26,00- \$41,00
- \$42,00 – \$57,00
- \$58,00 - \$73,00
- \$74,00 - \$89,00

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de?:

Precios	\$1,00 a \$10,00	\$11,00 a \$20,00	\$21,00 a \$30,00	\$31,00 a \$40,00	\$41,00a \$50,00	\$51,00 \$60,00
Servicios						
Alimentación						
Alojamiento						
Guianza						
Canchas deportivas (básquet y vóley)						
Piscina						
Hidromasaje						

16. ¿Cómo le gustaría ser atendido?

Atención directamente

Con el uso de la tecnología

17. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría conocer sobre el turismo que imparte en la finca cafetalera turística?

- Radio
- Televisión
- Internet
- Prensa escrita
- Directamente

¡Gracias por su colaboración!

11.4 Modelo ficha resumen.

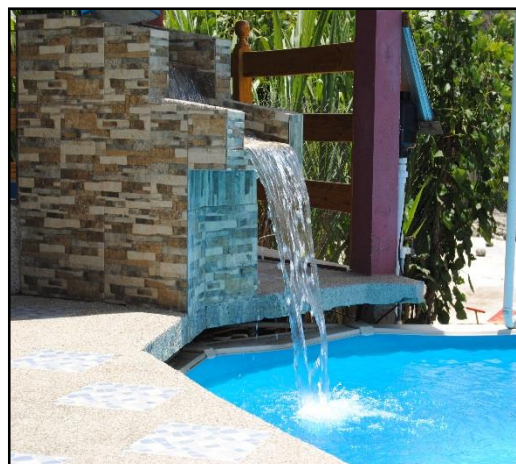
Nombre del Atractivo :		Jerarquía :
Categoría:	Tipo :	
Provincia:	Cantón:	Localidad:
Fotografía atractivo		Ubicación:
Características:		
Recomendaciones:		
Actividades Turísticas:		

Fuente:
Elaboración:

11.5 Fotos de la Finca “Fernández”



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



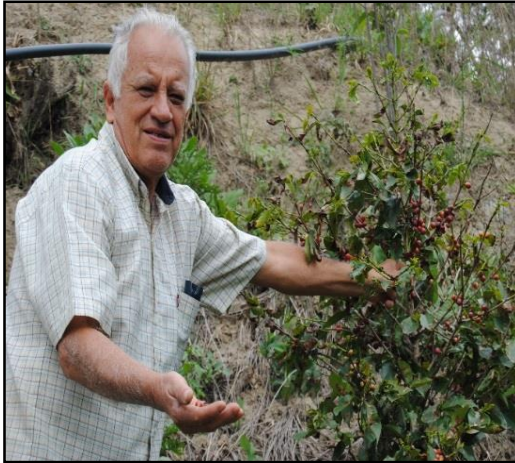
Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

11.6 Socialización

11.6.1 Oficio



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Loja, 27 de Noviembre del 2016

Ingeniera
Genny Campoverde
COORDINADORA DE TURISMO DE LA PREFECTURA DE LOJA
Ciudad.-


De mis consideraciones:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo y a la vez los mejores deseos en su función como coordinadora de Turismo de la Prefectura de Loja.

Yo, **MERCY ETELVINA YUNGA CUEVA**, con C.I. # **1103873129**, egresada de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, comunico a su autoridad, que una vez realizada la investigación y propuesta del **"PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURISTICOS DE LA FINCA "FERNÁNDEZ", PARROQUIA DE MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA"**, cúplame en comunicar y a la vez en invitar a su persona como al personal de la coordinación de turismo a la socialización de la investigación, para así cumplir con los objetivos propuestos de las misma.

Con estos antecedentes me permito en solicitar muy comedidamente se autorice a quien correspondan se me concedan las facilidades del caso para cumplir con la socialización de los resultados obtenidos y así efectivizar los productos de la investigación a favor de la finca y coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja.

Por la favorable acogida a la presente, le anticipo mis debidos agradecimientos


Mercy Etelvina Yunga Cueva
CI # 1103873129



11.6.2 Invitaciones



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

INGENIERA
GENNY CAMPOVERDE
COORDINADORA DE TURISMO DEL CONSEJO PROVINCIAL DE LOJA

Mercy Etefvina Yunga Cueva estudiante de la Universidad Nacional de Loja.

Tiene el agrado de invitar a Ud. a la socialización del proyecto de Investigación con el tema **PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA "FERNÁNDEZ" DE LA PARROQUIA MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA**, la cual se llevará en efecto el día viernes 2 de diciembre del 2016 a las 10H00AM, en las oficinas de la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja.

Por la favorable acogida, agradezco su participación.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

INGENIERO
PATRICIO ENRIQUE VILLAVICENCIO COBOS
DIRECTOR DE TESIS

Mercy Etefvina Yunga Cueva estudiante de la Universidad Nacional de Loja.

Tiene el agrado de invitar a Ud. a la socialización del proyecto de Investigación con el tema **PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA "FERNÁNDEZ" DE LA PARROQUIA MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA**, la cual se llevará en efecto el día viernes 2 de diciembre del 2016 a las 10H00AM, en las oficinas de la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja.

Por la favorable acogida, agradezco su participación.



11.6.3 Fotografías



Fuente: Observación directa
Elaboración: Roberto Pardo



Fuente: Observación directa
Elaboración: Paul Bustamante



Fuente: Observación directa
Elaboración: Roberto Pardo



Fuente: Observación directa
Elaboración: Roberto Pardo



Fuente: Observación directa
Elaboración: Roberto Pardo



Fuente: Observación directa
Elaboración: Roberto Pardo

11.6.4 Hoja de registro



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
 AREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
 CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA



SOCIALIZACIÓN DEL PROYECTO PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS
 TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA "FERNÁNDEZ" DE LA PARROQUIA
 MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA.

REGISTRO DE ASISTENTES

NOMBRES Y APELLIDOS	CÉDULA	CARGO O FUNCIÓN	FIRMA
Diego Fernán Veg. B	0700556652	jubilado	
Nelson Peláez	1203520167	Empleado Público	
Silvanteón S.	1105074349	Parante.	
Roberto Pardo	1104345218	Egresado	
Roger Raúl Bustamante	171845349.9	Técnico Turismo	
Policarpo Villavicencio	1102272513	Docente ONL	
Gonny Cepeda	1103845044	Coord. Turismo	
Francisca Luzuriaga	110459279-3	Coord. Turismo Técnico	

11.7 Memoria Fotográfica



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

11.8 Fichas de inventario turístico

 MINISTERIO DE TURISMO FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		 ecuador <small>ESTRIBADA EN SU VIDA</small>
1. DATOS GENERALES.		
ENCUESTADOR: Mercy Etefvina Yunga Cueva		FICHA N°: 1
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos		FECHA: 23/06/2016
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Santuario Diocesano el Señor de la Caridad		PROPIETARIO: Diócesis de Loja
CATEGORÍA: Manifestaciones culturales	TIPO: Históricas	SUBTIPO: Arquitectura Religiosa
2. UBICACIÓN		
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Loja	LOCALIDAD: Malacatos
CALLE: Miguel Riofrío	NÚMERO: S/N	TRANSVERSAL: Manuel Godoy
LATITUD: 4°12'56.96S	LONGITUD: 79°15'22.00W	
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba		DISTANCIA: 7 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Loja		DISTANCIA: 33 Km
5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
ALTURA: (m.s.n.m.): 1470 msnm		TEMPERATURA: 20 °C
Características.-		
<p>La Iglesia con su casa parroquial construida a base de tapia, en el año de 1704 y en el año de 1942 fue derribada por órdenes del P. Alfredo Narváez y sobre ella se construyó el Templo de estilo tradicional moderno, la gran obra es terminada por el Padre Aurelio Abarca y el 1 de septiembre de 1951, se realiza la Bendición del nuevo Templo, en 1985 el Padre Miguel Ángel Abad inicia una nueva reconstrucción del Templo que se mantiene hasta la actualidad, el 25 de agosto de 1995 el Prelado Diócesis de Loja, conjuntamente con el cabildo diocesano y el presbítero lojano, resolvieron consagrar a este templo, donde se honra la sagrada Imagen El "Señor de la Caridad", elevado a la Categoría de Santuario Diocesano, en el año de 1995.</p> <p>Así mismo se puede encontrar junto al Santuario la plaza central, rodeada de construcciones de viviendas tradicionales un lugar lleno de paz y tranquilidad para disfrutar con familia y amigos.</p>		
CALIDAD	VALOR INTRINSECO	6. USOS (SIMBOLISMO).
	VALOR EXTRINSECO	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
		8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)
		9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO
Este atractivo posee un valor cultural e histórico muy relevante e interesante. Representa un lugar donde la población de Malacatos acude a este sitio como símbolo de su fe católica.		ALTERADO: NO ALTERADO: CONSERVADO: X DETERIORADO: EN PROCESO DE DETERIORO: CAUSAS: Buen mantenimiento
ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)		
Eucaristías de festividades religiosas de la Parroquia de Malacatos		
En la Plaza Central se realizan Ferias, Exposiciones y eventos artísticos.		
		ALTERADO: NO ALTERADO: CONSERVADO: X DETERIORADO: EN PROCESO DE DETERIORO: CAUSAS: Se encuentra en buenas condiciones

10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO																
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO				
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N					
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X	X				Días al año 365				
	Lastrado					Automóvil	X	X								
	Empedrado					4 x 4	X			X						
	Sendero					Tren										
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Lunes- Domingo Naturales:				
						Bote										
	Fluvial					Canoa										
						Otros										
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: 08H00AM – 20H00PM Naturales:				
						Avioneta										
						Helicóptero										
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N :																
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS																
Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo.																
11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.																
AGUA:																
POTABLE: X TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:																
ENERGÍA ELÉCTRICA:																
SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:																
ALCANTARILLADO:																
RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:																
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS																
<table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">NOMBRE</th> <th style="text-align: center;">DISTANCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Centro Turístico Recreacional Malacatos</td> <td style="text-align: center;">200 metros</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Moliendas de Malacatos</td> <td style="text-align: center;">150 metros</td> </tr> </tbody> </table>											NOMBRE	DISTANCIA	Centro Turístico Recreacional Malacatos	200 metros	Moliendas de Malacatos	150 metros
NOMBRE	DISTANCIA															
Centro Turístico Recreacional Malacatos	200 metros															
Moliendas de Malacatos	150 metros															
13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO																
LOCAL: x PROVINCIAL: x NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:																
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos: Firma: SUPERVISOR EVALUADOR																

APOYO

SIGNIFICADO

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Mercy Etelvina Yunga Cueva

FICHA Nº: 1

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Santuario Diocesano el Señor de la Caridad

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales **TIPO:** Históricos **SUBTIPO:** Arquitectura Religiosa



Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



MINISTERIO DE TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES.	
ENCUESTADOR: Mercy Etelvina Yunga Cueva FICHA N°: 2	
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos FECHA: 23/06/2016	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Parque Central PROPIETARIO: Municipio de Loja	
CATEGORÍA: Manifestaciones culturales TIPO: Realizaciones Técnicas y Científicas SUBTIPO: Obras Técnicas	
2. UBICACIÓN	
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Loja
CALLE: Miguel Riofrío	NÚMERO: S/N
LATITUD: 4°12'56.96S	LONGITUD: 79°15'22.00W
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba	DISTANCIA: 7 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Loja	DISTANCIA: 33 Km
CALIDAD	5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA: (m.s.n.m.): 1470 msnm TEMPERATURA: 20 °C Características.- Se encuentra junto al Santuario la plaza central, rodeada de construcciones de viviendas tradicionales un lugar lleno de paz y tranquilidad para disfrutar con familia y amigos. Así mismo en este parque se realizan manifestaciones, religiosas, cívicas y políticas organizadas de la parroquia. La remodelación del parque se realizó el 30 de agosto del 2003, producto un convenio tripartito entre el Municipio de Loja, la familia Godoy Ruiz y los Residentes de Malacatenses en la Ciudad de Loja; posee una Glorieta ubicada del lugar, 24 bancas y 9 lámparas y disfrutar de su belleza paisajística, la cantidad de flores que adornan al lugar y arboles como: pinos, ciprés, nogal, arabismo, arupo, palmas y plantas ornamentales.
	6. USOS (SIMBOLISMO). Ocio y recreación - Zona de descanso lleno de paz y tranquilidad ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) Eventos sociales, culturales, religiosos, cívicos entre otras actividades. Ferias organizadas.
	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO: <input type="checkbox"/> NO ALTERADO: <input type="checkbox"/> CONSERVADO: X DETERIORADO: <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> CAUSAS:
VALOR INTRINSECO	8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales) NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio del Ecuador:
	9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO: <input type="checkbox"/> NO ALTERADO: <input type="checkbox"/> CONSERVADO: X DETERIORADO: <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> CAUSAS: Se encuentra en buenas condiciones
VALOR EXTRINSECO	

10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO																
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO				
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N					
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X	X				Días al año 365				
	Lastrado					Automóvil	X	X								
	Empedrado					4 x 4	X			X						
	Sendero					Tren										
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Lunes- Domingo Naturales:				
						Bote										
	Fluvial					Canoa										
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: las 24 horas Naturales:				
						Avioneta										
						Helicóptero										
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N :																
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS																
Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo; es de fácil accesibilidad ya que se encuentra en el centro de Malacatos.																
11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.																
AGUA:																
POTABLE: X TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:																
ENERGÍA ELÉCTRICA:																
SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:																
ALCANTARILLADO:																
RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:																
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS																
<table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">NOMBRE</th> <th style="text-align: center;">DISTANCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Centro Turístico Recreacional Malacatos</td> <td style="text-align: center;">200 metros</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Santuario Diocesano el Señor de la Caridad</td> <td style="text-align: center;">5 metros</td> </tr> </tbody> </table>											NOMBRE	DISTANCIA	Centro Turístico Recreacional Malacatos	200 metros	Santuario Diocesano el Señor de la Caridad	5 metros
NOMBRE	DISTANCIA															
Centro Turístico Recreacional Malacatos	200 metros															
Santuario Diocesano el Señor de la Caridad	5 metros															
13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO																
LOCAL: x PROVINCIAL: NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:																
<p>Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos:</p> <p style="text-align: right;">Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</p>																

APOYO

SIGNIFICADO

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Mercy Etelvina Yunga Cueva

FICHA Nº: 2

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Parque Central

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales **TIPO:** Realizaciones Técnicas y Científicas

SUBTIPO: Obras Técnicas



Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO																
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO				
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N					
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X	X				Días al año 365				
	Lastrado	X				Automóvil	X	X								
	Empedrado					4 x 4	X			X						
	Sendero					Tren										
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Lunes- Domingo Naturales:				
						Bote										
	Fluvial					Canoa										
						Otros										
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: 08H00AM – 20H00PM Naturales:				
						Avioneta										
						Helicóptero										
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N :																
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS																
Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo.																
11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.																
AGUA:																
POTABLE: X TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:																
ENERGÍA ELÉCTRICA:																
SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:																
ALCANTARILLADO:																
RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:																
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS																
<table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">NOMBRE</th> <th style="text-align: center;">DISTANCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Centro Turístico Recreacional Malacatos</td> <td style="text-align: center;">200 metros</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Moliendas de Malacatos</td> <td style="text-align: center;">150 metros</td> </tr> </tbody> </table>											NOMBRE	DISTANCIA	Centro Turístico Recreacional Malacatos	200 metros	Moliendas de Malacatos	150 metros
NOMBRE	DISTANCIA															
Centro Turístico Recreacional Malacatos	200 metros															
Moliendas de Malacatos	150 metros															
13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO																
LOCAL: x PROVINCIAL: x NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:																
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos: Firma: SUPERVISOR EVALUADOR																

APOYO

SIGNIFICADO

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Mercy Etelvina Yunga Cueva

FICHA Nº: 3

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Arquitectura Tradicional **CATEGORÍA:** Manifestaciones Culturales **TIPO:** Históricos **SUBTIPO:** Arquitectura Civil



Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



MINISTERIO DE TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES.	
ENCUESTADOR: Mercy Etelvina Yunga Cueva FICHA N°: 4	
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos FECHA: 23/06/2016	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Centro Turístico Recreacional Malacatos PROPIETARIO: Municipio de Loja	
CATEGORÍA: Manifestaciones culturales TIPO: Realizaciones Técnicas Científicas SUBTIPO: Obras Técnicas	
2. UBICACIÓN	
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Loja
CALLE: Av. Pío Montufar Godoy	NÚMERO: S/N
LOCALIDAD: Malacatos	TRANSVERSAL: Manuel Ignacio
LATITUD: 4°12'56.96S	LONGITUD: 79°15'22.00W
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba	DISTANCIA: 7 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Loja	DISTANCIA: 33 Km
CALIDAD	5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
	ALTURA: (m.s.n.m.): 1470 msnm TEMPERATURA: 20 °C
	Características.- El Centro Recreacional Turístico Malacatos se encuentra ubicado en la zona sur de Malacatos, junto al río de Malacatos; es un lugar de ocio y recreación en donde los turistas y visitantes pueden gozar de una infraestructura completa de recreación como: 2 canchas para la práctica del futbol, indor, futbol, básquet, boly, áreas verdes, 3 cabañas donde se puede realizar el picnic, 2 piscina con tobogán 2 baños y juegos recreativos para los niños y finalmente posee senderos en el interior del parque que conectan diferentes lugares del centro de Malacatos.
	6. USOS (SIMBOLISMO).
Ocio y Recreación	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	ALTERADO: X NO ALTERADO:
Eventos culturales en el mes de febrero, época de carnaval.	CONSERVADO: DETERIORADO:
	EN PROCESO DE DETERIORO:
	CAUSAS: Destrucción por parte de la población y de los visitantes.
	8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)
	NOMBRE:
	FECHA DE DECLARACIÓN:
	CATEGORÍA:
	Patrimonio de la Humanidad:
	Patrimonio del Ecuador:
	9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO
	ALTERADO:
	CONSERVADO: X NO ALTERADO:
	EN PROCESO DE DETERIORO:
	CAUSAS: Buen estado.
	DETERIORADO:

10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X	X				Días al año 365
	Lastrado	X				Automóvil	X	X				
	Empedrado	X				4 x 4	X			X		
	Sendero	X				Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Lunes- Domingo Naturales:
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: Naturales:
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N :												
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS												
Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo; es de fácil accesibilidad ya que se encuentra a tan solo 15 metros de la Plaza Central de Malacatos.												
APOYO	11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.											
	AGUA:											
	POTABLE: X		TRATADA:		ENTUBADA:		DE POZO:		NO EXISTE:		OTROS:	
	ENERGÍA ELÉCTRICA:											
SISTEMA INTERCONECTADO: X				GENERADOR:		NO EXISTE:		OTROS:				
ALCANTARILLADO:												
RED PÚBLICA: X		POZO CIEGO:		POZO SÉPTICO:		NO EXISTE:		OTROS:				
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS												
NOMBRE						DISTANCIA						
Santuario Diocesano el Señor de la Caridad						200 metros						
Moliendas de Malacatos						15 metros						
SIGNIFICADO	13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO											
	LOCAL: x		PROVINCIAL:		NACIONAL:		INTERNACIONAL:		OTROS:			
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos:												
Firma: SUPERVISOR EVALUADOR												

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Mercy Etelvina Yunga Cueva

FICHA Nº: 4

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Centro Turístico Recreacional Malacatos

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales **TIPO:** Realizaciones Técnicas y Científicas

SUBTIPO: Obras Técnicas



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



MINISTERIO DE TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES.	
ENCUESTADOR: Mercy Etelvina Yunga Cueva FICHA N°: 5	
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos FECHA: 23/06/2016	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Molienda de Malacatos PROPIETARIO: Sr. Ramiro Ordoñez	
CATEGORÍA: Manifestaciones culturales TIPO: Realizaciones Técnicas y Científicas SUBTIPO: Comidas y Bebidas típicas	
2. UBICACIÓN	
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Loja
CALLE: Manuel Ignacio Godoy	NÚMERO: S/N
LATITUD: 4°12'56.96S	LONGITUD: 79°15'22.00W
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba	DISTANCIA: 7 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Loja	DISTANCIA: 33 Km
CALIDAD	5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA: (m.s.n.m.): 1470 msnm TEMPERATURA: 20 °C Características.- Es una de las moliendas más representativas de la Parroquia de Malacatos tienen como finalidad la extracción de la caña como productos básico y de este se deriva la elaboración de la panela. El procedimiento para la elaboración de la panela consiste en recolectar la materia prima (caña de azúcar), moler la caña en trapiches y extraer el jugo, recolectar el guarapo y llevar al horno para su cocción, en el momento haya cogido su punto se coloca en los moldes para que se enfríe, una vez enfriadas las panelas finalmente se enfunda para su comercialización. En esta molienda solo se elabora la panela pero en otras moliendas también se produce el aguardiente. El proceso de moler la caña se hace en los llamados "trapiches". Cuando la caña está totalmente preparada se transporta hacia las moliendas, se coloca en el trapiche. Aquí se extrae el jugo de caña, el cual llega hasta las tinas, en donde a altas temperaturas se elabora la miel. Parte del proceso de limpieza es el "descachazar" la cual consiste en limpiar la miel hasta obtener la consistencia para ser colocada en los moldes. Para extraer el licor o "punta" se fermenta el jugo de caña, para luego ser destilado, controlando el nivel de alcohol. El anizado se obtiene de la mezcla del licor con: anís, pata de res y otros productos naturales, los que en la etapa de fermentación proporcionan sabor a aguardiente.
	6. USOS (SIMBOLISMO). Las moliendas son un eje principal dentro de Malacatos ya que es otra fuente de inyección a la economía mediante la generación de empleo. ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) Participación en las ferias de la parroquia de Malacatos.
	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO: <input type="checkbox"/> NO ALTERADO: <input type="checkbox"/> CONSERVADO: <input type="checkbox"/> DETERIORADO: <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input checked="" type="checkbox"/> CAUSAS: Falta de mantenimiento.
8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales) NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio del Ecuador:	
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO: <input type="checkbox"/> NO ALTERADO: <input type="checkbox"/> CONSERVADO: <input type="checkbox"/> DETERIORADO: <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> CAUSAS: Buenas condiciones.	
VALOR INTRINSECO	
VALOR EXTRINSECO	

10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X	X				Días al año 240
	Lastrado					Automóvil	X	X				
	Empedrado					4 x 4	X			X		
	Sendero					Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Lunes- Jueves Naturales:
						Bote						
	Fluvial					Canoa						
						Otros						
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: 06:H00 – 15H00 Naturales:
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N :												
APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS											
	Para acceder a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo; es de fácil accesibilidad ya que se encuentra a tan solo 15 metros del Santuario diocesano el señor de la Caridad.											
	11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.											
AGUA: POTABLE: X TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:												
ENERGÍA ELÉCTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:												
ALCANTARILLADO: RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:												
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS												
NOMBRE						DISTANCIA						
Centro Turístico Recreacional Malacatos						15 metros						
Santuario Diocesano el Señor de la Caridad						200 metros						
SIGNIFICADO	13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO											
	LOCAL: x PROVINCIAL: x NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:											
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos:												
Firma: SUPERVISOR EVALUADOR												

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Mercy Etelvina Yunga Cueva

FICHA N°: 5

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Molienda de Malacatos

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales **TIPO:** Realizaciones Técnicas y Científicas

SUBTIPO: Comidas y Bebidas Típicas



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



MINISTERIO DE TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES.	
ENCUESTADOR: Mercy Etelvina Yunga Cueva SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos NOMBRE DEL ATRACTIVO: Mirador CATEGORÍA: Sitios naturales TIPO: Montañas	
FICHA N°: 6 FECHA: 23/06/2016 PROPIETARIO: Lic. Didio Fernández SUBTIPO: Colinas	
2. UBICACIÓN	
PROVINCIA: Loja CANTÓN: Loja LOCALIDAD: Malacatos (La Trinidad) CALLE: Vía alterna que conduce al centro de Malacatos NÚMERO: S/N TRANSVERSAL: Vía principal a Malacatos, La Merced, El Tambo y Catamayo LATITUD: 4°12'56.96S LONGITUD: 79°15'22.00W	
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba DISTANCIA: 7 Km NOMBRE DEL POBLADO: San Pedro de Vilcabamba DISTANCIA: 5 Km	
CALIDAD	5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
	ALTURA: (m.s.n.m.): 1480 msnm TEMPERATURA: 20 - 24 °C
	Características.- Este mirador se encuentra dentro de la Finca cafetalera "Fernández" a 1480 m.s.n.m; para llegar hasta la cima del mirador se atraviesa por un sendero rodeado de plantaciones de café y árboles frutales como: naranja, limón, mandarina, lima, limón injerto, guaba, guanábana y cañaverales. Este sendero posee un tiempo de recorrido de 20 minutos. En este mirador podrá admirar el paisaje natural con la observación panorámica de los cerros que rodean a Malacatos así como la vista desde lo alto del sector La Trinidad.
VALOR INTRINSECO	6. USOS (SIMBOLISMO).
	Posee un valor paisajístico propio del sector. ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) Caminatas y Fotografía.
	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO: X NO ALTERADO: CONSERVADO: DETERIORADO: EN PROCESO DE DETERIORO: CAUSAS: Falta de mantenimiento.
VALOR EXTRINSECO	8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales) NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio del Ecuador:
	9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO: X NO ALTERADO: CONSERVADO: DETERIORADO: EN PROCESO DE DETERIORO: CAUSAS: Falta de mantenimiento.

10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado					Bus						Días al año 312
	Lastrado	X				Automóvil	X					
	Empedrado					4 x 4	X			X		
	Sendero	X				Tren						
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Martes - Domingo Naturales:
	Fluvial					Bote						
						Canoa						
Aéreo						Otros	X					Horas al día Culturales: 09H00AM – 17H00PM Naturales:
						Avión						
						Avioneta						
						Helicóptero						
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N :												
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS												
Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo, una vez en Malacatos se puede tomar camionetas el mirador se encuentra a 5 minutos del Parque Central en la Finca Fernández.												
APOYO	11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.											
	AGUA:											
	POTABLE:		TRATADA:		ENTUBADA: X		DE POZO:		NO EXISTE:		OTROS:	
	ENERGÍA ELÉCTRICA:											
SISTEMA INTERCONECTADO: X		GENERADOR:		NO EXISTE:		OTROS:						
ALCANTARILLADO:												
RED PÚBLICA:		POZO CIEGO:		POZO SÉPTICO: X		NO EXISTE:		OTROS:				
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS												
NOMBRE						DISTANCIA						
Trapiche						300 metros						
Cultivo Orgánico de café						200 metros						
SIGNIFICADO	13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO											
	LOCAL:		PROVINCIAL:		NACIONAL:		INTERNACIONAL:		OTROS:			
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos:												
Firma: SUPERVISOR EVALUADOR												

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Mercy Etelvina Yunga Cueva
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Mirador
CATEGORÍA: Sitios naturales

FICHA Nº: 6
FECHA: 23/06/2016

TIPO: Montañas

SUBTIPO: Colina



Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.



MINISTERIO DE TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES.	
ENCUESTADOR: Mercy Etelvina Yunga Cueva FICHA N°: 7	
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos FECHA: 23/06/2016	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cultivo Orgánico y Cultivo de café PROPIETARIO: Lic. Didio Fernández – Ing. Patricio Sánchez	
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales TIPO: Realizaciones Técnicas y Científicas SUBTIPO: Explotaciones Agropecuarias	
2. UBICACIÓN	
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Loja LOCALIDAD: Malacatos (La Trinidad)
CALLE: Vía alterna que conduce al centro de Malacatos NÚMERO: S/N TRANSVERSAL: Vía principal a Malacatos, La Merced, El Tambo y Catamayo	
LATITUD: 4°12'56.96S LONGITUD: 79°15'22.00W	
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba DISTANCIA: 7 Km	
NOMBRE DEL POBLADO: San Pedro de Vilcabamba DISTANCIA: 5 Km	
CALIDAD	5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA: (m.s.n.m.): 1480 msnm TEMPERATURA: 20 - 24 °C
	Características.- El producto lleva el nombre de Mandango y su marca es AGROBAMBA es una compañía de carácter familiar. El cultivo del café orgánico se realiza totalmente natural sin la utilización de químicos alimentan las plantaciones con residuos de alimentos más el uso de cal. Se siembra con riego, por lo tanto es permanente la cosecha dentro de la finca; así como también existe café que procede de diferentes lugares de la provincia dependiendo de su calidad.
	PROCESAMIENTO DEL CAFÉ: - Se recolecta las cerezas rojas o amarillas. - Una vez cosechado el café se colocar los granos de café en unos recipientes para remojar, por doce horas. - Seguidamente se introduce un palo en el centro, si el café no se une y queda el orificio dentro del café está listo para lavarlo, se realiza tres lavados y cuando esta lavado se eleva procediendo con una cernidera a extraer. - Luego se procede a despulpar el café. - Se coloca en unas arandas al ambiente para que sea secado. - Se lleva a la piladora o tostadora. - Una vez tostado se introduce al molino industrial - Dejar para que se fermente y tome las características propias del café. - Se pesa, etiqueta y sella convirtiendo en el producto final Café Mandango Orgánico.
	6. USOS (SIMBOLISMO). Demostración del procesamiento de café industrial y artesanal. ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) El producto Café Mandango se posiciona en el Supermaxi, Zerimar, se exporta al exterior como Taiwán. Se expone en las diferentes ferias de la ciudad de Loja especialmente en las ferias organizadas por la Prefectura de Loja denominada "LOJA SABOR A CAFÉ".
VALOR EXTRINSECO	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO: <input type="checkbox"/> NO ALTERADO: <input type="checkbox"/> CONSERVADO: X <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO: <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> CAUSAS: Perfectas condiciones.
	8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales) NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio del Ecuador:
VALOR EXTRINSECO	9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO: <input type="checkbox"/> NO ALTERADO: <input type="checkbox"/> CONSERVADO: X <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO: <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> CAUSAS: Buen estado

10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO																
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO				
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N					
Terrestre	Asfaltado					Bus						Días al año 312				
	Lastrado	X				Automóvil	X									
	Empedrado					4 x 4	X			X						
	Sendero					Tren										
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Martes - Domingo Naturales:				
	Fluvial					Bote										
						Canoa										
Aéreo						Otros	X					Horas al día Culturales: 09H00AM – 17H00PM Naturales:				
						Avión										
						Avioneta										
						Helicóptero										
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N :																
APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS															
	Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo, una vez en Malacatos se puede tomar camionetas se encuentra a 5 minutos del Parque Central en la Finca Fernández.															
SIGNIFICAADO	11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.															
	AGUA: POTABLE: TRATADA: ENTUBADA: X DE POZO: NO EXISTE: OTROS:															
ENERGÍA ELÉCTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:																
ALCANTARILLADO: RED PÚBLICA: POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: X NO EXISTE: OTROS:																
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS																
<table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">NOMBRE</th> <th style="text-align: center;">DISTANCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Trapiche</td> <td style="text-align: center;">20 metros</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Mirador</td> <td style="text-align: center;">300 metros</td> </tr> </tbody> </table>											NOMBRE	DISTANCIA	Trapiche	20 metros	Mirador	300 metros
NOMBRE	DISTANCIA															
Trapiche	20 metros															
Mirador	300 metros															
13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO																
LOCAL: PROVINCIAL: NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:																
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos:																
Firma: SUPERVISOR EVALUADOR																

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Mercy Etelvina Yunga Cueva

FICHA Nº: 7

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cultivo orgánico y Procesamiento de café

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Realizaciones Técnicas y Científicas

SUBTIPO: Explotaciones Agropecuarias



Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO																
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO				
		BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N					
Terrestre	Asfaltado					Bus						Días al año 312				
	Lastrado	X				Automóvil	X									
	Empedrado					4 x 4	X			X						
	Sendero	X				Tren										
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Martes - Domingo Naturales:				
	Fluvial					Bote										
							Canoa									
Aéreo						Otros	X					Horas al día Culturales: 09H00AM – 17H00PM Naturales:				
						Avión										
						Avioneta										
						Helicóptero										
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N :																
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS																
Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo, una vez en Malacatos se puede tomar camionetas se encuentra a 5 minutos del Parque Central en la Finca Fernández.																
11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.																
AGUA:																
POTABLE: TRATADA: ENTUBADA: X DE POZO: NO EXISTE: OTROS:																
ENERGÍA ELÉCTRICA:																
SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:																
ALCANTARILLADO:																
RED PÚBLICA: POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: X NO EXISTE: OTROS:																
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS																
<table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">NOMBRE</th> <th style="text-align: center;">DISTANCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Mirador</td> <td style="text-align: center;">300 metros</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Cultivo Orgánico de café</td> <td style="text-align: center;">10 metros</td> </tr> </tbody> </table>											NOMBRE	DISTANCIA	Mirador	300 metros	Cultivo Orgánico de café	10 metros
NOMBRE	DISTANCIA															
Mirador	300 metros															
Cultivo Orgánico de café	10 metros															
13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO																
LOCAL: PROVINCIAL: NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:																
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos: Firma: SUPERVISOR EVALUADOR																

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Mercy Etelvina Yunga Cueva

FICHA Nº: 8

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Trapiche Artesanal

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales **TIPO:** Históricos **SUBTIPO:** Colecciones Particulares



Fuente: Observación directa.

Elaboración: Mercy Etelvina Yunga Cueva.

INDICE

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORIA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN TESIS	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
1.TÍTULO	1
2.RESUMEN	2
ABSTRACT	3
3.INTRODUCCIÓN	4
4.REVISIÓN DE LITERATURA	7
4.1 Marco Conceptual	7
4.1.1 Finca.....	7
4.1.2 Turismo	7
4.1.3 Clasificación de la Actividad Turística.....	7
4.1.4 Atractivos Turísticos.....	10
4.1.5 Atractivo Turístico Natural.....	10
4.1.6 Atractivo Turístico Cultural.....	10
4.1.7 Turista	10
4.1.8 Empresa Turística	10
4.1.9 Capacidad Instalada	11
4.1.10 Servicio Turístico.....	11
4.1.11 Tipos de Servicios Turístico.....	11
4.1.12 Oferta	12
4.1.13 Demanda	12
4.1.14 Diagnóstico turístico.....	13
4.1.15 Entrevista.....	14
4.1.16 Encuesta.....	14
4.1.17 ¿Qué es Mercado?	14
4.1.18 Estudio de Mercado	14
4.1.19 Segmentación de Mercado.....	15
4.1.20 Tipos de Mercado.....	16
4.1.21 Marketing Turístico.....	18
4.1.22 Objetivo del Marketing Turístico	18

4.1.23	Marketing Mix.....	19
4.1.24	Plan de Negocios	20
4.1.25	Tipos de Plan de Negocios.....	22
4.1.26	Estructura de un Plan de Negocios	24
4.1.27	Análisis FODA.....	31
4.1.28	¿Qué es estrategia?	35
4.1.29	Matriz de Estrategias	35
4.1.30	Técnica de Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARPP).....	36
4.2	Marco Referencial	37
4.2.1	Datos generales de la Provincia de Loja	37
4.2.2	Antecedentes del Cantón Loja	40
4.2.3	Referencias de la Parroquia de Malacatos	44
4.2.4	Descripción de la Finca Cafetalera “Fernández”	47
5.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	50
5.1	Métodos y técnicas	50
5.1.1	Métodos	50
5.1.2	Técnicas.....	50
6.	RESULTADOS	56
6.1	DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE LA FINCA CAFETALERA “FERNÁNDEZ” EN LA PARROQUIA MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA.....	56
6.1.1	Análisis externo	56
6.1.1.1	Factor demográfico	56
6.1.1.2	Factor económico.....	58
6.1.1.3	Factor político	68
6.1.1.4	Factor tecnológico.....	72
6.1.1.5	Factor socio – cultural.....	73
6.1.1.6	Factor ambiental:.....	81
6.1.2	Análisis interno	87
6.1.3	Análisis e interpretación de la Encuesta.....	92
6.1.4	Entrevistas.....	119
6.1.5	Atractivos turísticos.....	123
6.1.5.1	Jerarquización de atractivos turísticos.....	123

6.1.5.2	Fichas resumen de los principales atractivos turísticos de la parroquia de Malacatos.....	125
6.1.5.3	Fichas resumen de los atractivos turísticos de la de la Finca Cafetalera “Fernández”	130
6.1.6	Análisis FODA.....	133
6.1.6.1	Matriz de evaluación de factores externos.....	134
6.1.6.2	Matriz de evaluación de factores internos.....	135
6.1.6.3	Matriz de estrategias.....	137
6.2	PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA “FERNÁNDEZ” EN LA PARROQUIA MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA.	138
6.2.1	Descripción del negocio	138
6.2.2	Estudio de Mercado de la Finca Cafetalera “Fernández”	138
6.2.2.1	Análisis de la demanda	138
6.2.2.2	Análisis de la oferta.....	142
6.2.2.3	Marketing Mix.....	143
6.2.3	Estudio Técnico	151
6.2.3.1	Implementación de la infraestructura adecuada (Servicio de Restaurante)	152
6.2.3.2	Elaboración de un paquete turístico.....	166
6.2.3.3	Alianzas estratégicas.....	172
6.2.3.4	Capacitación al talento humano.....	173
6.2.4	Estudio Administrativo	176
6.2.4.1	Estructura Organizacional.....	176
6.2.4.2	Estructura Legal	181
6.2.5	Estudio Financiero.....	195
6.2.5.1	Inversión	195
6.2.5.2	Financiamiento	211
6.2.5.3	Presupuestos de costos	213
6.2.5.4	Costos	214
6.2.5.5	Ingresos	215
6.2.5.6	Estado de pérdidas y ganancias.....	215
6.2.5.7	Punto de equilibrio.....	216
6.2.5.8	Evaluación Financiera	218
6.2.6	Estudio Impacto Ambiental	227

6.3	SOCIALIZACIÓN DE LA PROPUESTA DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA “FERNÁNDEZ” EN LA PARROQUIA MALACATOS, CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA A LAS AUTORIDADES COMO A LA SOCIEDAD CIVIL.	233
6.3.1	Preparación Previa (Etapa uno)	233
6.3.2	Socialización (Etapa dos)	234
6.3.3	Resultados (Etapa tres)	235
7.	DISCUSIÓN	236
8.	CONCLUSIONES	238
9.	RECOMENDACIONES	240
10.	BIBLIOGRAFÍA	241
11.	Anexos	245

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 Mapa de la Provincia de Loja	38
Figura N° 2 Mapa del Cantón Loja	41
Figura N° 3 Mapa de ubicación de la Parroquia Malacatos	45
Figura N° 4 Ubicación de la Finca Cafetalera “Fernández”	49
Figura N° 5 Estructura Institucional de GADP de Malacatos (Periodo 2014 – 2019)	70
Figura N° 6 Logotipo Finca “Fernández”	143
Figura N° 7 Tarjeta de Presentación	144
Figura N° 8 Redes sociales (Facebook – Instagram - Twitter)	147
Figura N° 9 Diseño uno del Flyer turístico	149
Figura N° 10 Diseño dos del Flyer turístico	150
Figura N° 11 Menú para los clientes	154
Figura N° 12 Flujograma para servicio de restaurante.	162
Figura N° 13 Diseño Arquitectónico restaurante de la “Finca “Fernández”	163
Figura N° 14 Diagrama del proceso de Compra del Paquete Turístico	167
Figura N° 15 Diagrama del proceso de servicio del PT.	171
Figura N° 17 Certificado para los participantes	175
Figura N° 18 Organigrama estructural Finca “Fernández”	178

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Proyección Población Económicamente Activa de la Ciudad de Loja	52
Cuadro N° 2 Proyección de los habitantes Parroquia de Malacatos.....	52
Cuadro N° 3 Turistas que ingresaron a la ciudad de Loja en el año 2015.....	53
Cuadro N° 4 Segmentación de Mercado.....	54
Cuadro N° 5 Proyección de la Población Económicamente Activa de la Ciudad de Loja al año 2015	56
Cuadro N° 6 Población de la Parroquia Malacatos por rango de edad.....	57
Cuadro N° 7 Proyección de la población de la Parroquia de Malacatos año 2016.	58
Cuadro N° 8 PEA de la parroquia de Malacatos, según ramas de actividad	59
Cuadro N° 9 PEA de la parroquia de Malacatos, según categorías de ocupación	61
Cuadro N° 10 Servicios vinculados a la actividad turística en la Parroquia de Malacatos	63
Cuadro N° 11 Establecimientos dedicados a la prestación de servicios de alimentación y hospedaje Parroquia de Malacatos	63
Cuadro N° 12 Mecanismos de participación parroquial.....	69
Cuadro N° 13 Gobernanza de la Parroquia de Malacatos (Periodo 2014-2019)	71
Cuadro N° 14 Barrios de Malacatos.....	72
Cuadro N° 15 Población de auto identificación étnica en Malacatos	78
Cuadro N° 16 Servicio de transporte para acceder a la parroquia Malacatos	81
Cuadro N° 17 Microcuencas en la parroquia de Malacatos.....	85
Cuadro N° 18 Uso del agua en la parroquia de Malacatos.....	85
Cuadro N° 19 Personas existentes en la finca cafetalera “Fernández”	87
Cuadro N° 20 Talento humano de la finca cafetalera “Fernández”	88
Cuadro N° 21 Plantas existentes en la Finca Cafetalera “Fernández”.....	89
Cuadro N° 22: Nacionalidad.....	92
Cuadro N° 23 Género	93
Cuadro N° 24: Edad.....	94
Cuadro N° 25 Ocupación	95
Cuadro N° 26 Salarios	96
Cuadro N° 27 Conocimiento de atractivos turísticos, servicios y productos de Malacatos.	97
Cuadro N° 28 Desarrollo turístico de finca cafetaleras en Malacatos	98
Cuadro N° 29 Consumo de café	99
Cuadro N° 30 Procedencia del café	100
Cuadro N° 31: Le gustaría que las fincas ofrezcan servicios turísticos	101
Cuadro N° 32 Le gustaría conocer fincas cafetaleras turísticas	102
Cuadro N° 33 Preferencia de la finca cafetalera turística	103
Cuadro N° 34 Lo primero que toma en cuenta al momento de acudir a un lugar de ocio y recreación.....	104
Cuadro N° 35 Productos o actividades que prefieren que tenga la finca cafetalera	105
Cuadro N° 36 Servicios.....	106
Cuadro N° 37 Motivos por el que visitaría	107

Cuadro N° 38 Frecuencia de visita.....	108
Cuadro N° 39 Compañías al acudir a las fincas turísticas	109
Cuadro N° 40 Valores de gastos por visita.....	110
Cuadro N° 41 Alimentación.....	111
Cuadro N° 42 Alojamiento	112
Cuadro N° 43 Guianza	113
Cuadro N° 44 Canchas deportivas.....	114
Cuadro N° 45 Piscina.....	115
Cuadro N° 46 Hidromasaje	116
Cuadro N° 47 Atención	117
Cuadro N° 48 Medios de comunicación	118
Cuadro N° 49 Jerarquización de atractivos turísticos de Malacatos.	123
Cuadro N° 50 Jerarquización de atractivos turísticos de la Finca cafetalera "Fernández"	124
Cuadro N° 51: Análisis FODA	133
Cuadro N° 52: Análisis de la matriz MEFE	134
Cuadro N° 53 Análisis de la matriz MEFI	135
Cuadro N° 54: Matriz de estrategias FODA para la Finca Cafetalera "Fernández"	137
Cuadro N° 55 Demanda potencial.....	139
Cuadro N° 56 Demanda real.....	140
Cuadro N° 57 Demanda efectiva	140
Cuadro N° 58 Promedio de visitas anual.....	141
Cuadro N° 59 Demanda efectiva anual	141
Cuadro N° 60 Oferta turística.....	142
Cuadro N° 61 Demanda insatisfecha	142
Cuadro N° 62 Capacidad Instalada Paquete turístico (Restaurante y demás servicios)	151
Cuadro N° 63 Capacidad Utilizada Paquete turístico (Restaurante y demás servicios)	151
Cuadro N° 64 Desayuno continental	156
Cuadro N° 65 Desayuno americano.....	156
Cuadro N° 66 Cecina	157
Cuadro N° 67 Fritada	157
Cuadro N° 68 Estofado de gallina criolla.....	157
Cuadro N° 69 Arveja con guineo.....	158
Cuadro N° 70 Repe	158
Cuadro N° 71 Caldo de gallina criolla	158
Cuadro N° 72 Flan de café.....	159
Cuadro N° 73 Mousse de café	159
Cuadro N° 74 Ensalada de frutas.....	159
Cuadro N° 75 Horchata.....	159
Cuadro N° 76 Limonada	160
Cuadro N° 77 Jugos.....	160
Cuadro N° 78 Clásico Frappé	160
Cuadro N° 79 Batido de plátano al café	160
Cuadro N° 80 Café americano	160
Cuadro N° 81 Café capuchino.....	161

Cuadro N° 82 Tamal lojano.....	161
Cuadro N° 83 Tamal de arroz	161
Cuadro N° 84 Tamal de guineo.....	162
Cuadro N° 85 Cronograma de horarios y contenidos para la capacitación del personal de la “Finca Fernández”	174
Cuadro N° 86 Maquinaria y Equipo.....	195
Cuadro N° 87 Muebles y Enséres.....	196
Cuadro N° 88 Equipo de Seguridad.....	196
Cuadro N° 89 Equipo de computación	196
Cuadro N° 90 Equipo de oficina.....	197
Cuadro N° 91 Resumen Activo fijos.....	197
Cuadro N° 92 Depreciación de activos fijos	197
Cuadro N° 93 Adecuaciones.....	198
Cuadro N° 94 Gastos de constitución	198
Cuadro N° 95 Gastos de capacitación al personal	199
Cuadro N° 96 Resumen de Activos diferidos	199
Cuadro N° 97 Amortización del Activo Diferido	199
Cuadro N° 98 Primer año Mano de Obra Directa	200
Cuadro N° 99 Primer año Sueldos y salarios	201
Cuadro N° 100 Segundo año Mano de Obra Directa	201
Cuadro N° 101 Segundo año Sueldos y salarios	202
Cuadro N° 102 Tercer año Mano de Obra Directa	202
Cuadro N° 103 Tercer año Sueldos y salarios	203
Cuadro N° 104 Cuarto año Mano de Obra Directa	203
Cuadro N° 105 Cuarto año Sueldos y salarios.....	204
Cuadro N° 106 Quinto año Mano de Obra Directa	204
Cuadro N° 107 Quinto año Sueldos y salarios	204
Cuadro N° 108 Presupuesto Mano de Obra Primer Año.....	205
Cuadro N° 109 Presupuesto Mano de Obra Segundo Año	205
Cuadro N° 110 Presupuesto Mano de Obra Tercer Año	205
Cuadro N° 111 Presupuesto Mano de Obra Cuarto Año.....	206
Cuadro N° 112 Presupuesto Mano de Obra Cuarto Año.....	206
Cuadro N° 113 Resumen Mano de Obra Directa y Sueldos y Salarios	206
Cuadro N° 114 Materia Prima	207
Cuadro N° 115 Menaje de cocina	208
Cuadro N° 116 Servicios Básicos	208
Cuadro N° 117 Servicios adicionales	209
Cuadro N° 118 Útiles de Oficina	209
Cuadro N° 119 Materiales y Útiles de aseo.....	209
Cuadro N° 120 Materiales y Útiles de aseo.....	210
Cuadro N° 121 Mantenimiento de Maquinaria y Equipo.....	210
Cuadro N° 122 Promoción y Publicidad	210
Cuadro N° 123 Resumen de Activos Circulantes	211
Cuadro N° 124 Resumen de los Activos	211
Cuadro N° 125 Financiamiento	211
Cuadro N° 126 Amortización del capital.....	212
Cuadro N° 127 Presupuestos de costos	213
Cuadro N° 128 Clasificación de Costos	214

Cuadro N° 129 Ingresos paquete turístico (restaurante y otros servicios)	215
Cuadro N° 130 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	216
Cuadro N° 131 Flujo de Caja	218
Cuadro N° 132 Valor Actual Neto.....	219
Cuadro N° 133 Tasa Interna de Retorno.....	220
Cuadro N° 134 Relación Beneficio Costo.....	221
Cuadro N° 135 Período de Recuperación del Capital	222
Cuadro N° 136 Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 36,35% en los Costos	223
Cuadro N° 137 Análisis de Sensibilidad con la disminución del 24,27% en los Ingresos.....	225
Cuadro N° 138 Matriz Cualitativa de Interacción Causa y Efecto	229
Cuadro N° 139 Matriz de Leopold de Evaluación Proyecto “Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “Fernández” de la parroquia de Malacatos, Cantón y Provincia de Loja.	230
Cuadro N° 140 Medidas de mitigación de Impactos ambientales.....	232
Cuadro N° 141 Invitados para la Socialización.....	234
Cuadro N° 142 Actividades durante la Socialización.....	235

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Nacionalidad.....	95
Gráfico N° 2 Género.....	96
Gráfico N° 3 Edad.....	97
Gráfico N° 4 Ocupación.....	98
Gráfico N° 5 Salarios.....	99
Gráfico N° 6 Conocimiento de atractivos turísticos y servicios y productos de Malacatos	100
Gráfico N° 7 Desarrollo en las fincas cafetaleras.....	101
Gráfico N° 8 Consumo de café.....	102
Gráfico N° 9 Procedencia del café.....	103
Gráfico N° 10 Conocimiento de fincas cafetaleras que se practican el Turismo	104
Gráfico N° 11 Interés por conocer fincas cafetaleras turísticas.....	105
Gráfico N° 12 Preferencia de la finca cafetalera.....	106
Gráfico N° 13 Lo primero que toma en cuenta al momento de acudir a un lugar de ocio y recreación.....	107
Gráfico N° 14 Productos o actividades que prefieren que tenga la finca cafetalera.....	108
Gráfico N° 15 Servicios turísticos.....	109
Gráfico N° 16 Motivos de viaje.....	110
Gráfico N° 17 Preferencia de visita.....	111
Gráfico N° 18 Compañía al acudir a fincas cafetaleras.....	112
Gráfico N° 19 Gastos por visita.....	113
Gráfico N° 20 Alimentación.....	114
Gráfico N° 21 Alojamiento.....	115
Gráfico N° 22 Guianza.....	116
Gráfico N° 23 Canchas deportivas.....	117
Gráfico N° 24 Piscina.....	118
Gráfico N° 25 Hidromasaje.....	119
Gráfico N° 26 Forma de atención al cliente.....	120
Gráfico N° 27 Punto de equilibrio.....	218

INDICE DE FOTOGRAFÍAS

Foto N° 1 Cerro La Mina.....	67
Foto N° 2 Cerro Yunanga.....	67
Foto N° 3 Cerro Pan de azúcar.....	68
Foto N° 4 Molienda de Malacatos.....	68
Foto N° 5 Ruta Caxarumi.....	69
Foto N° 6 Gastronomía de Malacatos(Fritada).....	69
Foto N° 7 Centro turístico recreacional Malacatos.....	70
Foto N° 8 Santuario Diocesano el Señor de la Caridad.....	126
Foto N° 9 Parque Central.....	127
Foto N° 10 Arquitectura tradicional.....	128
Foto N° 11 Centro turístico Recreacional Malacatos.....	129
Foto N° 12 Molienda de Malacatos.....	130
Foto N° 13 Mirador.....	131
Foto N° 14 Cultivo Orgánico y Procesamiento de café.....	132
Foto N° 15 Trapiche tradicional	133
Foto N° 16 Render del Restaurante “Finca Fernández”.....	165
Foto N° 17 Render del Restaurante.....	166