



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
*Facultad Jurídica Social y Administrativa*  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**TÍTULO:**

**“Plan de Negocios para Productos Turísticos en la Finca “Balzal” de la Parroquia Ciano, Cantón Puyango, Provincia de Loja”**

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

**AUTORA:** Karla Patricia Granda Granda

**DIRECTOR:** Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos, Mg. Sc.

**Loja - Ecuador**

**2017**

## CERTIFICACIÓN

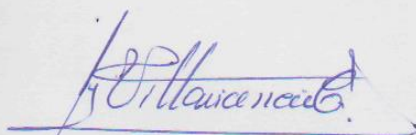
**Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos, Mg. Sc.**

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

### **CERTIFICA:**

Que el presente trabajo de tesis titulado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA “BALZAL” DE LA PARROQUIA CIANO, CANTÓN PUYANGO, PROVINCIA DE LOJA**” de autoría de la señorita estudiante Karla Patricia Granda Granda, ha sido realizado bajo mi dirección en forma prolija tanto en su forma como en su contenido de conformidad con los requisitos institucionales y luego de haber revisado autorizo su presentación ante el tribunal respectivo, previo a optar por el grado de Ingeniera en Administración Turística.

Loja, Marzo del 2017



Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos Mg. Sc.

**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, Karla Patricia Granda Granda declaro ser autora exclusiva 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.

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

**Autora:** Karla Patricia Granda Granda

**Firma:** .....

**Cédula:** 1105766602

**Fecha:** Loja, Marzo del 2017

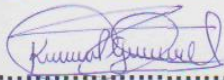
**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Karla Patricia Granda Granda declaro ser autora de la tesis titulada: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA “BALZAL” DE LA PARROQUIA CIANO, CANTÓN PUYANGO, PROVINCIA DE LOJA”**; como requisito para obtener el grado de Ingeniera en **Administración Turística**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, 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 convenios la Universidad.

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

Por constancia de la autorización, en la ciudad de Loja, a los 30 días del mes de marzo del dos mil diecisiete. Firma la autora:

Firma:  .....

**Autora:** Karla Patricia Granda Granda

**Cédula:** 1105766602

**Dirección:** Loja, Calle Epiclachima y Colón

**Correo Electrónico:** karlagranda1993@hotmail.com

**Teléfono:** 3032017 Celular: 0985287587

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

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

**Tribunal de Grado**

Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana, Mg. Sc.      Presidenta del Tribunal

Ing. Rubén Darío Román Aguirre, Mg. Sc.              Vocal del Tribunal

Ing. Katherine Luisa Astudillo Balandin, Mg. Sc.      Vocal del Tribunal

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo de manera especial a:

DIOS, quien es el principio y fin de mi existencia, por acompañarme con ,su espíritu en este arduo caminar, por iluminar mi vida y mente en los momentos de alegría y tristeza.

A mi madre ROSA GRANDA, por su apoyo para lograr esta meta y por enseñarme que el sacrificio y la perseverancia son el camino para llegar al éxito.

A mis abuelitos y padres incondicionales CARLOS GRANDA (+), mi Ángel que desde la eternidad me acompaña y LUZ GRANDA; quienes son los pilares fundamentales en mi vida, por brindarme su amor, paciencia, confianza y por formarme con el ejemplo e inculcar en mí los auténticos valores de un ser humano.

A mis TIOS y HERMANOS, por estar presentes en todo momento, quiénes con su aprecio y apoyo incondicional me motivan día a día a seguir mis sueños y por demostrarme ante todo que cada logro que se obtiene en la vida es el resultado de un esfuerzo constante.

A todos ellos, éste mi trabajo de dedicación y esfuerzo

*Karla Patricia Granda Granda*

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme existir, por guiarme en cada paso de esta carrera universitaria y por darme la fortaleza necesaria para terminar el presente trabajo.

A mi familia por creer en mí, por enseñarme a luchar hasta lograr mis metas y por brindarme la posibilidad de culminar hoy mi formación académica.

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja y a la carrera de Administración Turística, por darme la oportunidad de formarme tanto académica como profesionalmente.

Agradezco infinitamente a todos los docentes por su ardua labor, por encaminarme en esta hermosa profesión, fortaleciéndome con sus conocimientos y saberes durante toda mi etapa universitaria.

Mi gratitud especial al Ing. Patricio Villavicencio Cobos, director de tesis, quien con su experiencia, paciencia y acertada asesoría me orientó en la ejecución de la presente investigación.

A mis compañeros/as de clase por permitirme compartir junto a ellos una etapa más de mi vida y haber hecho de mi carrera universitaria un trayecto lleno de inolvidables experiencias.

A la Mancomunidad de Gobiernos Parroquiales Rurales Las Meliponas y a la familia Granda Córdova propietaria de la finca "Balzal", por permitirme llevar a cabo el presente trabajo en dicho lugar y por brindarme su valioso tiempo e información de suma importancia para la elaboración del proyecto de tesis.

*Karla Patricia Granda Granda*

## **1. TÍTULO**

“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA  
“BALZAL” DE LA PARROQUIA CIANO, CANTÓN PUYANGO,  
PROVINCIA DE LOJA”

## 2. RESUMEN

Para el desarrollo del trabajo de investigación titulado: “Plan de Negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja”, se estableció como objetivo general: Elaborar un Plan de Negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja; del mismo se derivan tres objetivos específicos, el primero estuvo enfocado a Realizar un diagnóstico turístico de la situación actual de la finca “Balzal” de la parroquia Ciano; el segundo consistió en Proponer el plan de negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja; el tercero estuvo orientado a Socializar la propuesta con el personal de la finca “Balzal” y autoridades de la parroquia Ciano.

Para el cumplimiento de los objetivos específicos de la investigación se utilizaron los métodos: analítico, descriptivo, científico, deductivo e inductivo. En lo referente a técnicas se empleó la entrevista, encuesta y la técnica MARPP; se utilizaron además las fichas de inventario de atractivos turísticos del MINTUR y fichas de resumen, a través de las cuales se logró evaluar el estado de cada atractivo turístico del sector en estudio; así mismo se elaboró el análisis FODA que permitió conocer los factores internos y externos de la finca; dando éste a su vez la matriz de estrategias.

Como resultado del diagnóstico turístico se obtuvo cuatro objetivos estratégicos los mismos que fueron desarrollados en la propuesta del plan de negocios. En el segundo objetivo se elaboró el estudio de mercado en donde se analizó la oferta y demanda del proyecto, en el estudio técnico se determinó la capacidad instalada y utilizada; la infraestructura adecuada y los respectivos diagramas de procedimiento de los servicios; en el estudio administrativo se realizó la estructura organizacional y legal; en la evaluación financiera se indica un VAN de \$9.015,03 dólares, una TIR de 23,14%; la Relación Beneficio-Costo muestra una utilidad \$0,28 centavos de dólar recuperándose la inversión en 4 años 1 mes y 24 días; en el estudio ambiental se obtuvo que el impacto total del proyecto sobre el ambiente es de (-17). En el tercer objetivo como resultado de la socialización se determinó que la propuesta es una idea de negocio muy atractiva que contribuirá al desarrollo turístico local.

Luego del trabajo realizado se concluye que la ejecución de actividades turísticas en la finca “Balzal” desde el punto de vista técnico, administrativo y financiero es viable y rentable, por lo que se recomienda a las distintas instituciones apoyar a esta iniciativa ya que el mismo permitirá generar nuevos empleos y mejorar la calidad de vida de la población



## **ABSTRACT**

For the development of the research work entitled "Business Plan for tourism products in the farm" Balzal "of the Ciano Town, Puyango canton, province of Loja", was established as a general objective: Elaborate a Business Plan for tourism products in The farm "Balzal" of the Ciano Town, Puyango Cantom, province of Loja; Three specific objectives are derived, the first one was focused on To make a tourist diagnosis of the current situation of the farm "Balzal" of the Ciano Town; The second consisted in Proposing the business plan for tourism products in the farm "Balzal" of the Ciano Town, Puyango Canton, province of Loja; The third was aimed at Socializing the proposal with the staff of the farm "Balzal" and authorities of the Ciano Town

For the fulfillment of the specific objectives of the investigation the methods were used: analytical, descriptive, scientific, deductive and inductive. In terms of techniques, the interview, the survey and the MARPP technique were used; MINTUR tourist attraction inventory cards and summary fiches were used, through which it was possible to evaluate the state of each tourist attraction of the sector of study; Also the SWOT analysis was elaborated that allowed to know the internal and external factors of the property. Giving this in turn the matrix of strategies.

As a result of the tourist diagnosis four strategic objectives were obtained which were developed in the proposal of the business plan. In the second objective the market study was elaborated in which the supply and demand of the project was analyzed; in the technical study the installed and used capacity was determined; The appropriate infrastructure and the respective service diagrams; In the administrative study the organizational and legal structure was realized; The financial assessment indicates a NPV of \$ 9,015.03, an IRR of 23.14%; The Benefit-Cost Ratio shows a utility \$ 0.28 cents recovering the investment in 4 years 1 month and 24 days; In the environmental study it was obtained that the total impact of the project on the environment is (-17). In the third objective as a result of socialization it was determined that the proposal is a very attractive business idea that will contribute to the local tourist development.

After the work carried out, it is concluded that the execution of tourism activities in the "Balzal" farm from a technical, administrative and financial point of view is feasible and profitable, so it is recommended to the different institutions to support this initiative since the same Will generate new jobs and improve the quality of life of the population

### **3. INTRODUCCIÓN**

Hoy en día el turismo es una de las actividades más importantes a nivel mundial, ya que promueve el desplazamiento de personas con fines de descanso, motivos culturales, interés social o simplemente ocio. Esta actividad ha sido capaz de generar empleo y riqueza convirtiéndose en el pilar fundamental para abordar el crecimiento integral de ciudades, comunidades y territorios a nivel global.

El Ecuador, a pesar de ser un país relativamente pequeño en territorio, es poseedor de una gran biodiversidad y pluriculturalidad, la misma que es expresada en la variedad de atractivos naturales y manifestaciones culturales que se encuentran dentro de sus cuatro regiones.

Al suroccidente de la provincia de Loja se encuentra Puyango, cantón con atracción turística y comercial; su territorio está dividido en seis parroquias una de ellas es Ciano, ubicada a 30 km de la cabecera cantonal Alamor, esta parroquia posee una gran vegetación y clima tropical, lo que lo convierte en una zona con diversidad de pisos climáticos que dan lugar a una representativa producción agropecuaria.

Al extremo sur de la parroquia Ciano está localizada la finca “Balzal”, sitio que posee un extenso campo agrícola, rodeado de un espectacular paisaje y vegetación, la tranquilidad de su entorno, la cercanía a atractivos de singular belleza natural y la práctica tradicional de actividades agrícolas y pecuarias, hacen de esta propiedad familiar un lugar ideal para crear un nuevo espacio turístico; sin embargo todo este potencial no se lo ha aprovechado en el ámbito turístico porque su propietario desconoce de los beneficios que puede proporcionarle el turismo al ser incorporado en el agro. Para aportar en la solución a este problema se ha creído conveniente realizar el proyecto de tesis titulado: “Plan de Negocios para productos turísticos en la finca “Balzal”, de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja”, como un aporte

para incentivar al emprendimiento en la actividad turística en el área de estudio, además para mostrar una manera diferente de ver al turismo enmarcado en un negocio que brinde servicios de calidad, constituyéndose a la vez como el componente fundamental, puesto que al ejecutarse contribuirá a la dinamización de los ejes económicos de todo el sector.

La estructura del presente trabajo de investigación se encuentra constituido de acuerdo a las normas establecidas por la Universidad Nacional de Loja; es así que el proyecto de tesis se compone de la siguiente manera: Resumen en el cual se hace referencia a una síntesis de los objetivos, la metodología aplicada, resultados alcanzados, conclusiones y recomendaciones obtenidas una vez finalizada la investigación; en la Introducción se resalta la importancia del tema investigativo y la estructura del trabajo de tesis; en la Revisión de Literatura se expone contenidos teóricos relacionados con la temática de plan de negocios, además en esta parte se describe datos referenciales del campo de estudio.

Los Materiales y Métodos que se utilizaron para efectuar la investigación son: materiales bibliográficos, oficina y tecnológicos, dentro de los métodos se emplearon: el analítico, deductivo, inductivo, científico y descriptivo, se utilizó además las técnicas de entrevista, observación directa, encuesta y técnica MARPP.

En lo referente a los Resultados se muestra el desarrollo de los objetivos específicos de la investigación; en el primer objetivo: Realizar un diagnóstico turístico de la situación actual de la finca "Balzal"; se encuentra el análisis externo e interno de la finca, el análisis e interpretación de la encuesta aplicada, de igual forma consta las conclusiones de las entrevistas dirigidas al propietario de la finca y la gerente de la Mancomunidad Las Meliponas; la identificación de los atractivos turísticos debidamente inventariados de acuerdo a la

metodología del MINTUR y finalmente se indica el Análisis FODA y la matriz de estrategias con sus respectivos objetivos estratégicos. En el segundo objetivo: Proponer un plan de negocios para la finca “Balzal” se indica la Descripción del Negocio el mismo que consta de: misión, visión, estrategias, valores corporativos y marca de la finca. El Estudio de Mercado consta de análisis de la oferta, análisis de la demanda en donde se describe el perfil del turista, la demanda potencial, real y efectiva, en éste estudio también se muestra la demanda insatisfecha y marketing mix. En el Estudio Técnico se detalla la localización, la capacidad instalada y utilizada, la infraestructura adecuada del proyecto y los diagramas de procedimientos, además en este estudio se procede a desarrollar los objetivos estratégicos. En el Estudio Administrativo se expone la estructura organizacional del negocio y la estructura legal, los niveles jerárquicos, los tipos de organigramas y se incluye los manuales de funciones para cada empleado de la finca. El Estudio financiero se da a conocer la inversión del proyecto, el tipo de financiamiento que tendrá la finca, así como los presupuestos de costos e ingresos y los diferentes estados proforma para la vida útil del proyecto, así mismo se muestra la evaluación financiera estudiando los indicadores financieros como: el VAN, la TIR, la RBC, el PRC y el análisis de sensibilidad con el incremento en costos y disminución de los ingresos. El Estudio Ambiental consta de las matrices cualitativa y cuantitativa de Leopold y las medidas de mitigación de impactos. El tercer objetivo socializar la propuesta con el personal de la finca y autoridades de la parroquia Ciano consta de tres etapas en donde se indican las actividades que se realizaron antes y durante la socialización y las conclusiones y recomendaciones obtenidas como resultado de la misma.

Finalmente se presenta la discusión y las respectivas conclusiones y recomendaciones del proyecto, se describe la bibliografía consultada y se adjunta los respectivos anexos que sustentan el procedimiento del presente trabajo.

## **4. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **4.1. Marco Conceptual**

#### **4.1.1. Turismo**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

Cabe destacar la importancia de los siguientes elementos que son comunes en tal definición:

- ❖ Existe un movimiento físico de los turistas que, por definición, son quienes se desplazan fuera de su lugar de residencia.
- ❖ La estancia en el destino ha de ser durante un período determinado de tiempo, no permanente.
- ❖ El turismo comprende tanto el viaje hacia el destino como las actividades realizadas durante la estancia.
- ❖ Cualquiera que sea la motivación para viajar, el turismo abarca los servicios y productos creados para satisfacer las necesidades de los turistas (Sancho, 2010).

#### **4.1.2. Turista**

Se denomina turista a aquella persona que se desplaza fuera de su entorno habitual por un periodo superior o veinticuatro horas que viaja por motivo de vacaciones, ocio o recreo (Novas, 2009)

Es aquel visitante que realiza un viaje fuera de su entorno habitual y que pernocta en el lugar visitado. Dicho viaje se realiza por cualquier motivo diferente al de ejercer una actividad remunerada en el lugar (Besoin, 2010).

### **4.1.3. Atractivo Turístico**

Conjunto de elementos y bienes materiales e inmateriales propios de la naturaleza y de manifestaciones culturales del hombre, susceptibles de atraer flujos o corrientes turísticas, que propician la distribución y dimensionamiento de la oferta y la demanda en un espacio determinado (Hernández, 2011).

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.” Estos componentes ofrecen beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, porque satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre. De esta manera un atractivo turístico puede ser tangible (flora, fauna, etc.) o intangible (clima, religión, etc.), que requieren de un espacio físico para ser identificados y valorados. Según el Ministerio de Turismo los atractivos turísticos en el Ecuador se clasifican en dos categorías; sitios naturales y manifestaciones culturales.

#### **❖ Sitios Naturales**

Son aquellos creados por la naturaleza, es decir, que en su formación no ha intervenido directamente la acción humana; en los 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.

#### **❖ Manifestaciones Culturales**

Son aquellos elementos en el que interviene o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o bien se establecen por razones culturales o comerciales; se reconocen los tipos: históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas

contemporáneas, acontecimientos programados (Turismo M. d., PLANDETUR, 2010).

#### **4.1.4. Producto Turístico**

Un producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, para un confort material o espiritual, en forma individual o en gama muy amplia de combinaciones resultante de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista (Colina, 2011)

El producto turístico está compuesto por:

##### **❖ Recursos turísticos**

Son los elementos primordiales de la oferta turística. Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas, es decir, generar demanda.

##### **❖ Planta Turística**

Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin.

##### **❖ Infraestructura**

Es la dotación de bienes y servicios con los que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas y que el turismo utiliza para impulsar su actividad. Entre estos encontramos: rutas de acceso, las comunicaciones, energía, seguridad, equipamiento urbano, servicios bancarios, servicio de salud, entre otras (Castro, 2011).

#### **4.1.5. Servicio turístico**

El servicio turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en

forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística.

#### **4.1.5.1. Tipos de servicios turísticos**

##### **❖ Servicio de Alimentación**

Consiste en proporcionar alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.

##### **❖ Servicio de Alojamiento**

Consiste en facilitar hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

##### **❖ Servicio de Guía Turístico**

Cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio cultural y cultural de un lugar.

##### **❖ Servicio de transporte**

Consiste en el traslado o movilización de turistas a diferentes sitios con atracción turística.

##### **❖ Servicio de Información:**

Cuando se facilite información a los usuarios de servicios turísticos sobre los recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

##### **❖ Servicio de Intermediación**

Este servicio es prestado por empresas privadas que hacen de intermediario entre sus clientes y determinados proveedores de



viajes con el objeto de venderles productos y servicios relacionados con esos viajes a unos precios y con unas condiciones especialmente atractivas en relación con las que se podrían conseguir de dirigirse directamente a esos proveedores (Ramirez, 2012).

#### **4.1.6. Paquete Turístico**

Un paquete turístico es un producto que se comercializa de forma única. Contiene dos o más servicios de carácter turístico como: alojamiento, manutención y transporte, por el cual se abona un precio dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que le presta

##### **4.1.6.1. Clasificación de los paquetes turísticos**

Toda calificación de paquetes turísticos debe atender a las siguientes seis variables altamente significativas en el momento de su elaboración:

- ❖ La organización de la prestación: por su organización pueden presentarse como: estándar o especiales.
- ❖ La modalidad del viaje: por la modalidad del viaje escogida pueden ser: viajes itinerantes y viajes de estancia.
- ❖ La temática: por su temática pueden ser de tipo: general y específica
- ❖ El programa: los paquetes se asientan en programas de dos tipos: programas locales y programas regionales
- ❖ La forma de operación: por su formato operativo pueden ser: regular y eventual
- ❖ Los usuarios del producto: según el usuario al que vaya dirigido el paquete turístico puede ser: grupos e individuales (Chan, 2011).

#### **4.1.7. Finca**

Es un lugar que generalmente está ubicado el ámbito rural en donde se integra la producción agrícola y pecuaria en un arreglo acorde con un

sistema natural que hace más eficiente tal espacio y los recursos que lo disponen (Buñay, 2012).

#### **4.1.8. Diagnóstico Turístico**

Consiste en la recolección de información y análisis técnico de los seis elementos que permiten el funcionamiento turístico de un destino (atractivos, oferta de servicios, demanda, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora), así como de las condiciones del entorno que pueden influir en su dinámica (Ricaurte, 2009).

En el caso de la actividad turística, el diagnóstico depende del ámbito, el destino y los tipos de turismo en análisis, no obstante cada diagnóstico está dado por un marco referencial enfocado a componentes básicos de la estructura turística, destacando su papel en el proceso de planificación, que es donde se establece estrategias y evalúa la situación de un destino en un momento determinado

Es un estudio que tiene como objetivo principal conocer la situación actual y potencial de la actividad turística en la comunidad (Besoin, 2010).

#### **4.1.9. Plan de negocios**

Un plan de negocios es un instrumento que se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio. El documento puede ser utilizado para comunicar los planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas (Viniestra, 2011)

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 sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento es

combinar la forma y el contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, cuán “amigable” y el contenido 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).

#### **4.1.9.1. Objetivo de un plan de negocios**

La elaboración de un plan de negocios cubre dos objetivos concretos:

- ❖ Permitir al promotor de una oportunidad de negocio realizar un exhaustivo estudio de mercado que le aporte la información requerida para llevar a cabo un correcto posicionamiento del proyecto y para determinar con bastante certeza su viabilidad.
- ❖ Servir como tarjeta de presentación de los emprendedores y del proyecto ante terceras personas, bancos, inversores institucionales y privados cuando haya que recabar cualquier tipo de colaboración, ayuda y apoyo financiero

#### **4.1.9.2. Importancia de un plan de negocios**

Un plan de negocios es importante porque permite:

- ❖ 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.
- ❖ Tener nociones claras y detalladas sobre la empresa misma, su personal, los productos o servicios que ofrece, así como sus metas, las estrategias y cada uno de los planes de acción para conseguir sus metas

- ❖ Dar a conocer cómo se organizarán los recursos de la empresa en función a los objetivos y la visión del empresario. (Viniestra, Entendiendo el plan de negocios, 2011).

#### **4.1.9.3. Beneficios de un plan de negocios**

Los beneficios que proporciona un plan de negocios son:

- ❖ Ayuda a clarificar y enfocar las metas y objetivos del negocio.
- ❖ Ayuda a coordinar los diferentes factores de un negocio que son necesarios para el éxito.
- ❖ Permite confrontar las ideas con la realidad porque la dinámica del plan fuerza a considerar todos los factores relevantes del negocio, sin olvidarse de ninguno.
- ❖ Es una herramienta muy útil para conseguir la adhesión de elementos claves del negocio: inversionistas, proveedores, equipo directivo, etc.
- ❖ Es un cronograma de actividades que permite coordinar la realización de tareas de acuerdo con un calendario establecido.

#### **4.1.9.4. Tamaño del plan de negocio**

El tamaño del plan deberá determinarse de acuerdo a la naturaleza del negocio, así como al alcance y objetivos que se busca concretar al realizar el plan de negocios.

Una clasificación de los planes de negocios por su alcance y tamaño es la siguiente:

- ❖ **Plan Resumido**

Es el más utilizado en las etapas tempranas del proyecto y se usa para buscar fondos. Cuando la empresa posee prestigio y éxitos anteriores no requiere grandes planes para lograr la credibilidad necesaria y captar la atención de los inversionistas. Consta de máximo 10 páginas.

### ❖ **Plan Completo**

Se utiliza cuando el propósito es buscar cantidades de dinero relativamente importantes o un socio estratégico. En estos casos, el nivel de detalle de mercado y financiero es mayor. Consta de máximo 30 páginas.

### ❖ **Plan Operativo**

Se utiliza cuando el negocio es muy complejo o crece demasiado rápido. Hay organizaciones que suelen elaborar anualmente un plan estratégico detallado; otras, un plan para los próximos tres a cinco años, en cuyo caso el plan de negocios operativo es el más apropiado. Consta de máximo 50 página (Ceballos, Guía para elaborar un plan de negocios, 2011).

#### **4.1.10. Estructura de un plan de negocios**

Un plan debe contener la siguiente estructura:

##### **4.1.10.1. Resumen ejecutivo**

Es un breve análisis de los aspectos más importantes de un proyecto, que se ubica delante de la presentación. Es lo primero que lee el receptor del proyecto, y quizás, por falta de tiempo, lo único. En el resumen ejecutivo se debe describir en pocas palabras el producto o servicio, el mercado objetivo que se quiere satisfacer, los factores de éxito del proyecto, los resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales.

El objetivo del resumen ejecutivo es captar la atención del lector y facilitar la comprensión de la información que el plan contiene, por lo que se debe prestar especial atención a su redacción y presentación. El resumen ejecutivo debe ser una breve orientación y debe invitar al ejecutivo, bancario o inversionista a leer el resto del documento.

#### **4.1.10.2. Descripción de la empresa**

Contiene la información básica del contexto y el concepto del negocio. Debe explicar qué es la empresa y qué hace. Debe incluir la historia sobre como llegó al punto o posición, cómo nació la idea, desde cuándo existe, qué motivó su creación.

Se deberá comenzar describiendo claramente de que se trata el negocio, que tipo de negocio es, se debe indicar los datos generales como nombre del negocio, dirección, correo, etc., la misión, visión, los objetivos y estrategias del negocio son elementos que deben ser incluidos en esta sección .

Es necesario describir el producto o servicio objeto del plan de negocios, las necesidades que cubre, su diferenciación con productos de la competencia etc. (Balanko, Como preparar un plan de negocios exitoso, 2012).

#### **4.1.10.3. Estudio de mercado**

El estudio de mercado es un estudio que tiene como propósito demostrar la posibilidad real de participación de un producto o servicio en un mercado determinado.

El estudio de mercado busca primordialmente:

- ❖ Definir el tamaño total del mercado.
- ❖ Definir el tipo de clientes al que queremos llegar con nuestro producto
- ❖ Ubicar e identificar con efectividad cuál es y dónde se encuentra nuestro mercado potencial.
- ❖ Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado.
- ❖ Estimar el volumen o cantidad que se comercializará del bien o servicio.

- ❖ Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- ❖ Definir el segmento de mercado al cual se va enfocar la empresa.
- ❖ Identificar la competencia tanto directa como indirecta.

Debido a lo anterior se debe realizar un estudio del entorno a nivel macro y micro. Entendiendo por macro a todas las fuerzas y actores externos a la empresa; y por micro entorno a todos los participantes en la cadena de valor directamente asociados a la empresa: clientes, proveedores, competidores e intermediarios.

El estudio de mercado utiliza números y datos de fuentes independientes para comprobar que hay un mercado viable y su potencial de crecimiento.

El estudio de mercado se utiliza para conocer la oferta (cuáles son las empresas o negocios similares y qué beneficios ofrecen) y para conocer la demanda (quiénes son los consumidores y qué quieren). (Baca, 2007)

### **Análisis de la demanda**

Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca (Thompson, 2012).

### **Tipos de demanda**

#### **❖ Demanda potencial**

La demanda potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en un horizonte temporal establecido. La demanda potencial de mercado se calcula a partir de la estimación del número de compradores potenciales a los que se determina una tasa de consumo individual.

### ❖ **Demanda real**

Es la capacidad de compra que el consumidor tiene en determinado momento, en función de su poder adquisitivo y en relación con los precios de los productos y servicio que se ofrecen en el mercado

### ❖ **Demanda efectiva**

Es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo (Mora, 2004).

### **Análisis de la oferta**

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

### **Tipos de oferta**

#### ❖ **Oferta competitiva**

Es aquella en la que los productores o prestadores de servicios se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son de gran cantidad de productores o prestadores del mismo artículo o servicio, que la participación en el mercado se determina por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor.

#### ❖ **Oferta oligopólica**

Se caracteriza porque el mercado se halla controlado por solo unos cuantos productores o prestadores del servicio. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de insumos para su actividad



### ❖ **Oferta monopolística**

Se encuentra denominada por un solo producto o prestador del bien o servicio, que impone la calidad, precio y cantidad (Baca, 2007).

### **Marketing Mix**

El marketing mix es el conjunto de herramientas tácticas que la empresa combina para obtener la respuesta que desea en el mercado meta. Consiste en todo lo que la empresa es capaz de hacer para influir en la demanda de su producto. Las múltiples posibilidades se clasifican en cuatro grupos de variables conocidas como las “cuatro P” (producto, precio, plaza, promoción).

### ❖ **Producto**

Es todo aquello que ofrece la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo; incluye objetos materiales, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

El producto es el primer instrumento con el que cuenta una empresa para diseñar su política comercial, y es el punto de partida de la gestión comercial.

### ❖ **Precio**

Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios es la suma de los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o usar el producto o servicio.

El precio es una de las variables del marketing en la que se puede intervenir con mayor rapidez y que produce un efecto inmediato en los demandantes del producto o servicio ofertado.

### ❖ **Distribución**

Comprende las diferentes actividades que realiza la empresa para que el producto sea accesible y esté a la disposición de los consumidores objetivo.

La distribución del producto es una de las actividades de la empresa que se externalizan con mayor frecuencia, para ello se debe tener muy en cuenta las características del producto y las características de la propia empresa.

### ❖ **Promoción**

Implica actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta de que lo compren.

La promoción es una mezcla de instrumentos tales como: la publicidad, las ventas personales, las promociones de venta y las relaciones públicas (Armstrong, 2012).

#### **4.1.10.4. Estudio Técnico**

En esta sección del plan de negocios se debe definir y especificar las operaciones así como el equipamiento necesario para generar y entregar el producto o servicio. Algunos de los recursos que se deben considerar para la implementación del proyecto son las instalaciones, maquinaria y equipo, instrumentación, insumos, capital humano etc.

Para un proyecto de empresa o de producto que requiera instalaciones productivas, el plan de negocios deberá describir el modo en que éstas se obtendrán y cómo será reclutado el personal de producción. Un flujo o diagrama de proceso puede ayudar al lector del plan a comprender la forma en que se operará.

Es importante que esta sección contenga un análisis de los proveedores de insumos para la producción. Seguramente la calidad de los productos

será un factor de éxito del negocio y dependerá en gran medida de la calidad de los insumos.

#### **4.1.10.5. Estudio Administrativo**

En este apartado se describe la estructura jurídica y orgánica del negocio, las áreas o departamentos que lo conformarán, y otros elementos relacionados con estas. Se debe indicar la forma jurídica bajo la cual estará constituida legalmente el negocio y el tipo de empresa a la que pertenece.

Se debe incluir una descripción de las funciones directivas y de los puestos en línea, una descripción detallada de los puestos directivos con los perfiles requeridos o la descripción de las personas si ya estuvieran determinadas con la numeración de sus responsabilidades.

Se debe hacer referencia a la política global de la empresa en el área de recursos humanos, especialmente si el tamaño de la empresa aconseja crear una división específica del personal; e igualmente es necesario formular un organigrama de la empresa por áreas de actividad y con las personas específicas, si existieran, en los puestos de responsabilidad gerencial.

#### **4.1.10.6. Estudio Financiero**

El estudio financiero es probablemente la parte más importante del plan de negocio. Pues en él se recoge toda la información desarrollada y cuantificada en unidades monetarias de cada uno de los planes de actuación, que corresponden a cada una de las áreas funcionales de la empresa.

Es una herramienta imprescindible de usar a la hora de analizar la viabilidad económica y financiera a corto, mediano y largo plazo, de un proyecto empresarial, tanto en una empresa de creación como en

aquellas que están en funcionamiento y deben seguir con su trayectoria de expansión y consolidación.

Esta es la sección del plan que obtendrá la máxima atención de los inversionistas. Todas las ideas, conceptos y estrategias expuestos en el plan de negocios confluyen en un estado financiero y sus proyecciones (Ceballos, Guía para elaborar un plan de negocios, 2011).

El estudio financiero es sumamente importante porque permite:

- ❖ Determinar los recursos económicos necesarios para la realización del plan de negocios.
- ❖ Determinar los costos totales del negocio, es decir, los costos de producción, ventas y administración.
- ❖ Determinar el monto de inversión inicial necesario para dar inicio al negocio.
- ❖ Evaluar la rentabilidad económica y financiera del plan de negocios (Villarán, 2009).

### **Inversión Inicial**

Es el proceso por el cual un empresario o inversionista decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo a la que se le denomina vida útil. La inversión inicial comprende la adquisición de activos fijos o tangibles, activos diferidos o intangibles y el activo circulante o capital de trabajo.

#### **❖ Activos fijos**

Son los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

#### ❖ **Activos diferidos**

Son el conjunto de bienes de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento incluyen patentes, marcas, diseños comerciales, gastos preoperativos, entre otros.

#### ❖ **Activo circulante**

Está formado por los recursos monetarios necesarios para el funcionamiento normal del negocio, durante su ciclo o fase operativa. En su estimación se contempla facilidades requeridas para la compra de materiales, fabricación de productos o para la comercialización en términos competitivos (Baca, 2007).

### **Costos**

Los costos son desembolsos monetarios relacionados justamente con la fabricación del producto o la prestación del servicio ya sea en forma directa o indirectamente.

#### ❖ **Costos fijos**

Son aquellos costos que permanecen constantes durante un periodo de tiempo determinado, sin importar el volumen de producción.

#### ❖ **Costos variables**

Son aquellos que están en función del volumen de la producción y de las ventas, es decir varían a las fluctuaciones de la producción de un período (Bortero, 2011).

### **Ingresos**

Ingresos es sin duda uno de los elementos más esenciales y relevantes con los que se puede trabajar. Se entiende por ingresos a todas las ganancias que ingresan al conjunto total del presupuesto de una entidad,

ya sea pública o privada, individual o grupal. En términos más generales, los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia. (Valdivieso, 2013).

### **Estado de pérdidas y ganancias**

También llamado Estado de Resultados, es un estado financiero que muestra la ganancia (utilidad) o pérdida de un periodo determinado, es decir, la rentabilidad del negocio desde un punto de vista operativo. Los principales componentes de un estado de pérdidas y ganancias son: ventas, costos de ventas, utilidad bruta, gastos de ventas y administrativos, impuestos, utilidad antes de impuestos, utilidad neta, entre otros.

El estado de pérdidas y ganancias permite determinar luego de un periodo de funcionamiento del negocio, si se obtuvo utilidad o pérdida. Con esa información el empresario podrá analizar su situación financiera, su estructura de ingresos, costos y tomar decisiones acertadas sobre el futuro de su empresa (Villarán, 2009).

### **Punto de equilibrio**

Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

El punto de equilibrio normalmente se establece en unidades físicas o unidades monetarias, y es sumamente útil para conocer cuánto es lo mínimo que se debe vender para que los gastos fijos de la empresa y los gastos variables de las unidades producidas estén cubiertos.

Para hallar el punto de equilibrio, es importante definir el margen de contribución, que es la diferencia entre el precio de venta del producto o

servicio y los costos unitarios variables en los que se ha incurrido para su producción (Ceballos, Guía para elaborar un plan de negocios, 2011).

### **Evaluación Financiera**

Permite demostrar que la inversión propuesta es o no económicamente rentable mediante la combinación de operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basada en valores actuales de ingresos y gastos (Villarán, 2009).

Los indicadores generalmente utilizados para evaluar financieramente un proyecto son:

#### **Flujo de Caja**

El flujo de caja es la herramienta básica de planificación financiera y de evaluación de proyectos, muestra todos los ingresos y egresos, actuales y futuros, que tiene o tendrá un plan de negocios. Empieza con la inversión inicial y luego se incluye la proyección de ventas (Ceballos, Guía para elaborar un plan de negocios, 2011).

El flujo de caja sirve para:

- ❖ Planificar, ordenar y controlar la liquidez de la empresa por un periodo determinado.
- ❖ Ver si se puede cumplir con los compromisos adquiridos en las fechas programadas.
- ❖ Evaluar la posibilidad de gestionar un financiamiento adicional.
- ❖ Evaluar la necesidad de cambiar las condiciones de plazo en el cobro a clientes y el pago a proveedores.
- ❖ Determinar la utilidad económica del proyecto y estimar su rentabilidad.

El flujo de caja muestra todos los ingresos y egresos, actuales y futuros, que tiene o tendrá un plan de negocios. La cifra de ventas será calculada en base a la estimación de la demanda hecha como resultado del sondeo de mercado, de las políticas de precios y descuentos establecidas por el plan de marketing. En segundo lugar se incluyen los gastos y finalmente el financiamiento.

En resumen, el flujo de caja debe considerar tres aspectos importantes: ingresos, egresos y financiamiento (Villarán, 2009).

### **VAN (Valor Actual Neto)**

El Valor Actual Neto (VAN) es un método que se utiliza para la valoración de distintas opciones de inversión. Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en nº de unidades monetarias.

El VAN sirve para generar dos tipos de decisiones: en primer lugar, ver si las inversiones son efectuales y en segundo lugar, ver qué inversión es mejor que otra en términos absolutos.

Los criterios de decisión van a ser los siguientes:

**VAN > 0:** el valor actualizado de los cobros y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento elegida generará beneficios.

**VAN = 0:** el proyecto de inversión no generará ni beneficios ni pérdidas, siendo su realización, en principio, indiferente.

**VAN < 0:** el proyecto de inversión generará pérdidas, por lo que deberá ser rechazado (Velayos, 2014).



## **TIR (Tasa Interna de Retorno)**

La Tasa Interna de Retorno, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. También es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario si la Tasa Interna de Retorno es menor a la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues se estima un rendimiento menor al mínimo requerido.

Los beneficios de la Tasa Interna de Retorno son los siguientes: Se concentra en los flujos netos de efectivo del proyecto al considerarse la tasa interna de retorno como una tasa efectiva. Se ajusta al valor del dinero en el tiempo y puede compararse con la tasa mínima de aceptación de rendimiento, tasa de oportunidad, tasa de descuento o costo de capital (Gonzalez, 2009).

## **Relación Beneficio/ Costo**

El indicador beneficio-costos se interpreta con la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:  $B/C > 1$  significa que el proyecto tiene una rentabilidad asociada mayor que la tasa de mercado (tasa de descuento), por lo tanto es más conveniente (Fierro, 2012).

## **Periodo de Recuperación de Capital**

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo

o inversión inicial. Este indicador es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión (Iturrioz, 2012).

### **Análisis de sensibilidad**

Se denomina análisis de sensibilidad al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (que tan sensible es) la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto (Baca, 2007).

El análisis de sensibilidad determina la solidez o fortaleza del proyecto desde el punto de vista financiero, evalúa los resultados al modificar el valor de una variable considerada como susceptible de cambio en el período de evaluación, o sea mide hasta qué punto afectan los incrementos en los costos y la disminución en los ingresos, afectados por los precios, para tal efecto se requiere de modificar los flujos de caja.

Para evaluar los coeficientes de sensibilidad se debe considerar los siguientes criterios:

- a) Si el coeficiente es menor que 1, el proyecto no es sensible.
- b) Si el coeficiente es igual a 1, no existe ningún cambio en el proyecto.
- c) Si el coeficiente es mayor que 1, el proyecto es sensible.

La finalidad del análisis de sensibilidad consiste en mejorar la calidad de la información para que el inversor tenga una herramienta adicional para decidir si invierte o no en el proyecto (Lledó, 2010).

#### **4.1.10.7. Estudio Ambiental**

Se define como un proceso de investigación, predicción, interpretación y comunicación de los posibles efectos que un determinado proyecto puede tener en el medio ambiente. El manejo de las diferentes formas de impacto ambiental causado por la acción de diversas actividades en un

proyecto requiere de medidas administrativas bien estructuradas y aplicadas. La primera de esas medidas debe ser la realización de los Estudios de Impacto Ambiental previos al desarrollo de cualquier programa o proyecto de desarrollo.

El estudio ambiental es un método efectivo para determinar cuándo un proyecto será sostenible, y si lo es, para elaborar las medidas a tomar para garantizar que seguirá siendo sostenible. Debidamente aplicado el estudio de impacto ambiental puede minimizar el deterioro de los recursos naturales y la degradación ambiental o social que normalmente acompaña a todo el desarrollo de un proyecto (Reyes, 2011).

#### **4.1.11. Capacidad Instalada**

Es aquella que indica cual será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles. Se puede medir en cantidad de bienes y servicios producidos por unidad de tiempo (Nunes, 2015).

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/ conocimientos, etc.

El uso de la capacidad instalada depende de las cantidades producidas, es decir de la ocupación de la infraestructura para generar los bienes y servicios para los cuales fue diseñada. (Jara, 2015).

#### **4.1.12. Capacidad Utilizada**

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace se trabaja en un determinado proyecto, esta capacidad está dada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. En

proyectos nuevos ésta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa ésta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada (Fernandez, 2013).

#### **4.1.13. Entrevista**

La entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto (Galan, 2012).

#### **4.1.14. Encuesta**

Cuestionario elaborado en función a los objetivos de la investigación de mercado, con la finalidad de recabar información sobre los clientes, el mercado, la competencia e información y opinión relativa a todo aquello que sea de interés para la empresa (Villarán, 2009).

#### **4.1.15. FODA**

El análisis FODA, también conocido como matriz DAFO, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada. Es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto, y planificar una estrategia de futuro (Garzozi, 2014).

Dado lo anterior, se pueden plantear las siguientes definiciones:

#### **❖ Fortalezas**

Son las características y capacidades internas de la organización que le han permitido llegar al nivel actual de éxito y lo que le distingue de la competencia (ventaja competitiva).

#### ❖ **Debilidades**

Son las características y capacidades internas de la organización que no están en el punto que deberían para contribuir al éxito y más bien provocan situaciones desfavorables.

#### ❖ **Oportunidades**

Son aquellos factores externos a la organización que ésta puede aprovechar para obtener ventajas competitivas. La organización no los controla y no dependen de ésta, pero puede obtener ventajas de tales hechos relevantes.

#### ❖ **Amenazas**

Son aquellas situaciones que presenta el entorno externo a la organización, que no puede controlar pero le pueden afectar desfavorablemente y en forma relevante (Orlich).

Una vez elaborada la matriz FODA que en lista cuales son los factores internos y externos que influyen en el desempeño de una organización, el siguiente paso es elaborar las matrices MEFI Y MEFE que ayudaran a enriquecer el análisis estratégico de la empresa.

#### **4.1.16. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)**

La Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) es un instrumento para formular estrategias. Resume y evalúa las fortalezas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas.

La matriz MEFI se desarrolla siguiendo cinco pasos:

- ❖ Hacer una lista de las fortalezas y debilidades de la organización para su análisis.
- ❖ Asignar un peso entre 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante); el peso otorgado a cada factor expresa su importancia relativa, y el total de todos los pesos debe dar la suma de 1.0.
- ❖ Asignar una calificación entre 1 y 4, en orden de importancia, donde el 1 es irrelevante y el 4 se evalúa como muy importante.
- ❖ Efectuar la multiplicación del peso de cada factor para su calificación correspondiente, para determinar una calificación ponderada de cada factor, ya sea fortaleza o debilidad.
- ❖ Sumar las calificaciones ponderadas de cada factor para determinar el total ponderado de la organización en su conjunto.

#### **4.1.17. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)**

El objetivo de esta matriz es permitir a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva de la empresa bajo estudio. La elaboración de una Matriz de Evaluación de Factores Externos consta de cinco pasos:

- ❖ Hacer una lista de oportunidades y amenazas externas con que cuenta la empresa
- ❖ Asignar un peso relativo a cada factor, de 0.0 (no es importante), a 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia relativa que tiene ese factor para alcanzar el éxito. Las oportunidades suelen tener pesos más altos que las amenazas, pero éstas, a su vez, pueden tener pesos altos si son especialmente graves o amenazadoras. La suma de todos los pesos asignados a los factores debe sumar 1.0.
- ❖ Ponderar con una calificación de 1 a 4 para cada uno de los factores considerados determinantes para el éxito, con el propósito de evaluar si las estrategias actuales de la empresa son realmente eficaces, el 4

es una respuesta considerada superior, 3 es una respuesta superior a la media, 2 una respuesta de término medio y 1 una respuesta mala.

- ❖ Multiplicar el peso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada.
- ❖ Sumar las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total del ponderado de la organización en cuestión (Ponce, 2008).

#### **4.1.18. Matriz de Estrategias FODA**

Esta matriz debe tener acciones lo suficientemente preparadas para que estas sean objetivas, controlables, o susceptibles de hacerle seguimiento con base en indicadores de gestión. Deben ser acciones precisas a ejecutar, no se debe caer en actividades genéricas o intangibles que pueden resultar incontrolables.

- ❖ **Estrategias FO (Fortalezas y Oportunidades)**

Usan las fuerzas internas de la empresa para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas.

- ❖ **Estrategias DO (Debilidades ante Oportunidades)**

Pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas.

- ❖ **Estrategias FA (Fortalezas para enfrentar las Amenazas)**

Aprovechan las fuerzas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas.

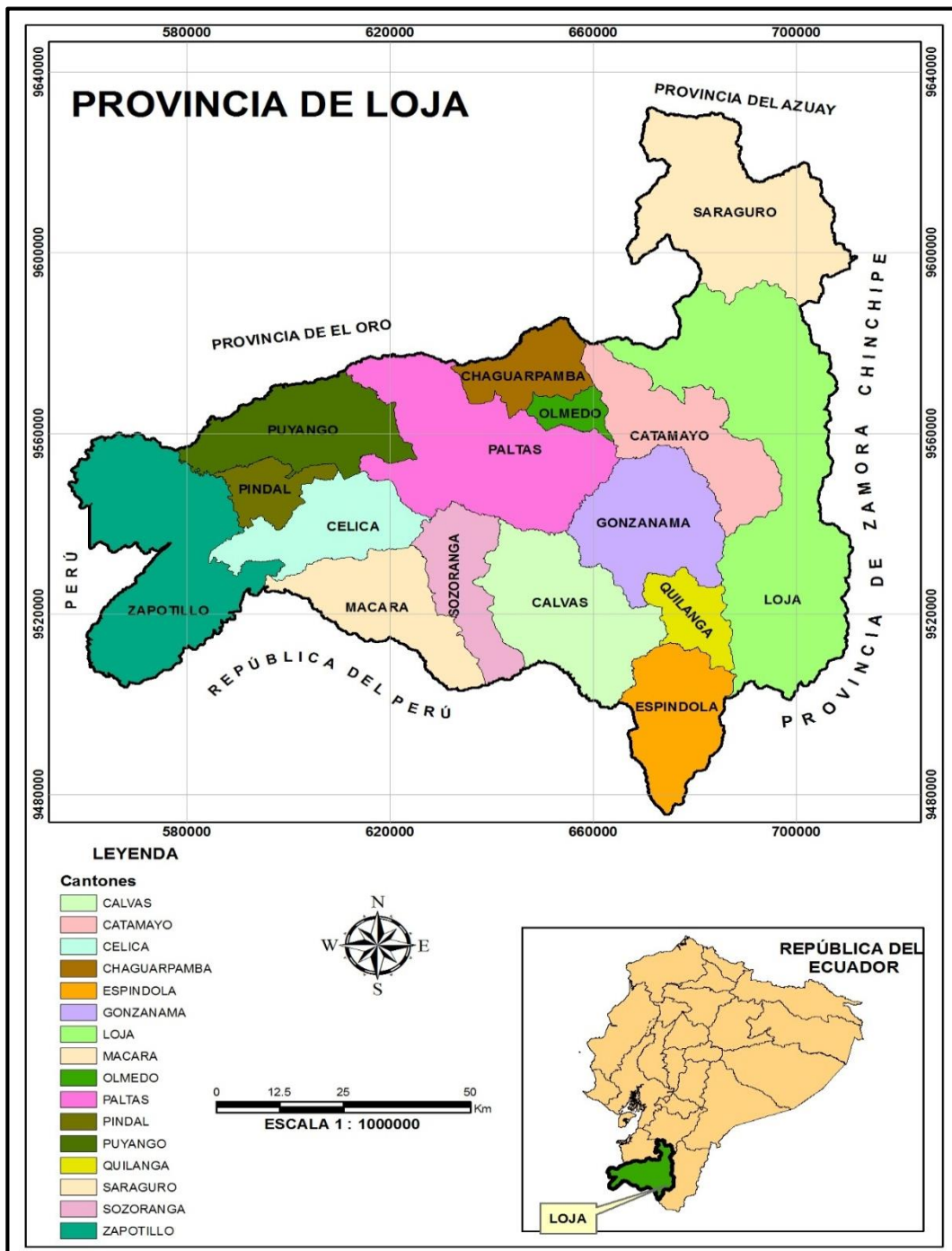
- ❖ **Estrategias DA (Debilidades para resistir a las Amenazas)**

Son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno (Treviño, 2013).

## 4.2. Marco Referencial

### 4.2.1. Datos generales de la provincia de Loja

Gráfico N° 1: Mapa de la provincia de Loja



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la provincia de Loja 2014  
Elaboración: GAD Provincial de Loja



### ❖ **Ubicación**

La provincia de Loja conocida como la “Centinela del Sur” está situada en el suroeste de la cordillera oriental de los Andes a 3° 19' 45,508" latitud sur y 79° 5' 42,831" longitud oeste.

Loja es una de las provincias más extensas de la sierra ecuatoriana; su capital es la ciudad de Loja fundada por Alonso de Mercadillo el 8 de diciembre de 1548.

### ❖ **Límites**

Al norte con las provincias del Azuay y El Oro.

Al sur con la República del Perú.

Al este con la provincia de Zamora Chinchipe

Al oeste con la República del Perú

### ❖ **Extensión**

Abarca una extensión de 11.065,42 km<sup>2</sup>.

### ❖ **Clima**

En el territorio provincial existen diferentes regímenes: tipo costa al suroeste, en el cual se presenta la temporada lluviosa de diciembre a mayo, con mayor incidencia en los meses de enero a marzo; típicamente andino en el centro, con una temporada lluviosa de octubre a abril; y, oriental o amazónico hacia el oriente, correspondiente a las estribaciones de la cordillera de los Andes, donde se presentan lluvias con mayor frecuencia a lo largo de todo el año.

Dentro de la provincia se destacan los siguientes tipos de climas: tropical mega térmico seco, ecuatorial mesotérmico semihúmedo; ecuatorial mesotérmico seco y ecuatorial frío de alta montaña.

### ❖ **División política y administrativa**

En la actualidad la provincia de Loja está dividida jurisdiccionalmente en 16 cantones como son: Loja, Calvas, Catamayo, Celica, Chaguarpamba, Espíndola, Gonzanamá, Macará, Olmedo, Paltas, Pindal, Puyango, Quilanga, Saraguro, Sozoranga y Zapotillo, además cuenta con 78 parroquias rurales y 24 parroquias urbanas.

### ❖ **Economía**

Tradicionalmente la economía de la provincia de Loja se basa en actividades del sector primario, particularmente en la agricultura y ganadería, caracterizándose en el sector agrícola la producción de cultivos permanentes y transitorios, entre ellos los de mayor producción son: caña de azúcar, café, banano, maíz, yuca y arroz, mientras que en la actividad ganadera se destaca crianza de ganado vacuno, porcino y animales menores.

### ❖ **Turismo**

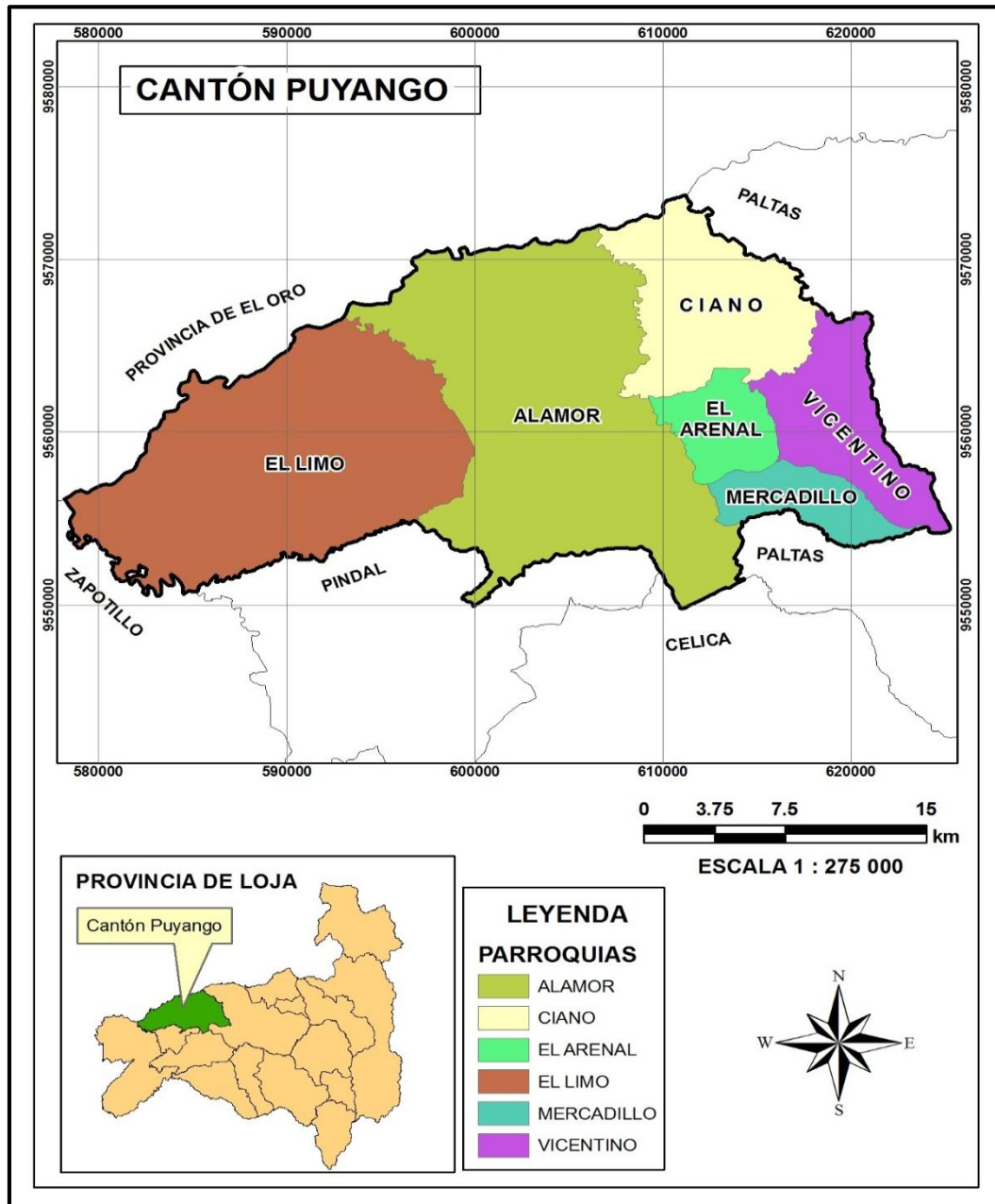
Los lugares más visitados de la provincia de Loja son: Vilcabamba, Parque Nacional Podocarpus, El Cisne, Saraguro, Malacatos, Quinara, Catamayo y el Bosque Petrificado de Puyango.

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

En el territorio de la provincia se han identificado además dos conjuntos turísticos; el primero está formado por los cantones Puyango, Pindal, Celica y Zapotillo y el segundo conjunto está integrado por Calvas, Macará y Sozoranga (Loja, 2014).

#### 4.2.2. Datos generales del cantón Puyango

Gráfico N° 2: Mapa del cantón Puyango



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Puyango 2014

Elaboración: GAD Municipal del cantón Puyango

#### ❖ Ubicación

El cantón Puyango se encuentra ubicado en el extremo sur occidental de la provincia de Loja a 214 Km de la capital provincial. Puyango toma el

nombre del río principal que lo riega, proviene de la palabra quechua palta Puyu = río nublado, boscoso y musgoso.

#### ❖ **Superficie**

El cantón Puyango posee una superficie de 634 Km<sup>2</sup>, que representan el 5,7 % del territorio provincial.

#### ❖ **Límites**

Al norte con el cantón Las Lajas de la provincia de El Oro.

Al sur con los cantones Pindal y Celica.

Al este con el cantón Paltas.

Al oeste con el cantón Zapotillo y la República del Perú.

#### ❖ **Población**

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Puyango hasta el año 2014, la población del cantón es de 16.196 habitantes, de los cuales el 49,17% corresponde al sexo femenino y 50,83% corresponde al sexo masculino.

#### ❖ **División política y administrativa**

Puyango se divide en: una parroquia urbana, cinco parroquias rurales y 99 barrios.

Parroquia Urbana: Alamor que a su vez es la cabecera cantonal.

Parroquias Rurales: Ciano, El Arenal, El Limo, Mercadillo y Vicentino.

#### ❖ **Actividades económicas**

La población se dedica en su gran mayoría a la ganadería y agricultura produciendo básicamente café, maíz, zarandaja, maní, guineo, yuca etc.,

debe señalarse que el cantón por su ubicación tiene un gran movimiento comercial con la provincia de El Oro.

#### ❖ Atractivos turísticos

Los principales atractivos naturales y culturales que se encuentran en el cantón Puyango son: Bosque Petrificado de Puyango, Las Pampas de Guambona, Reloj de 8 esferas , Aguas Sulfurosas de El Arenal, Bosque de Marfil o de Tagua, Centro Histórico de la ciudad de Alamor, La Piedra del Sol, Cascada de Landara y Quebrada de Cochurco (Puyango, 2014).

#### 4.2.3. Datos generales de la parroquia Ciano

Gráfico N° 3: Mapa de la parroquia Ciano



Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Ciano 201  
 Elaboración: GAD Parroquial de Ciano

### ❖ **Ubicación**

La parroquia Ciano se encuentra al noreste del cantón Puyango; geográficamente se ubica a 79° longitud occidental y a 3,9 ° latitud sur. El rango altitudinal está comprendido entre los 800 msnm en la parte más baja hasta los 1850 msnm en la parte más alta.

### ❖ **Límites**

**Norte:** Con la parroquia El Paraíso del cantón Las Lajas (El Oro)

**Sur:** Con las parroquias El Arenal y Vicentino

**Este:** Con la parroquia Orianga del cantón Paltas

**Oeste:** Con la parroquia Alamor.

### ❖ **Población**

Según el último censo de población y vivienda del 2010 realizado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) la parroquia cuenta con una población 1.426 habitantes divididos en 357 familias.

### ❖ **Superficie**

Ciano comprende una superficie de 81,08Km<sup>2</sup> (8.109,07Ha) que corresponde al 12,79% del área total del cantón Puyango.

### ❖ **División política - administrativa**

La parroquia Ciano está conformada por los siguientes barrios:

Ciano Alto (Cabecera parroquial)

Ciano Nuevo

Valle Hermoso

Las Cochas

Guajalanche

Palmeritas

Cerro Verde  
Alto de la Cruz  
Pindal de Ciano  
Puyango Nuevo  
Cumbrerillas.

#### ❖ **Clima**

En la parroquia se presenta el clima ecuatorial mesotérmico semi húmedo, en las partes bajas la temperatura alcanza los 26° C, y en las partes de cordillera la temperatura fluctúa entre los 14° C y 18° C. Las precipitaciones anuales fluctúan entre 700 y 2000 mm y están repartidas en dos estaciones muy marcadas: estación lluviosa que va desde diciembre a mayo y la estación de verano comprende los meses de junio a noviembre.

#### ❖ **Hidrografía**

La parroquia Ciano se encuentra ubicada dentro de dos Subcuencas: Subcuenca Tanime y Subcuenca Drenajes Menores, que forman la Cuenca del Río Puyango.

Dentro del territorio parroquial encontramos las siguientes quebradas: Quebrada Cochurco, Quebrada San Ignacio, Quebrada Magdalena, Quebrada El Arenal y la Quebrada Tunima que aguas abajo toma el nombre de Quebrada De Shoa. La parte norte de la parroquia se encuentra atravesada por el Río Puyango que tiene un recorrido de 6,5 km dentro del territorio.

#### ❖ **Flora**

Ciano es rica en una variada vegetación, compuesta de diversas especies nativas como: helechos, musgos, bromelias, orquídeas, líquenes y árboles maderables. Entre las principales especies forestales de la zona

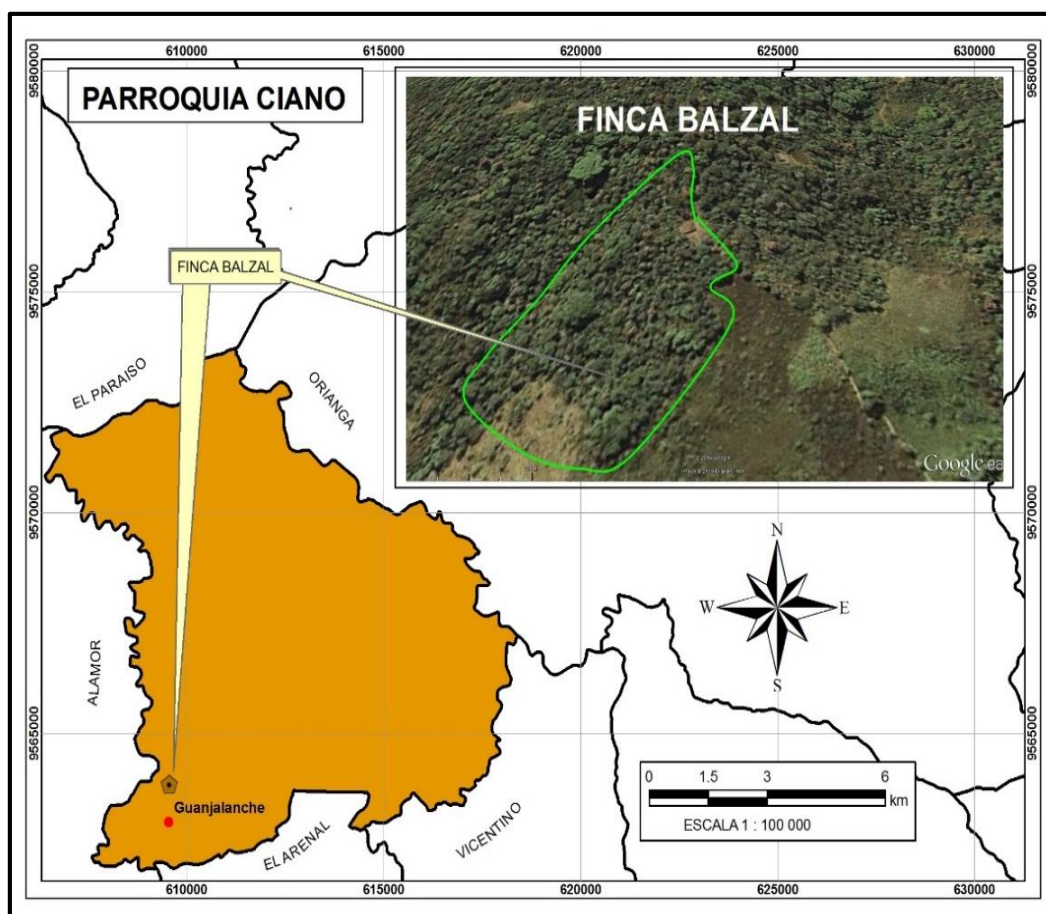
tenemos: Higuerón, Vainillo, Balsa, Nogal, Pico Pico, Guarumo, Almendro, Guaba musga, Cedro, Laurel, Guayacán, Amarillo, Zambumba, Hijanonga Guápala, etc.

#### ❖ Fauna

Existe una diversidad de animales silvestres como: tigrillos, perezosos, armadillos, guanchacas, yamalas, guatusas, ardillas, conejos, venados, etc. Entre las aves más representativas que se pueden encontrar tenemos: chilalos, pava de monte, pericos, perdiz, carpintero, paloma torcaza, chirocas, tordos, chumbiz, pasachas entre otras, además de diversas clases de reptiles (Ciano G. A., 2015).

#### 4.2.4. Datos generales de la finca “Balzal”

**Gráfico N° 4: Mapa de ubicación de la finca “Balzal”**



Fuente: CINFA

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda



La finca “Balzal” está ubicada en el sector Guajalanche al sur de la parroquia Ciano en la zona altitudinal media a 1200 msnm, goza de un clima templado con una temperatura que va desde los 20° C a 24° C. Recibe este nombre porque el sector en donde se encuentra ubicada se llama Balzal, razón por la cual sus propietarios para su fácil identificación decidieron establecer como nombre de la finca “Balzal”.

La finca “Balzal”, cuenta con quince hectáreas, en donde 10 de ellas están dedicadas a la agricultura orgánica. Este espacio ha pertenecido a la familia Granda Córdova desde hace 30 Años, tiempo que le ha servido para adquirir la suficiente experiencia en el cultivo, producción y comercialización de café de altura.

Gracias a las óptimas condiciones de la tierra se cultivan productos de clima templado y cálido como: café, cacao, plátano, guineo, naranja, mandarina, maracuyá, mora, badea, caña de azúcar, limón, papaya, chirimoya, entre otros; la actividad pecuaria está representada por la crianza de ganado porcino, cuyes y aves de corral.

Las principales especies de flora que existe dentro de la finca son: Higuerón, Cedro, Guayacán, Roblón, Vainillo, Balsa, etc. Entre las especies de fauna se destacan las siguientes: zorro, perezosos, guatusa, yamala, guatusa, pájaro carpintero, chilalos, chiroca, etc.

Para dirigirse a este lugar desde la ciudad de Alamor se puede tomar el eje vial 25 llamado “Troncal de la Costa”, hasta llegar al sitio denominado Nubes, desde donde se continúa por una vía de tercer orden que tiene aproximadamente 2 km la misma que conduce hasta la finca “Balzal”, otra forma de acceder es dirigiéndose desde la ciudad de Alamor hacia la parroquia Ciano hasta la altura del barrio Las Cochas, luego se toma la vía de segundo orden que conduce hacia el sector denominado Guajalanche y finalmente se toma una vía de tercer orden que tiene 4km y precisamente termina en esta finca.

## **5. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **5.1. Materiales**

Los materiales que se utilizaron para la elaboración del proyecto de tesis fueron:

#### **5.1.1. Materiales bibliográficos**

Libros, revistas, tesis, documentos web, metodología para inventarios de atractivos turísticos, fichas de inventario del Ministerio de Turismo, etc.

#### **5.1.2. Materiales de oficina**

Hojas de papel bond, esferográficos, impresiones, cuadernos, grapadora, carpetas.

#### **5.1.3. Materiales tecnológicos**

Infocus, internet, cámara fotográfica, flash memory, grabadora, computador, calculadora.

### **5.2. Métodos**

Para el desarrollo del presente proyecto de tesis se emplearon los siguientes métodos y técnicas:

#### **5.2.1. Método analítico**

Este método permitió realizar un análisis exhaustivo de los factores internos y externos que inciden en la finca “Balzal”; además se utilizó para la interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas aplicadas a los turistas, población y autoridades de la localidad.

### **5.2.2. Método Descriptivo**

Con la aplicación de este método se logró describir las características del área de estudio, y presentar sistemáticamente los resultados del diagnóstico de la situación actual de la finca.

### **5.2.3. Método Deductivo**

Este método se lo utilizó para recoger información a partir de datos generales con la finalidad de llegar a ideas más específicas, permitió además realizar las respectivas conclusiones en base a la problemática que tengan criterios técnicos para beneficio del área de estudio.

### **5.2.4. Método Científico**

La aplicación de este método permitió confrontar teorías desarrolladas con la observación de la realidad y a partir de ello buscar soluciones a los principales problemas que se presentaron durante el transcurso de la investigación.

### **5.2.5. Método Inductivo**

Con este método se logró estudiar las particularidades del sitio en estudio con la finalidad de determinar su incidencia social y económica en el sector.

## **5.3. Técnicas**

### **5.3.1. Observación Directa**

Con esta técnica se logró evidenciar el estado actual de la finca y a la vez se determinó las necesidades que tiene y que estrategias se deberían implementar para su desarrollo turístico.

### **5.3.2. Entrevista**

Se aplicó esta técnica con el fin de obtener información real a través de las personas involucradas directamente con la finca y autoridades de la localidad, dicha información fue de gran valía para el proceso de la investigación, específicamente en el desarrollo del segundo objetivo.

### **5.3.3. Encuesta**

En el caso del proyecto de plan negocios para la finca “Balzal” las encuestas se aplicaron a los turistas y población económicamente activa del cantón Puyango, con el propósito de obtener datos cuantitativos y cualitativos de la demanda e identificar los deseos y preferencias de la misma y en base a ello proponer algunas pautas para un correcto manejo del plan de negocios y una adecuada aceptación de la finca.

### **5.3.4. Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARPP)**

Se puso en práctica en el tercer objetivo y sirvió para socializar los resultados de la investigación de manera directa con las personas implicadas, permitiendo de esta manera tomar sus opiniones acerca del presente trabajo.

## **5.4. Metodología por objetivos**

Para dar cumplimiento al primer objetivo: **Realizar un diagnóstico turístico de la situación actual de la Finca “Balzal de la parroquia Ciano**; se utilizó los métodos analítico, científico y descriptivo los cuales sirvieron para obtener datos generales y realizar el análisis exhaustivo del sitio en estudio. Las técnicas que se emplearon fueron: la observación directa, ésta permitió conocer de cerca la realidad de la finca, así como también realizar las fichas descriptivas y de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo (Ver Anexo 6); así mismo se aplicaron

entrevistas que fueron dirigidas al Sr. Juan Ernesto Granda Córdova (Propietario de la finca “Balzal”) Ver anexo 4 y al Sr. Johnson Granda Dávila (Gerente de la Mancomunidad Las Meliponas) Ver anexo 5.

La encuesta estuvo orientada a los turistas que visitan el cantón Puyango y a la Población Económicamente Activa (PEA) del mismo (Ver Anexo 3).

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir la cantidad de personas a encuestar se consideró como universo a la Población Económica Activa (PEA) del cantón Puyango proyectada para el año 2016, la misma que se realizó con la tasa de crecimiento poblacional de la provincia de Loja (1,15%) dato proporcionado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos). Así mismo se tomó en consideración el número de turistas que visitaron el canton Puyango en el año 2015 información otorgada por el GAD Municipal del Cantón Puyango, dicho dato fue proyectado con la tasa de crecimiento de turistas de la provincia de Loja que de acuerdo al Ministerio de Turismo es de 0,53%.

A continuación se muestra la proyección de la Población Económicamente Activa del cantón Puyango hasta el año 2016.

**Cuadro N° 1: Proyección del PEA del cantón Puyango**

Cantón	PEA 2010	Tasa de crecimiento	Año	Proyección PEA
Puyango	5.587	1,15%	2011	5.651
			2012	5.716
			2013	5.782
			2014	5.848
			2015	5.916
			2016	5.984

**Fuente:** INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

En el siguiente cuadro se indica la proyección de turistas al año 2016

**Cuadro N° 2: Proyección de turistas que visitan Puyango**

<b>Año</b>	<b>Turistas</b>	<b>% Tasa de crecimiento</b>
2015	3.496	0,53%
2016	3.515	0,53%

**Fuente:** GAD Municipal del cantón Puyango  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 3: Turistas y PEA del cantón Puyango**

<b>Universo</b>	<b>Total</b>
Turistas	3.515
Población Económica Activa) del cantón Puyango	5.984
<b>TOTAL</b>	<b>9.499</b>

**Fuente:** Cuadro N°1 y 2  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

Por consiguiente se empleó la fórmula de universos conocidos para determinar el número real de encuestas a aplicar

$$n: \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Reemplazando:

**z:** nivel de confianza 1.96

**q:** probabilidad de fracaso 0.5

**p:** probabilidad de éxito 0.5

**N:** universo

**e:** error estándar (0.05)

Desarrollo de la formula:

$$n: \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n: \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 9499}{(0,05)^2(9499 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n: \frac{3,8416 * 2374,75}{23,7475 + 0,9604}$$

$$n: \frac{9122,8396}{24,7054}$$

$$n = 369$$

### Distribución muestral

La distribución muestral se la realizó con el fin de conocer de una forma más detallada las encuestas que se debían aplicar a los turistas y PEA del cantón Puyango como se detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 4: Distribución muestral**

Universo	N° de personas	Porcentaje	N° Encuestas
PEA Puyango	5.984	63%	232
Turistas	3.515	37%	137
<b>Total</b>	<b>9.499</b>	<b>100%</b>	<b>369</b>

Fuente: Cuadro N°3

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Además se elaboró el análisis FODA para determinar la situación interna y externa de la finca y con esta información se procedió a realizar la matriz de estrategias dando está a la vez los objetivos estratégicos de la investigación

Para el desarrollo del segundo objetivo **Proponer el plan de negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja**; se aplicó los métodos deductivo e inductivo, estos ayudaron a simplificar la información obtenida en el primer objetivo y a estructurar la propuesta. También se utilizó los datos

proporcionados a través de las encuestas, entrevistas, los mismos que permitieron realizar los diferentes estudios que contempló la propuesta del plan de negocios.

Finalmente en el tercer objetivo **Socializar la propuesta con el personal de la finca “Balzal” y autoridades de la parroquia Ciano**; se empleó la técnica MARPP la misma que se hizo en tres fases:

Primera: Se convocó a los actores involucrados con la investigación.

Segunda: Se presentó a todos los asistentes con apoyo de material visual los resultados del diagnóstico del área de estudio, indicando principalmente las debilidades y aciertos del mismo; posterior a esto se expuso la propuesta del proyecto indicando las oportunidades que se obtendrían al aplicar el mismo.

Tercera: Se recopiló todas las conclusiones y recomendaciones dadas por los asistentes como resultado de la presentación de la propuesta



## 6. RESULTADOS

### 6.1. Diagnóstico turístico de la situación actual de la finca “Balzal” de la parroquia Ciano.

#### 6.1.1. Análisis Externo

Para el análisis externo se procedió a evaluar la realidad del macroentorno del área del estudio a través de los factores demográfico, económico, político, tecnológico, sociocultural y ambiental.

##### 6.1.1.1. Factor Demográfico

###### ❖ Población del cantón Puyango

**Cuadro N° 5: Proyección de la población del cantón Puyango**

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Total</b>	16.240	16.239	16.231	16.217	16.196	16.169	16.133

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda realizado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el año 2010 el cantón Puyango registró un total de 16.240 habitantes. La proyección realizada por el INEC indica para los próximos años claramente un decrecimiento poblacional y para el año 2016 se espera que la población del cantón alcance los 16.133 habitantes.

Dentro del territorio Puyanguense una concentración poblacional “alta” se encuentra en la zona sur central oriental en la zona de Mercadillo, El Molino, Cango Viejo, Alamor, igual en la zona occidental cerca a la población de El Limo, Turinuma Alto, San José de Limo, San Francisco; y, una concentración “alta” también se ubica en su zona oriental, en poblaciones aledañas a la población de Vicentino, Cutanila, Loma Grande, La Hojada, Arenal, Las Cochas, Ciano.

En general, la mayoría de la población se concentra en zonas donde existe disponibilidad de servicios básicos, infraestructura de educación y salud; de preferencia con cercanía o con buena accesibilidad a superficies con vocación agrícola y pecuaria de tal manera que el recurso suelo sea una fuente de ingresos económicos para el hogar.

La población en el cantón Puyango se autoidentifica en un 90,2% como mestizo, el 3,5% como blanco, el 2,6% indígena, el 2,5% afroecuatoriano y el 1,1% como montubio

#### **Cuadro N° 6: Población Económicamente Activa del cantón Puyango**

<b>Parroquia</b>	<b>Alamor</b>	<b>Ciano</b>	<b>El Arenal</b>	<b>El Limo</b>	<b>Mercadillo</b>	<b>Vicentino</b>	<b>Total</b>
<b>PEA</b>	3153	389	318	803	422	502	5587
<b>Porcentaje</b>	56,4%	7%	5,7%	14,4%	7,6%	9%	100%

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

El desarrollo económico del cantón Puyango se basa principalmente en la producción ganadera, agrícola y el comercio, puesto que la población urbana y rural encuentra su principal fuente de ingresos en estos rubros. Las parroquias que concentran la mayor población económicamente activa son Alamor con el 56,4% y El Limo con el 14,4%. La población económicamente activa del cantón representa el 34,4% de la población total.

#### **Cuadro N° 7: Proyección de la población de la parroquia Ciano**

<b>Año</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
2010	721	705	1.426

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda.

La población de la parroquia Ciano según datos proporcionados por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el año 2010 fue de 1.426 habitantes, divididos en 721 hombres representando el 51% y 705 mujeres que constituyen el 49%, evidenciándose claramente una

reducción en comparación al año 2001, dicho decrecimiento poblacional se dio principalmente por motivos de migración

La tasa de crecimiento poblacional de la parroquia tiene una tendencia decreciente de acuerdo a los registros históricos del INEC, es así que la tasa inter-censal entre el año 1999- 2001 fue de -0,78% mientras que entre año 2001 y 2010 la tasa de crecimiento intercensal fue de -1,42%.

**Cuadro N° 8: Población por edad y sexo de la parroquia Ciano**

Edades	Hombre	Mujer	Total	% Total población
Menor a 1 año	13	6	19	1%
De 1 a 4 años	63	64	127	9%
De 5 a 9 años	75	83	158	11%
De 10 a 14 años	100	99	199	14%
De 15 a 19 años	79	60	139	10%
De 20 a 24 años	40	39	79	6%
De 25 a 29 años	41	38	79	6%
De 30 a 34 años	42	54	96	7%
De 35 a 39 años	44	56	100	7%
De 40 a 44 años	45	34	79	6%
De 45 a 49 años	28	37	65	5%
De 50 a 54 años	29	32	61	4%
De 55 a 59 años	33	30	63	4%
De 60 a 64 años	33	21	54	4%
De 65 a 69 años	22	19	41	3%
De 70 a 74 años	18	13	31	2%
De 75 a 79 años	11	11	22	2%
Mayor a 80 años	5	19	14	1%
<b>Total</b>	<b>721</b>	<b>705</b>	<b>1426</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

En la parroquia Ciano la población masculina es mayor con el 1.12% a la población femenina, por tanto de la población total la mayor parte son del grupo de edad de entre 1 a 19 años que representan el 43, 86% de toda la población y en mínimo porcentaje la población adulta mayor (80 años y más) que representan el 1 % de la población. El índice de envejecimiento en la parroquia Ciano es de 21,47, lo que significa que hay 21 adultos mayores de 65 años por cada 100 niños y jóvenes menores de 15 años

**Cuadro N° 9: Centros poblados de la parroquia Ciano**

<b>Comunidad</b>	<b>Extensión Ha.</b>	<b>Ocupación del territorio %</b>	<b>N° Habitantes</b>
Ciano Alto	1.031,92	12,71	168
Cerro Verde	1.028,33	9,43	56
Ciano Nuevo	870,21	10,71	261
Cumbrerillas	766,18	9,43	74
Valle Hermoso	477,35	5,88	138
Guajalanche	462,70	5,70	141
Palmeritas	392,09	4,83	26
Las Cochas	302,67	3,73	324
Alto de la Cruz	718,08	8,84	186
Puyango Nuevo	2.072,20	25,52	52
<b>Total</b>	<b>8.121,73</b>	<b>100%</b>	<b>1.426</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Según el censo del INEC del 2010, el barrio Las Cochas con 324 habitantes es quien concentra la mayor población a nivel de parroquia seguido del barrio Ciano Nuevo con 261 habitantes, Alto de la Cruz con 186 habitantes y la cabecera parroquial Ciano Alto con 168 habitantes. De acuerdo a los datos del último Censo de Población y Vivienda realizado en el 2010 la cabecera parroquial de Ciano concentra a 168 habitantes que representa el 12% de asentamientos humanos urbanos, pero globalmente el sector rural concentra a 9 barrios rurales que representan el 88% los asentamientos humanos.

La identificación étnica de la parroquia Ciano de acuerdo al censo del INEC 2010, está integrada en su totalidad por mestizos que representan el 100%.

### **Densidad demográfica**

Ciano se caracteriza por tener una pequeña extensión territorial y por su baja densidad poblacional, en efecto la parroquia para en el año 2010 registró una densidad de 17.55 habitantes /km<sup>2</sup>.

### **6.1.1.2. Factor Económico**

#### **Producto Interno Bruto**

En el año 2014 el turismo representó el 2% del PIB y se ubicó en la tercera fuente de ingresos no petroleros del país después del banano y el camarón, el porcentaje del consumo turístico receptor en el PIB se ubicó en el 1,5%, mayor al registrado en el 2013 (1,3%).

El ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la balanza de pagos (viajes y transporte de pasajeros) ascendió a 1.487,2 millones de dólares durante el año 2014, lo que representó el 3,7% en comparación con el 2013. Así mismo, fue el generador de 344.800 empleos directos e indirectos.

Según el Ministerio de Turismo, el ingreso de divisas por turismo en el año 2015, alcanzó los 1691,2 millones de dólares representado el 4,7 % en comparación con el 2014; el incremento en el ingreso de divisas motivó la confianza en el sector, manifestándose en el aumento de número de empleos en sectores afines al turismo.

Así, de acuerdo a la última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) realizada en 2015, el número de empleados en los sectores de Alojamiento y Servicios de Comida se ubicó en 405.819, registrando un incremento del 16.3% respecto al 2014 (el segundo incremento más importante en el país después del sector transporte) (Turismo M. , 2015).

Con la información acerca del PIB se logró conocer el porcentaje que representa el turismo en la economía del país, por lo que de acuerdo a los datos obtenidos se considera a este indicador dentro de la investigación como una gran oportunidad ya que el incremento de ingresos por turismo tiene una tendencia creciente en los últimos años.

## **Crecimiento turístico**

El turismo en el Ecuador muestra un gran dinamismo en los últimos años; entre el año 2007 y el 2015 las visitas internacionales pasaron de 937.523 a 1'560.429 (tasa de crecimiento de 6.51%), lo que financieramente significa un crecimiento de los ingresos de 492 millones a 1691 millones en el rubro de turismo. Países como Estados Unidos, Colombia y Perú son los principales emisores de viajes hacia el país, siendo Colombia el país que más emisión de turistas genera hacia Ecuador con (23,64%), seguido de Estados Unidos (16,66%) y Perú con (11,27%).

En los últimos tres años 2013, 2014 y 2015 es donde más se ha evidenciado un aumento de llegadas de extranjeros al país, en el 2013 ingresaron 1' 366.269 turistas, en el año 2014 se registraron 1'480.970 y en el 2015 1'560.429 turistas, de ellos 223.587 visitaron las Islas Galápagos.

El resultado de este crecimiento es de la aplicación de estrategias de comunicación y promoción que desarrolló el Ministerio de Turismo, entre las que se destacan las campañas All You Need Is Ecuador y Feel Again, que están orientadas a proyectar al país como uno de los mejores destinos turísticos internacionales, estas campañas le han permitido al Ecuador obtener varios premios y reconocimientos mundiales en los últimos cuatro años, el más destacado World's Leading Green Destination 2013 otorgado por World Travel Awards.

Respecto a los programas para incrementar el turismo interno se encuentran la campaña "Ecuador Potencia Turística" que incluye las iniciativas playas y baños limpios, además los préstamos entregados por el Banco Ecuatoriano de Seguridad Social (BIES) con facilidades financieras para motivar a los habitantes a conocer primero el país.

No se puede dejar de lado que la construcción de carreteras y aeropuertos también han sido aspectos importantes que han contribuido al crecimiento del turismo en el país.

Para el Ministerio de Turismo todos estos programas y campañas implementadas tienen como objetivo convertir al turismo, hasta el año 2018 en la primera actividad no petrolera del país (Turismo M. , 2015).

El crecimiento del sector turístico en el Ecuador es eminente, el mismo que se evidencia en el aumento de turistas que visitan el país año a año; razón por la cual en la investigación se ha considerado a este indicador como una oportunidad ya que al implementarse buenas estrategias de promoción y venta para los servicios y actividades turísticas que se pretende ofrecer en la, se lograría motivar la visita de turistas a este lugar.

### **Población Económicamente Activa de la Parroquia Ciano**

La PEA de la parroquia Ciano está conformada en su mayor parte por hombres que representan el 81.45% y la diferencia la conforman las mujeres con un 18.55%.

Las actividades económicas que se efectúan en la Parroquia Ciano son las agropecuarias, de tal manera que se desprenden la producción agrícola como el café, maíz, frutales y hortalizas, a diferencia de la producción pecuaria en donde se cría y engorda animales menores como aves, cerdos, ganado vacuno, abejas, cuyes entre otros, cuyo destino y comercialización aportan a la economía de la familias.

Los excedentes de la producción agropecuaria se venden en los mercados de la cabecera cantonal a intermediarios a precios impositivos dependiendo de la oferta y demanda que exista en el mercado es el costo de venta.

**Cuadro N° 10: Población Económicamente Activa de la parroquia Ciano**

<b>Actividad Económica</b>	<b>PEA</b>	<b>% PEA</b>
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	275	70,69%
Industrias manufactureras	7	1,80%
Construcción	13	3,34%
Comercio al por mayor y menor	2	0,51%
Transporte y almacenamiento	3	0,77%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	7	1,80%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	1	0,26%
Administración pública y defensa	17	4,37%
Enseñanza	17	4,37%
Actividades de la atención de la salud humana	6	1,54%
Artes, entretenimiento y recreación	1	0,26%
Actividades de los hogares como empleadores	1	0,26%
No declarado	39	10,03%
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

La población de la parroquia Ciano en el año 2010 fue de 1.426 habitantes, de los cuales 389 son personas que realizan o están en condiciones de desarrollar actividades económicas y representan el 27,28% de la Población Económicamente Activa.

Según datos oficiales del Censo Nacional de Población y Vivienda del 2010, se evidencia que la población ocupada por cuenta propia dentro del hogar y que aportan a la economía parroquial desde la Economía Popular y Solidaria es del 60.41%.

En la parroquia, la Población Económicamente Activa según la actividad que realizan está representada en un 70,69% por la rama de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, el 3,14% a la actividad de construcción, el 0,51% a la rama de comercio al por mayor y menor, el 4,37% a la administración pública y defensa, la actividad de enseñanza el 4,37%, industria manufacturera el 1,80%, transporte y almacenamiento el 0,77%, actividades de los hogares el 0,26%, personas que no declaran su



inclinación en rama de actividad el 10,03% y las actividades de artes, entretenimiento y recreación el 0,26%. (Ciano G. A., 2015).

### **Actividades económicas en la parroquia Ciano**

El sector económico en la parroquia Ciano se fundamenta en la ejecución de actividades agropecuarias como su mayor fuente de sobrevivencia, convirtiéndose de esta forma en el eje principal del desarrollo de sus habitantes. Las actividades económicas generadoras de ingresos en la parroquia están representadas de la siguiente manera:

#### **Actividad agrícola**

El 35,58% (8.109,07 ha) de la superficie de la parroquia Ciano está representada por la agricultura, siendo una actividad que combina los cultivos transitorios con los permanentes y además se practica la asociación de cultivos formando sistemas agroforestales.

Las siembras más destacadas son: sistemas de policultivo de ribera, donde se puede localizar fincas con café (principal producto cultivado); cuyos sistemas mixtos se asocian a árboles para sombras, entre ellos sobresalen: guineo, plátano, cítricos (naranja, limón, mandarina), frutales (mango, papaya, chirimoya), yuca, caña, entre otros.

La producción agrícola con mayor representatividad por hectáreas cultivadas se da de la siguiente manera: cultivos de pastos natural 60,72%, café el 34,23%, maíz el 4,52% y finalmente caña de azúcar con el 0,53%. Los cultivos tradicionales y la diversidad de ecosistemas agrícolas permiten ampliar el abastecimiento de productos alimentarios básicos.

El auto abastecimiento con estos productos se da en un 80% de los hogares de la parroquia.

## **Actividad pecuaria**

La actividad pecuaria de la parroquia Ciano ocupa una superficie de 64.42% respecto del total de la superficie de la zona, (8.109,07ha), está representada por la cría y engorde de ganado vacuno y porcino. En el caso del ganado vacuno su crianza es de forma tradicional (suelto en los pastizales). La producción de leche y quesillo lo hacen para el autoconsumo y el excedente para la venta. Las principales razas de ganado son braman y la mestiza, utilizadas con doble propósito (carne y leche). La producción de aves de corral es otra actividad que genera ingresos adicionales en los hogares de la parroquia y proporciona una fuente sustentable de alimentación para el consumo interno de las familias.

## **Comercio**

El comercio también es una fuente generadora de ingresos en la parroquia e incluye el expendio de productos de primera necesidad, este sector está integrado por 16 familias que representan el 3,72% del total de la población (Ciano G. A., 2015).

## **Oferta de servicios turísticos**

La parroquia Ciano posee una escasa oferta de servicios en lo referente a alimentación, alojamiento y esparcimiento, razón por lo cual se ha tomado como referencia la oferta de servicios turísticos que dispone la ciudad de Alamor (cabecera cantonal), centro urbano ubicado a tan solo 35 minutos de la parroquia.

## **Alojamiento**

En la parroquia Ciano no existen establecimientos que brinden los servicios de hospedaje, sin embargo en Alamor existen 7

establecimientos divididos en 5 hoteles y 2 hostales como se muestra en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 11: Establecimientos de alojamiento de la ciudad de Alamor**

Nombre del establecimiento	Categoría	Total de habitaciones	Total camas
Hotel Rey Plaza	Segunda	22	30
Gran Hotel Sica	Segunda	20	25
Hotel Los Ángeles	Tercera	15	27
Hotel Central	Tercera	9	10
Hostal del Bosque	Segunda	20	30
Hostal Puyango	Tercera	26	34
Hotel Guayaquil	Tercera	15	20

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### Alimentación

En la parroquia Ciano no existen establecimientos de alimentación, mientras que en la ciudad de Alamor los establecimientos de alimentos y bebidas suman 9.

En la mayoría de establecimientos se brinda comida típica y comida rápida; en algunos locales se ofrece servicio a domicilio y platos bajo pedido para eventos.

**Cuadro N° 12: Establecimientos de la ciudad de Alamor**

Nombre del Establecimiento	Categoría	Total de mesas	Capacidad personas
Marisquería Buen Sabor	Segunda	12	40
Comedor Tuka	Segunda	8	32
Pollazo El Manaba	Segunda	4	17
Pollo Broster El Ejecutivo	Segunda	7	28
Restaurant Rosita	Segunda	10	40
Restaurant Costa y Sierra	Segunda	10	40
Comedor y asadero El Lojanito	Segunda	5	20
Restaurant Niña Paula	Segunda	8	32
Asadero David	Segunda	8	27

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

## Esparcimiento y recreación

En cuanto a esparcimiento la parroquia no cuenta con ese tipo de establecimientos, sin embargo en la ciudad de Alamor existe un bar, una discoteca y centro de recreación.

**Cuadro N° 13: Establecimientos de esparcimiento y recreación de la ciudad de Alamor**

Nombre del establecimiento	Categoría	Total de mesas	Capacidad personas
Niágara Bar	Segunda	10	120
Discoteca Luxury	Segunda	10	44
Complejo Municipal San Francisco	Tercera	-	80

**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado de Puyango

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

La parroquia de Ciano y la ciudad de Alamor carecen de establecimientos que brinden los servicios de: agencias de viajes, operadoras de turismo y guianza; el lugar en donde se puede acceder a información turística es en la oficina de Turismo y Cultura del GAD Municipal de Puyango.

## Transporte

Ciano cuenta con servicios de empresas de transporte de buses, taxis y camionetas doble cabina. Dentro de los buses que ingresan a la parroquia está la Compañía Trans Alamor que ofrece el servicio a todas las parroquias del cantón. El servicio que brinda Trans Alamor desde y hasta la parroquia Alamor - Ciano - Alamor lo realizan diariamente en 6 turnos.

El trayecto desde la ciudad de Alamor hasta Ciano tiene un tiempo promedio de 35 a 40 minutos. Es importante mencionar que tanto los buses Trans Alamor, camionetas y las cooperativas de taxis Alamoreña y 23 de Enero tienen sus estaciones y oficinas ubicadas en diferentes calles de la ciudad de Alamor.

A continuación se muestra las empresas de transporte que prestan sus servicios a la parroquia Ciano.

**Cuadro N° 14: Empresas de transporte terrestre de Alamor**

Nombre de la Empresa	Tipo de Transporte		Frecuencia de servicios	Tipo de vehículo
	Local	Intercantonal		
Compañía Trans. Alamor	X	X	Diaria (Seis veces al día)	Bus
Cooperativa Alamoreña	X	X	Todo el día	Taxi
Cooperativa 23 de Enero	X	X	Todo el día	Taxi

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### Servicios de apoyo

En la parroquia no existen establecimientos financieros, dichas instituciones prestan sus servicios en la ciudad de Alamor, las principales entidades financieras que se encuentran en la cabecera cantonal son: Banco de Loja, BanEcuador, COOPMEGO, CACPE Loja, Cooperativa 23 de Enero y Cooperativa Santa Rosa.

En el factor económico se ha considerado como una oportunidad a la Población Económicamente Activa ya que al implementarse productos turísticos en la finca se dará inicio y desarrollo a la actividad turística como una nueva fuente generadora de ingresos, puesto que el turismo en el sector tiene un bajo crecimiento ya que las principales rubros de ingresos en la economía de la parroquia es la agricultura y ganadería.

La escasa oferta de servicios se constituye en una amenaza porque no existen dentro de la cabecera parroquial establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento, esparcimiento, establecimientos que brinden los servicios de agencias de viajes, operadores de turismo, guianza y servicios de apoyo que garanticen una buena visita o estadía al turista.

### **6.1.1.3. Factor Político**

El factor político en la parroquia está conformado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Ciano, el mismo que dispone de la siguiente estructura orgánica funcional para el periodo administrativo 2014 – 2019.

Presidente del GAD Parroquial: Wilman Atilio Sánchez Cabrera

Vicepresidente del GAD Parroquial: Flavio Arturo Granda Granda

Vocal: Milton Elizalde Cueva

Vocal: Leónidas Asdrúbal Apolo Granda

Vocal: Celio Rey Granda Elizalde

Secretaria: Mariuxi Gabriela Jimbo Becerra

Todos los miembros del GAD Parroquial de Ciano se encargan de planificar, gestionar y promover el desarrollo económico, social y productivo dentro de su circunscripción territorial. El GAD parroquial de Ciano tiene como misión garantizar el buen vivir de la población y mejorar la calidad de vida de los habitantes de la parroquia en los aspectos sociales, culturales y económicos, a través de la recuperación de sus buenas costumbres, identidad cultural y el empoderamiento productivo.

El GAD Parroquial de Ciano tiene como objetivos:

- ❖ Mejorar las condiciones de vida de las familias de la parroquia.
- ❖ Planificar y ejecutar procesos de desarrollo social, productivo, económico y ambiental que generen el bienestar colectivo humano.
- ❖ Institucionalizar la participación ciudadana en la toma de decisiones a nivel local.

- ❖ Forjar un territorio que se desarrolle con equidad, democracia y justicia social.
- ❖ Mejorar la calidad del saneamiento en los centros poblados de la parroquia
- ❖ Fortalecer los procesos organizativos productivos y sociales.
- ❖ Contribuir al mejoramiento vial de la parroquia (Ciano G. A., 2015).

#### **6.1.1.4. Factor Tecnológico**

En la parroquia Ciano según datos del Censo de Población y Vivienda del 2010 el servicio de telefonía celular Claro concentra el 75% de la población de la parroquia, mientras que la telefonía Movistar concentra un 5% de usuarios. Sin embargo hay familias en un 5% que no poseen ningún servicio telefónico por condiciones de pobreza.

Cabe indicar que la señal o cobertura celular es débil e incluso hay sectores que por su ubicación geográfica no pueden tener acceso a este servicio.

El servicio radial y sintonía ciudadana se da con las emisoras locales: Integración 103.3 FM en un 65%, Mega satelital 91.3 FM en un 25% y Radio Dinámica 99.7 FM con un 10% de rating.

En la parroquia se sintonizan canales de televisión nacional (Ecuavisa, Gama TV, Teleamazonas y TC) en un 80%; es importante mencionar que la señal televisiva es apenas regular, el 10% tiene en sus hogares el servicio de TV Cable o Direct TV, existe un 10% que aún no cuenta con el servicio de televisión.

El servicio de internet cubre apenas un 20% en la parroquia, mismo que está en algunos establecimientos educativos, en el Seguro Social Campesino, en las oficinas del GAD Parroquial y en poquísimas viviendas

#### **6.1.1.5. Factor Socio - Cultural**

En la parroquia Ciano se ha evidenciado problemas sociales tales como la migración, según datos registrados por el INEC el 30% de la población emigran dentro y fuera del país, esto se da por las diferentes situaciones que nos les permiten quedarse en su parroquia o comunidad, entre ellas la falta de fuentes de trabajo dentro de la parroquia o cantón por lo que muchos jóvenes y familias enteras emigran a otras ciudades ya sea por trabajar, por prepararse en la gran mayoría o por buscar medios que garanticen un mejor nivel de vida.

Las principales ciudades a las que emigran la población de Ciano son: Guayaquil representado con el 15.44%, Quito con el 38.72%, Cuenca el 8.31%, Loja con un 28,03% y un 2.38% a otros lugares dentro del país. Los principales destinos hacia el exterior son Estados Unidos con el 0.71% y España en un 0.48%.

#### **Vivienda**

La parroquia Ciano cuenta con 387 viviendas; de ellas el 26,37% son construidas con adobe, teja y madera mientras que el 73,55% están construidas con materiales como cemento, ladrillo, bloque, hierro y zinc. La vivienda rural es propia a nivel de toda la parroquia en un 100%, mientras que en el sector urbano es propia en un 96%, el 2% es prestada y el 2% es alquilada.

#### **Vialidad**

La red vial de la parroquia está conformada de la siguiente manera: 11,64% corresponde a carreteras empedradas, el 61,72% está compuesta por carreteras lastradas y finalmente el 26,64% corresponde a camino, sendero o chaquiñán. La red vial de la parroquia Ciano tiene muchas dificultades o amenazas en especial en época de invierno, ya que en esta época existen múltiples derrumbes en las diferentes vías a lo interno de la



parroquia, y mucho polvo en época de verano, además hay vías en muy mal estado que aun en la actualidad no están lastradas y esto dificulta el ingreso de los vehículos de transporte público y de carga.

### **Servicios Básicos**

En la parroquia Ciano el 43% de las viviendas disponen del servicio de agua potable, el 8% de las familias tienen cobertura de alcantarillado, el 58% de las viviendas tienen acceso al carro recolector de basura, mientras que la cobertura de energía eléctrica alcanza el 93%.

### **Educación**

La educación sigue siendo regular en Ciano porque aún existen escuelas unidocentes y en algunos establecimientos educativos la infraestructura se encuentra en mal estado, pero sobre todo la mayoría de instituciones carecen de equipos de cómputo, laboratorios e implementos deportivos que faciliten y garanticen el aprendizaje de los estudiantes. En la parroquia se han identificado nueve escuelas públicas distribuidas a en el barrio y 2 colegios fiscales ubicados en la cabecera parroquial y el Barrio Las Cochas.

Dentro de la parroquia según datos del último censo realizado en el 2010 la tasa total de analfabetismo a nivel parroquial fue de 7,15%; dato menor al registrado en el año 2001, donde se evidenció una tasa de 16.27%. La tasa de variación entre el año 2001 y 2010 fue de -9.12%.

### **Salud**

En cuanto a establecimientos de salud, la parroquia Ciano cuenta con dos centros de atención médica, uno en la cabecera parroquial que tiene la categoría de Subcentro de Salud y pertenece al Ministerio de Salud Pública, atiende a pacientes de toda edad (hombres, mujeres y niños) de los diferentes barrios de la parroquia, el puesto de salud cuenta con un

médico general , un odontólogo, una enfermera y una auxiliar de enfermería, dichos empleados prestan sus servicios de lunes a viernes desde las 08 am hasta las 16:30 pm; en el barrio Ciano Nuevo existe un Dispensario Médico del Seguro Social Campesino (IESS) que brinda atención a todos sus afiliados. En ambos centros de salud la atención es muy buena y en lo referente a la infraestructura ésta se encuentra en buen estado.

### **Seguridad**

La parroquia Ciano es considerada como una zona muy segura, en este lugar los problemas de delincuencia, alcoholismo y drogadicción son inexistentes. Cabe señalar que se encuentra un Retén Policial en la parroquia cercana de Vicentino que además brinda seguridad para los todos ciudadanos de la parroquia de Ciano (Ciano, 2014).

### **Organizaciones sociales**

Las organizaciones sociales que se han constituido dentro de la parroquia Ciano trabajan en diferentes líneas de acción pero con un mismo fin lograr el desarrollo familiar y colectivo. Entre ellas se puede mencionar:

- ❖ Asociación 14 de Diciembre Mujeres Trabajadoras
- ❖ Asociación Agropecuaria de Productores de Ciano
- ❖ Organización Bosque Seco de Ciano Nuevo
- ❖ Banco Comunitario de Ciano Nuevo
- ❖ Junta de Regantes de Ciano Nuevo

### **Principales festividades**

Las principales fiestas que se celebran en la parroquia Ciano son:

- ❖ 12 de Julio Fiesta en Honor a la Virgen del Perpetuo Socorro (Ciano Alto)

- ❖ 30 de Agosto Fiesta en Honor a Santa Rosa de Lima (Las Cochas)
- ❖ 14 de Agosto Fiesta en Honor a la Virgen de El Cisne (Guajalanche)
- ❖ 10 de Agosto Fiesta en Honor a San Vicente (Ciano Alto)
- ❖ 2 de Agosto Fiesta Popular (Ciano Nuevo)
- ❖ 26 de Septiembre Fiesta de Parroquialización (Ciano Alto)

En el factor social la migración y las vías de acceso en época invernal representan una amenaza a la que se enfrenta constantemente la parroquia, e incluso aún existen carreteras en muy mal estado, por lo que el acceso hacia los diferentes sitios turísticos por parte de visitantes o turistas resulta casi imposible. Mientras que los establecimientos de salud y la excelente seguridad que posee la parroquia se constituyen en una oportunidad ya que garantizan al turista el bienestar y tranquilidad que necesita tener durante su visita al sector.

#### **6.1.1.6. Factor Ambiental**

Como resultado de la erosión de las montañas y movimientos continuos de las corrientes fluviales, la parroquia Ciano posee un relieve irregular, por su extensión en el territorio sobresalen: El relieve de colinas altas que ocupa el 42,11% (3414,66 ha) del total de la superficie parroquial; Relieve montañoso que ocupan el 50,38% (4085,67 ha) y Relieve moderado que ocupa el 2,10% (170,19 ha).

Las principales formaciones geológicas presentes en la parroquia Ciano agrupan a rocas volcánicas y volcanso - sedimentarias, la composición y estructura interna de la tierra existentes en la parroquia corresponden al periodo Cretáceo y Paleozoico. Ciano presenta suelos Arcillosos de textura fina, moderadamente fértiles, de topografía irregular, con una profundidad media entre 30-40 cm, generalmente de color rojizo amarillento. En la parroquia Ciano se presenta el Clima Ecuatorial Mesotérmico Semi Húmedo; las temperaturas medias anuales están comprendidas generalmente entre 14°C y 26°C.

Las precipitaciones anuales fluctúan entre 700 y 2000 mm están repartidas en dos estaciones invierno de diciembre a mayo y verano estación generalmente muy marcada y comprende los meses de junio a noviembre.

Ciano cuenta con 2 tipos de ecosistemas: Bosque Muy Húmedo Pre Montano y Bosque Húmedo Pre Montano. Alrededor de 78,81% de la superficie de la parroquia está influenciado por esta zona de vida y es en este ecosistema donde se ubican todos los centros poblados de la parroquia, mientras que el 21,29% del total del territorio parroquial es Bosque Húmedo Pre Montano y abarca una superficie de 1718,28 hectáreas.

La parroquia Ciano se encuentra ubicada dentro de dos Subcuencas: Subcuenca Tanime y Subcuenca Drenajes Menores, que forman la Cuenca del Río Puyango. Dentro del territorio parroquial encontramos las siguientes quebradas: Quebrada Cochurco, Quebrada San Ignacio, Quebrada Magdalena, Quebrada El Arenal y la Quebrada Tunima que aguas abajo toma el nombre de Quebrada De Shoa. La parte norte de la parroquia se encuentra atravesada por el Río Puyango y tiene un recorrido de 6,5 km dentro del territorio.

Las principales causas para la degradación de los recursos naturales en la parroquia Ciano son: la expansión de la frontera agrícola y el sobrepastoreo lo que ha ocasionado que poco a poco se vayan perdiendo las zonas boscosas, la presencia de ganado vacuno cerca de las vertientes es uno de los causantes de la contaminación del recurso hídrico esto se da debido a la falta de abrevaderos y protección de las fuentes de agua. Otro de los factores de la contaminación de los suelos y del ambiente es el mal manejo de los residuos sólidos debido a que la parroquia no cuenta con un buen sistema de recolección y clasificación de desechos (Ciano G. A., 2015).

## 6.1.2. Análisis e interpretación de la Encuesta

### 1. ¿Cuál es su edad?

**Cuadro N° 15: Edad**

Variable	Frecuencia	Xm	F(Xm)	Porcentaje
18– 25	48	21,5	1.032	13%
26 – 33	141	29,5	4.159,5	38%
34 – 41	76	37,5	2.850	21%
42 – 49	47	45,5	2.138,5	13%
50 – 57	23	53,5	1.230,5	6%
58 – 65	19	61,5	1.168,5	5%
66 en adelante	15	66	990	4%
<b>Total</b>	<b>369</b>		<b>13.569</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

$$\text{Promedio} = \frac{\sum F(X_m)}{N}$$

$$\text{Promedio} = \frac{13.569}{369} \quad \text{Promedio} = 36,67 = 37 \text{ años}$$

### Análisis e interpretación

Como resultado de las 369 encuestas aplicadas, se puede determinar que la edad promedio de las personas es de 37 años lo que corresponde a una edad en donde las personas pueden solventar sus propios gastos y por ende sería el principal mercado al cual estarían dirigidos los servicios que se pretende ofrecer. Este promedio se obtuvo de los siguientes resultados: el 13% de los encuestados tiene una edad comprendida entre los 18 a 25 años de edad, el 38% se encuentra en el rango de 26 a 33 años, el 21 % indica que su edad está entre los 34 a 41 años, el 13% se encuentra ente 42 a 49 años, el 6% se ubica entre 50 a 57 años, mientras que el 5% manifiesta que su edad está comprendida entre los 58 a 65 años y finalmente representando al 4% se ubican las personas de 66 años en adelante.

## 2. Sexo

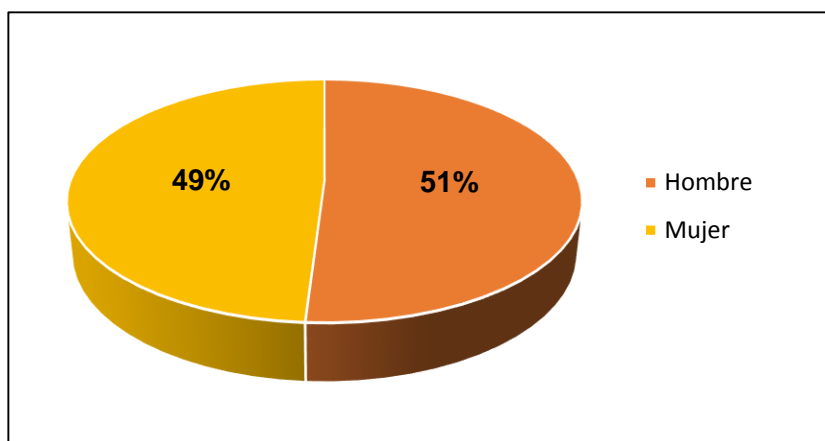
**Cuadro N° 16: Sexo**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	190	51%
Mujer	179	49%
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Gráfico N° 5: Sexo**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### **Análisis e interpretación**

Del total de las encuestas aplicadas se puede evidenciar que el 51% está representado por los hombres mientras que el 49% lo ocupan las mujeres estos datos reflejan que la diferencia entre hombres y mujeres es mínima.

### 3. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

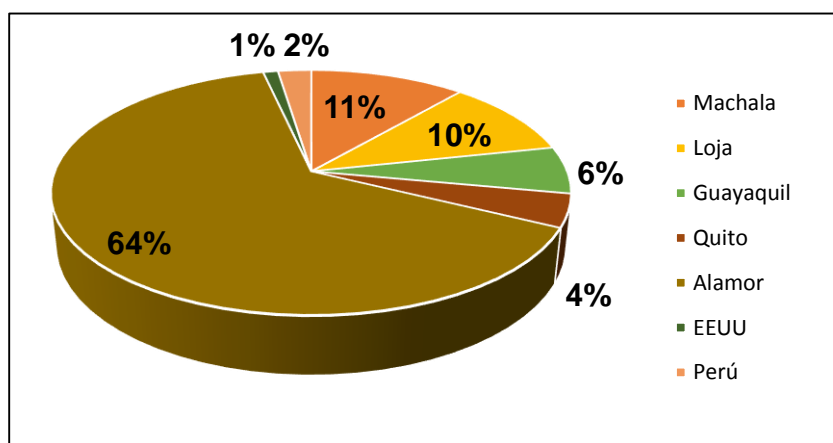
**Cuadro N° 17: Lugar de procedencia**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Machala	42	11%
Loja	38	10%
Guayaquil	23	6%
Quito	16	4%
Alamor	237	64%
EEUU	4	1%
Perú	9	2%
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Gráfico N° 6: Lugar de procedencia**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### **Análisis e interpretación**

De las 369 encuestas aplicadas, el 64% de las personas mencionaron que son de la ciudad de Alamor, el 11% expresó que son de Machala, el 10% de la ciudad de Loja, el 6% manifestó que son de Guayaquil, el 4% de la ciudad de Quito, mientras que el 2% son del vecino país de Perú y finalmente 1% de los encuestados afirmaron que su lugar de procedencia es EE UU; con estos resultados se evidencia claramente que todas las estrategias deberán estar enfocadas a captar la demanda turística nacional.

#### 4. ¿Cuál es su actividad económica?

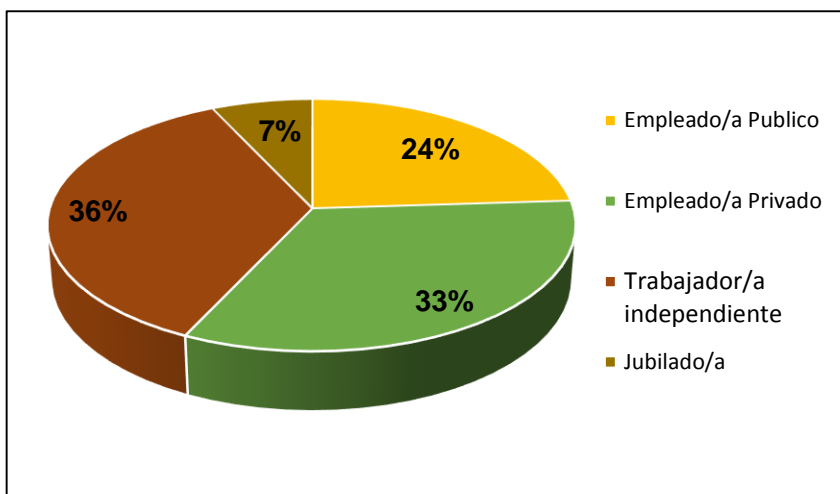
**Cuadro N° 18: Actividad Económica**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Empleado/a público	89	24%
Empleado/a privado	123	33%
Trabajador/a independiente	131	36%
Jubilado/a	26	7%
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Gráfico N° 7: Actividad Económica**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

#### **Análisis e interpretación**

De las 369 encuestas aplicadas en el cantón Puyango, el 36% de los encuestados contestó que su actividad económica es trabajador/a independiente, el 33% indicó que son empleados/a privados, el 24% manifestó que son empleados/a públicos, mientras que el 7% expresó que son jubilados; con dichos datos se determina que el número de personas entre trabajadores independientes y empleados privados es mínima, por lo tanto éstos dos se constituyen en el principal mercado para la finca.



## 5. ¿Cuánto percibe en ingresos mensualmente?

**Cuadro N° 19: Ingreso mensual**

Variable	Frecuencia	X.m	F.Xm	Porcentaje
\$366 - \$ 566	123	466	57.318	33%
\$567 - \$767	112	317	35.504	30%
\$768 - \$968	71	868	61.628	19%
\$969 - \$1.169	43	1.069	45.967	12%
\$1.170 - \$1.370	12	1.270	15.240	3%
\$1.371 en adelante	8	1.371	10.968	2%
<b>Total</b>	<b>369</b>		<b>22.6625</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

$$\text{Promedio} = \frac{\sum F(X_m)}{N}$$

$$\text{Promedio} = \frac{22.6629}{369}$$

$$\text{Promedio} = \$ 614,15 \text{ dólares}$$

### Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas el promedio mensual de ingresos de la población encuestada es de \$614,15 dólares; por lo que se determina que de acuerdo a dicho promedio las personas pueden destinar cierta parte de sus ingresos para hacer uso de los servicios que prestará la finca "Balzal"; dicho promedio se lo obtuvo de los resultados que muestran en el cuadro superior en donde el 33% expresó que sus ingresos mensuales son de \$ 366 a \$566 dólares, el 30% manifestó que sus ingresos corresponden de \$567 a \$767 dólares, el 19% contestó entre \$768 a \$968 dólares, el 12% afirmó que sus ingresos mensuales son entre \$969 a \$1.169 dólares, mientras que el 3% expresó entre \$1.170 a \$1.370 dólares; finalmente el 2% de los encuestados afirmó que sus ingresos son de \$1371 dólares en adelante.

## 6. ¿Ha visitado alguna vez fincas cafetaleras dedicadas al turismo?

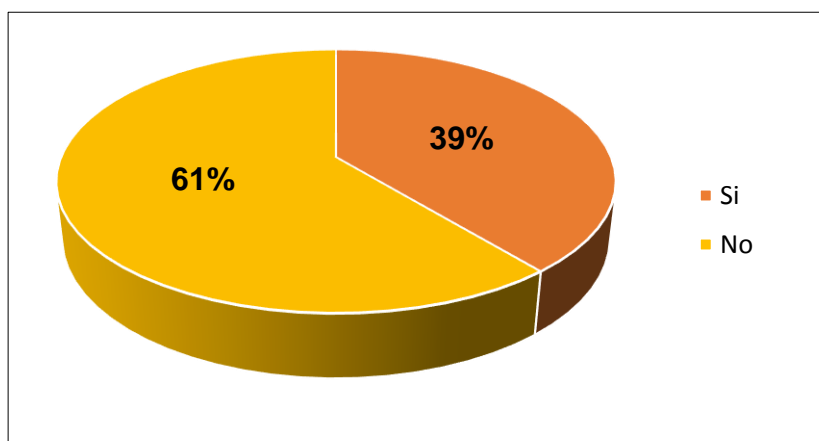
**Cuadro N° 20: Visita a fincas cafetaleras**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	144	39%
No	225	61%
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Gráfico N° 8: Visita a fincas cafetaleras**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### **Análisis e interpretación**

De las 369 encuestas aplicadas, el 39% de la población afirmó haber visitado alguna vez fincas cafetaleras dedicadas al turismo, mientras que el 61% expresó lo contrario. Por lo tanto de acuerdo a estos resultados obtenidos para la prestación de servicios turísticos en la finca “Balzal” se puede determinar que el 39% de las personas encuestadas representan la demanda real del proyecto.

7. ¿La finca cafetalera que usted visitó es ubicada a nivel nacional o internacional?

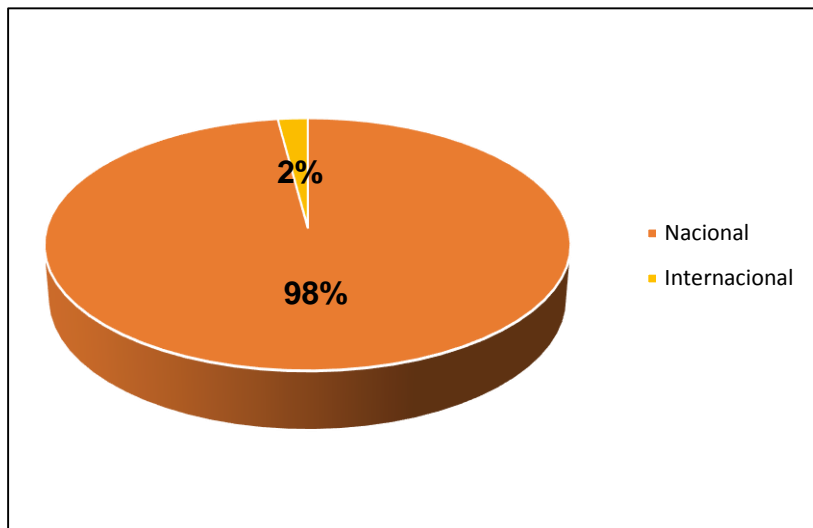
**Cuadro N° 21: Ubicación de finca cafetalera**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	141	98%
Internacional	3	2%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Gráfico N° 9: Ubicación de finca cafetalera**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### **Análisis e interpretación**

De las 144 personas que afirmaron haber visitado alguna vez fincas cafetaleras dedicadas al turismo; el 98% manifestó que la finca visitada se encuentra a nivel nacional (Guayas, Los Ríos y Manabí) mientras que el 2% expresó que la finca cafetalera visitada se encuentra a nivel internacional (Colombia).

**8. ¿Qué tipos de servicios turísticos le ofreció la finca que usted visitó?**

**Cuadro N° 22: Servicios turísticos**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Alojamiento	31	22%
Alimentación	83	58%
Transporte turístico	12	8%
Guía turístico	69	48%

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Análisis e Interpretación**

Del total de personas que afirmaron haber visitado fincas cafetaleras dedicadas al turismo se puede analizar que 22% de los encuestados afirmó que el servicio que recibió al visitar una finca cafetalera fue alojamiento; el 58% expresó que alimentación fue el servicio que recibió, el 48% recibió el servicio de guía turístico y en un menor porcentaje con el 8% manifestó que en la finca que visitó se le ofreció el servicio de transporte turístico; es así que de acuerdo con estos resultados el servicio que mayormente ofrece la competencia a sus clientes es el de alimentación

9. En la parroquia Ciano, cantón Puyango se encuentra la finca cafetalera “Balzal”, en el caso de que esta finca implementara servicios turísticos de calidad y con instalaciones adecuadas ¿Usted haría uso de sus servicios? Si su respuesta es afirmativa continúe con la siguiente pregunta.

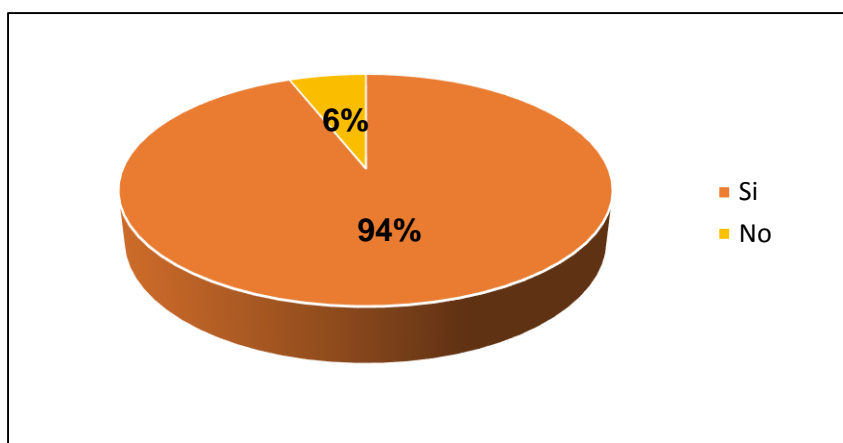
**Cuadro N° 23: Visita a la finca “Balzal”**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	136	94%
No	8	6%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Gráfico N° 10: Visita a la finca “Balzal”**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a las encuestas aplicadas, el 94% de los encuestados afirmó que si estaría dispuesto hacer uso si se implementara servicios turísticos en una finca cafetalera en la parroquia Ciano, mientras que el 6% indicó que no haría uso de los servicios turísticos. Con este resultado obtenido se puede decir que al ofrecerse servicios turísticos en la finca “Balzal”, ésta sería un sitio turístico con gran aceptación

**10. ¿Qué actividades turísticas le agradaría realizar en la finca “Balzal”?**

**Cuadro N° 24: Actividades turísticas**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Caminatas	78	57%
Observación de flora y fauna	82	60%
Recolección y degustación de frutos de la finca	34	25%
Siembra y Recolección de café	28	21%
Paseo a caballo	25	18%
Observación del procesamiento del café	73	54%
Otros (Deportes Extremos)	15	11%

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a las encuestas aplicadas, el 57% expresó que al ir de visita a la finca “Balzal” le gustaría realizar caminatas, el 60% manifestó que le agradaría la observación de flora y fauna, en tanto que el 25% contestó que realizarían recolección y degustación de frutos de la finca, mientras que el 21% expresó que le encantaría realizar siembra y recolección de café, así mismo el 54% contestó que le gustaría realizar observación del procesamiento del café y el 18% manifestó que le agradaría realizar al momento de visitar la finca paseo a caballo: además existe una minoría en la opción otros con el 11% quienes manifestaron que les gustaría realizar deportes extremos. Con estos resultados se puede evidenciar que las actividades turísticas que mayormente demandarían los visitantes al momento de ir a la finca “Balzal” son caminatas y observación de flora y fauna.

**11. ¿Qué tipos de servicios turísticos le gustaría recibir al momento de visitar la finca “Balzal”?**

**Cuadro N° 25: Servicios turísticos**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Guianza	70	51%
Alimentación	103	76%
Hospedaje	25	18%
Paquetes turísticos	88	65%

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a las 136 personas que afirmaron que harían uso de los servicios turísticos si se implementara en la finca “Balzal”; el 51% manifestó que le gustaría recibir el servicio de guianza, el 76% expresó que le agradaría recibir el servicio de alimentación, mientras que el 18% contestó que le gustaría el servicio de hospedaje finalmente el 65% de la población encuestada manifestó que les agradaría recibir paquetes turísticos. Estos datos reflejan claramente que el servicio que mayormente solicitarían los clientes al momento de ir a la finca “Balzal” es el de alimentación seguido del servicio de guianza.

**12. ¿Qué consideraciones tomaría en cuenta para visitar la finca “Balzal”?**

**Cuadro N° 26: Consideraciones para visitar la finca**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Clima	62	46%
Servicios	76	56%
Precio	58	43%
Vías de acceso	85	63%
Ubicación	32	24%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Análisis e interpretación**

De acuerdo a las encuestas aplicadas el 46% manifestó que para visitar la finca “Balzal” se tomaría en consideración el clima, el 56% contestó que consideraría los servicios, el 43% afirmó que el precio sería un aspecto considerable a tomar en cuenta, así mismo el 63% aseguró que las vías de acceso constituiría el factor principal a la hora de visitar la finca, mientras que la minoría representada por el 24% expresó que para visitar la finca tomarían en consideración la ubicación. Con estos resultados se puede determinar que al momento de visitar la finca “Balzal” los demandantes lo que principalmente consideraría son los servicios y las vías de acceso



### 13. ¿Cuántas veces usted visitaría la finca “Balzal” anualmente?

**Cuadro N° 27: Frecuencia de visita la finca “Balzal”**

Variable	Frecuencia	Xm	F(Xm)	Porcentaje
1 a 2 veces	124	1,50	186	91%
3 a 4 veces	8	3,50	28	6%
5 a 6 veces	4	5,50	22	3%
<b>Total</b>	<b>136</b>		<b>236</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

$$\text{Promedio} = \frac{\sum F(X_m)}{N}$$

$$\text{Promedio} = \frac{236}{136}$$

$$\text{Promedio} = 1,73 = 2 \text{ veces}$$

#### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a la aplicación de las encuestas, el promedio de visitas que la población haría a la finca “Balzal” anualmente es de 2 veces, este promedio es debido a que la mayoría de la población poseen empleos, por lo tanto su visita a sitios turísticos no es muy frecuente debido al escaso tiempo que poseen, además es importante mencionar que dicho promedio es el resultado de los datos obtenidos en el cuadro superior en donde el 91% contestó que visitaría la finca de 1 a 2 veces al año, el 6% afirmó que acudiría a la finca cada de 3 a 4 veces anualmente, así mismo el 3% expresó que realizarían su visita a la finca “Balzal” de 5 a 6 veces por año

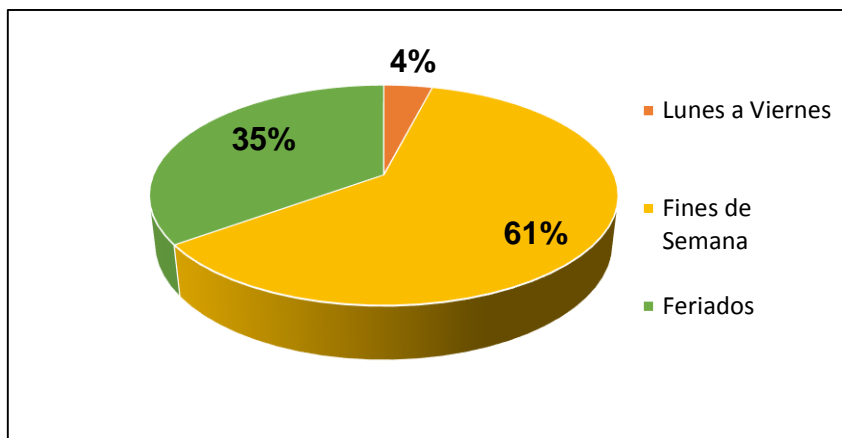
14. ¿Qué días le gustaría ir de visita a la finca “Balzal”? Elija una opción

**Cuadro N° 28: Días de visita a la finca “Balzal”**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Lunes a Viernes	6	4%
Fines de semana	83	61%
Feriados	47	35%
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Gráfico N° 11: Días de visita a la finca “Balzal”**



Fuente: Encuesta  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### **Análisis e interpretación**

Con la aplicación de encuestas se logró determinar que el 4% les gustaría ir de visita a la finca “Balzal” de lunes a viernes, el 61% expresó que los días que les agradaría ir a la finca son los fines de semana, mientras que el 35% manifestó que los feriados serían los días que les encantaría ir a la finca, es así que los días que mayormente los clientes visitarían la finca “Balzal” son los fines de semana y feriados.

15. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la finca “Balzal”?

**Cuadro N° 29: Tiempo de permanencia en la finca “Balzal”**

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Xm	F.Xm
1 a 2 días	128	94%	1,5	192
3 a 4 días	5	4%	3,5	17,5
5 a 6 días	3	2%	5,5	16,5
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100%</b>		<b>226</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

$$\text{Promedio} = \frac{\sum F(Xm)}{N}$$

$$\text{Promedio} = \frac{226}{136}$$

$$\text{Promedio} = 1,66 = 2 \text{ días}$$

### Análisis e interpretación

Como resultado de la aplicación de encuestas se determina que el promedio de días que la población estaría dispuesta a permanecer en la finca “Balzal” es de aproximadamente 2 días; este promedio es el resultado de los datos indicados en el cuadro superior en donde el 94% estaría dispuesto a permanecer en la finca de 1 a 2 días, el 4% manifestó que su permanencia en la finca sería de 3 a 4 días, mientras que el 2% expresó que estaría dispuesto a quedarse de 5 a 6 días.

## 16. ¿Al momento de visitar la finca “Balzal” con quien lo haría?

**Cuadro N° 30: Con quien visitaría la finca “Balzal”**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Familiares	79	58%
Amigos	62	46%
Solo	8	6%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### **Análisis e interpretación**

Con la aplicación de encuestas se determinó que el 58% expresó que visitarían la finca “Balzal” en compañía de familiares, mientras que el 46% manifestó que al momento de visitar la finca lo harían en compañía de amigos y el 6% afirmó que visitaría la finca solo, lo que refleja claramente que la mayoría de encuestados prefiere realizar su visita en compañía de familiares y amigos

**17. Al ofrecerse el servicio de alimentación en la finca “Balzal”  
¿Qué tipo de comida le gustaría recibir? Elija una opción**

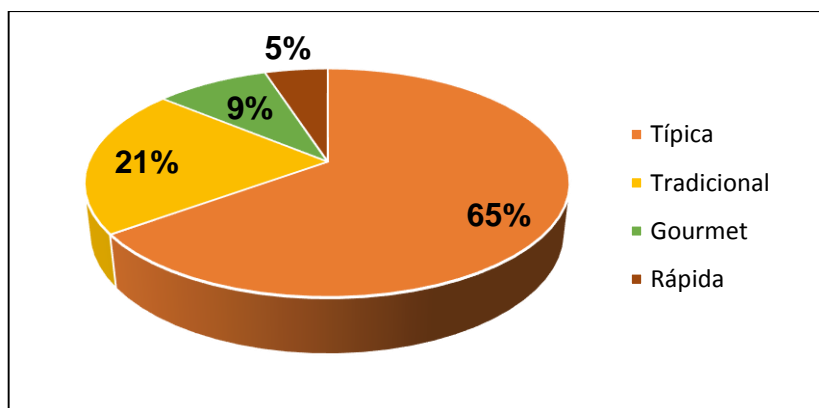
**Cuadro N° 31: Tipo de comida**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Típica	88	65%
Tradicional	29	21%
Gourmet	12	9%
Rápida	7	5%
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Gráfico N° 12: Tipo de comida**



Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Análisis e interpretación**

Como resultado de las encuestas aplicadas se obtuvo que el 65% expresó que al ofrecerse el servicio de alimentación en la finca “Balzal” les gustaría recibir comida típica, el 21 % manifestó comida tradicional, mientras que el 9% afirmó que desearían comida gourmet y el 5% mencionó que les agradaría comida rápida. Por lo tanto con estos datos la finca “Balzal” al ofrecer el servicio de alimentación deberá brindar comida típica ya que es la que mayormente demandaría la población al visitar dicho lugar.

**18. ¿Por qué medios de comunicación y publicitarios le gustaría recibir información sobre la finca “Balzal”?**

**Cuadro N° 32: Medios de comunicación y publicitarios**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Internet	98	72%
Radio	14	10%
Televisión	34	25%
Hojas volantes	65	48%
Trípticos	11	8%
Prensa	8	6%
Afiches	17	13%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Análisis e interpretación**

Como resultado de la aplicación de la encuesta, el 72% manifestó que le gustaría recibir información sobre la finca “Balzal” por internet, el 10% contestó que le agradaría a través de la radio, el 25% a través de televisión; el 48% expresó que le interesaría por hojas volantes, el 8% afirmó que desearía recibir información por trípticos, el 13% indicó que le interesaría recibir información por afiches, finalmente en una minoría con el 6% afirmó que le agradaría a través de la prensa. Con estos datos se evidencia claramente que el medio más utilizado por la población hoy en día es el internet, por lo tanto se constituye en la principal herramienta que la finca “Balzal” debería utilizar para dar a conocer sus servicios a los demandantes; además otro medio por el que les gustaría recibir es información es a través de hojas volantes

## 19. ¿Cómo le gustaría que se promocióne a la finca “Balzal”?

**Cuadro N° 33: Promoción de la finca “Balzal”**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Souvenirs	91	67%
Camisetas	26	19%
Fotos postales	79	58%
Bolsos	32	24%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### **Análisis e interpretación**

De acuerdo a las encuestas aplicadas, el 67% manifestó que le gustaría que se promocióne a la finca “Balzal” a través de souvenirs, 19% indicó por camisetas, el 58% expresó que las fotos postales constituyen un buen elemento para promocionar, mientras que el 24% eligió la opción de bolsos. Es así que para promocionar los servicios turísticos que la finca “Balzal” pretende ofrecer debería utilizar las fotos postales y souvenirs ya que de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes estos serían una de las mejores formas de promoción.

### 6.1.3. Análisis Interno

La finca “Balzal” está ubicada en el sector Guajalanche al sur de la parroquia Ciano en la zona de vida del Bosque Húmedo Pre Montano, en una altitud de 1.200 msnm, presenta una topografía montañosa fuertemente marcada, con una pendiente mayor al 70%. Está influenciada directamente por las condiciones climáticas propias del sector, goza de un clima templado con una temperatura que va desde los 20° C a 24° C, posee una precipitación anual de 1250 a 1500 mm y una humedad relativa al 65%. Su extensión total es de 15 hectáreas.

Dentro de la finca “Balzal” habitan 14 miembros de la familia Granda Córdova, de los cuales 8 son hombres y 6 mujeres, todos los integrantes de la familia son mayores de edad. La actividad generadora de ingresos en la finca es la agropecuaria. El 80% (10 ha) de la finca esta destina a la producción agrícola, siendo el café el principal producto que se cultiva ya que el clima, el suelo y la vegetación de esta zona son factores importantes para que estas plántulas carguen de forma orgánica; esta actividad se realiza de forma natural sin la utilización de químicos, con el fin de conservar la cosecha pero sobretodo la pureza y buen sabor del café de altura. Cerca del 95% de la producción del café es para la comercialización y el 5% restante para el autoconsumo, el producto tiene un mercado establecido que es PROCAP (Organización de Caficultores que efectúa la compra de café orgánico a los socios y su vez se encarga de venderlo en el mercado nacional e internacional). El sistema aplicado en la finca es el policultivo, es decir un sistema mixto donde se asocian plantas frutales para la sombra del café y a la vez sirven para la alimentación de la familia, las principales plantas que se producen son: naranja, limón, chirimoya, guanábana, zapote, cacao, aguacate, badea, guaba, mandarina, maracuyá, mora, caña, papaya, guineo, plátano entre otros. La actividad pecuaria está representada por la crianza y engorde de ganado porcino, cuyes y aves de corral (gallinas y patos), toda la producción esta destina para el consumo interno de la familia.



La administración de la finca es llevada a cabo por el señor Paulo Granda Córdova quien se encarga de coordinar las distintas labores que se realizan dentro de la propiedad, absolutamente todos los hermanos Granda Córdova desde el mayor hasta el menor realizan las actividades netamente agrícolas y pecuarias que demanda la finca, porque lo que se puede considerar que todos trabajan bajo un sistema de unidad, es decir mancomunadamente.

La finca cuenta con una vivienda donde habita la familia; la estructura de la casa está construida totalmente de madera; dentro de los servicios básicos la finca aún no cuenta con energía eléctrica; en lo referente a infraestructura sanitaria posee una batería sanitaria conectada a pozo séptico; el suministro de agua (de buena calidad) se obtiene de la microcuenca más cercana, que es Balzal, ésta es extraída por tubería y depositada directamente en un tanque, básicamente es utilizada para las labores de trabajo tales como: riego, hidratación de los animales, uso casero, entre otros.

El tratamiento de desechos es muy bueno, cuenta con un sistema de clasificación de residuos, los desechos de los animales y desperdicios de cocina son procesados y transformados en abono que a la vez son utilizados como fertilizantes orgánicos para las distintas plantas que se encuentran dentro de la finca, la basura inorgánica es almacenada y depositada en un lugar destinado para tal fin; en este sitio los residuos son tratados de manera que no exista contaminación al ambiente.

La finca se encuentra cerca de los centros urbanos de Alamor (15km) y Arenillas (65km); para acceder a la finca se lo puede hacer en dos formas: la primera es tomar el eje vial 25 llamado "Troncal de la Costa", hasta llegar al sitio denominado Nubes, en este lugar existe una vía de tercer orden que tiene aproximadamente 2 km la misma que conduce hasta la finca "Balzal", otra forma de acceder es dirigiéndose desde la ciudad de Alamor hacia la parroquia Ciano hasta la altura del barrio Las Cochas,

luego se toma la vía de segundo orden que conduce hacia el sector denominado Guajalanche y finalmente se toma una vía de tercer orden que tiene 4 km y precisamente termina en esta finca.

La finca dispone de dos redes de telefonía móvil o celular que son Claro y Movistar cuya cobertura es baja; en lo referente al servicio radial dentro de la finca se puede sintonizar las principales emisoras del cantón Puyango y algunas de la provincia de El Oro.

Las principales especies de flora y fauna que se puedan encontrar en la finca son:

**Cuadro N° 34: Flora representativa de la finca “Balzal”**

<b>Especies Forestales</b>		
<b>Nombre Común</b>	<b>Nombre Científico</b>	<b>Familia</b>
Cedro	<i>Cedrela sp</i>	<i>Meleaceae</i>
Guayacán	<i>Tabebuia chrysantha</i>	<i>Bignoniaceae</i>
Roblón	<i>Triplaris cumingiana</i>	<i>Polygonaceae</i>
Caña Guadúa	<i>Guadua angustifolia</i>	<i>Poaceae</i>
Vainillo	<i>Senna mollissima</i>	<i>Caesalpiniaceae</i>
Amarillo	<i>Centrolobium ochroxylum</i>	<i>Fabaceae</i>
Chaquino	<i>Myroxylon peruiferum</i>	<i>Fabaceae</i>
Higuerón	<i>Ficus cuatrecasana</i>	<i>Moraceae</i>
Petrino	<i>Cavanillesia platanifolia</i>	<i>Bombacaceae</i>
Pechiche	<i>Vitex gigantea</i>	<i>Verbenaceae</i>
Guápala	<i>Simira ecuadorensis</i>	<i>Rubiaceae</i>
Balsa	<i>Ochroma pyramidale</i>	<i>Malvaceae</i>
<b>Especies Frutales</b>		
<b>Nombre Común</b>	<b>Nombre Científico</b>	<b>Familia</b>
Naranja	<i>Citrus sinensis</i>	<i>Rutacea.</i>
Limón	<i>Citrus aurantifolia</i>	<i>Rutacea.</i>
Mora	<i>Rubus glaucus</i>	<i>Rosaceae</i>
Aguacate	<i>Persea americana</i>	<i>Lauraceae</i>
Chirimoya	<i>Annona cherimola</i>	<i>Annonaceae</i>
Guanábana	<i>Annona muricata</i>	<i>Annonaceae</i>
Zapote	<i>Achras sapota</i>	<i>Sapotaceae</i>
Papaya	<i>Carica papaya</i>	<i>Caricaceae</i>
Guineo	<i>Musa paradisiaca</i>	<i>Musaceae</i>
Plátano	<i>Musa carvendishii</i>	<i>Musaceae</i>
Cacao	<i>Theobroma cacao</i>	<i>Malvaceae</i>
Badea	<i>Passiflora quadrangularis</i>	<i>Passifloraceae.</i>
Mandarina	<i>Citrus nobilis</i>	<i>Rutacea</i>

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 35: Fauna Representativa de la finca “Balzal”**

<b>Nombre Común</b>	<b>Nombre Científico</b>	<b>Familia</b>
Perezosos	<i>Bradypus variegatus</i>	BRADYPODIDAE
Zorro	<i>Conepatusse mistriatus</i>	MEPHITIDAE
Guatusa	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>	DASYPROCTIDAE
Yamala	<i>Agouti paca</i>	AGOUTIDAE
Armadillo	<i>Dasypus novemincinctus</i>	EDENTATA
Guanchaca	<i>Didelphis marsupialis</i>	DIDELPHIDAE
Oso hormiguero	<i>Myrmecopha gatrictactyla</i>	MIRMECOFÁGIDO
Venado	<i>Odocoileus sp.</i>	CERVIDAE
Sahino	<i>Tayassu tajacu</i>	TAYAASUIDADES
Gavilán	<i>Leucopternisoc cidentalis</i>	ACCIPITRIDAE
Pájaro Carpintero	<i>Dryocopus lineatus</i>	PICIDAE
Chiroca	<i>Icterus graceannea</i>	ICTERIDAE
Chilalo	<i>Furnarius cinnamomeus</i>	FURNARIIDAE
Búho	<i>Pulsatrix perspicillata</i>	STRIGIDAE
Tucán	<i>Ramphastos toco</i>	RAMPHASTIDAE
Perdiz	<i>Crypturellustrans fasciatus</i>	TINAMIDAE
Canario	<i>Serinus Canarius</i>	FRINGILLIDAE
Pasacha	<i>Ortalisery throptera</i>	CRACIDAE
Gorrión	<i>Passer domesticus</i>	PASSERIDAE

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

#### 6.1.4. Entrevista

Para realizar el análisis interno de la finca “Balzal” y conocer su situación actual fue necesario la realización de entrevistas. (Ver Anexos 4 y 5); este cuestionario fue aplicado a dos personas como se muestra a continuación:

#### Entrevista N° 1

##### Datos informativos

**Entrevistado:** Sr. Juan Ernesto Granda Córdoba

**Cargo:** Propietario

**Fecha de aplicación:** 28 de Junio del 2016

La finca “Balzal” viene trabajando alrededor de 30 años; la principal actividad que se realiza dentro de ella es el cultivo del café, producto

base que a su vez es el sustento económico de la familia. En lo referente a servicios básicos la finca aun no dispone de todos ellos.

Todas las actividades que se realizan dentro de la finca se financian a través de la mano de obra propia y también con prestaciones de entidades bancarias.

Lo más importante que existe en la finca “Balzal” y que puede ser aprovechado en la actividad turística son los cultivos de café, los enjambres de abejas sin aguijón, el pequeño cañaveral y la flora y fauna existente dentro de la finca, además cerca de ella se encuentran sitios naturales de gran belleza como ríos, cascadas que le permiten ser un lugar con potencial turístico.

Las actividades turísticas que se pueden realizar son: caminatas dentro de la finca, recolección de frutos, experimentar actividades productivas como cosecha del café, cosecha de miel de abeja, alimentación de los animales de granja y observación de flora y fauna característica de la zona. La mejor época para visitarla es casi todo el año, debido a que la temperatura no varía mucho de estación a estación.

En la finca nunca se ha emprendido en proyectos turísticos, razón por la cual el presente plan de negocios contribuirá al desarrollo y fortalecimiento turístico de la finca y del sector en general.

## **Entrevista N° 2**

### **Datos informativos**

**Entrevistado:** Sr. Johnson Granda Dávila

**Cargo:** Gerente de la Mancomunidad “Las Meliponas”

**Fecha de aplicación:** 29 de Junio del 2016

La finca “Balzal” tiene potencial turístico especialmente por la zona en la que está ubicada, su clima, su flora, fauna endémica y por la producción cafetera, pero dicho potencial aún no se ha logrado desarrollar

principalmente porque tanto los dueños de la finca como las autoridades desconocen los beneficios que puede proporcionar el turismo. Las oportunidades que la finca obtendría al incorporarse el turismo en ella serían: ser reconocida por lo que produce, ser un lugar que brinde una alternativa diferente de turismo y para los propietarios ver a la actividad turística como una fuente generadora de recursos económicos.

Actualmente se está desarrollando un proyecto estratégico de turismo en donde la finca “Balzal” por todo lo que posee se la ha considerado como referente y a la vez incluido en dicho proyecto.

El plan de negocios de la finca “Balzal” que se está elaborando sería un buen aporte para consolidar aún más al proyecto estratégico de turismo que está realizando la mancomunidad Las Meliponas, puesto que hasta el actual momento no existe ninguna referencia, investigación e indicador en esta materia.

### 6.1.5. Atractivos Turísticos

#### Ficha de jerarquización de atractivos turísticos


Provincia: Loja		Cantón: Puyango			Parroquia: Ciano			Fecha: 25 de Junio del 2016					
Nombre del Atractivo	Calidad				Apoyo			Significado				Suma	Jerarquía I, II, III, IV
	Valor intrínseco. Max 15	Valor extrínseco Max 15	Entorno Max 10	Estado de conser. Max 10	Acceso max 10	Servicio max 10	Asoc. con otros atrac. Max 5	Local max 4	Regio Max 14	NacioMax 7	Inte r Max 12		
Cascada “La Chorrera”	5	3	3	6	3	1	2	1	0	0	0	24	I
Quebrada Cochurco	5	2	4	6	3	1	2	1	0	0	0	24	I
Fiesta en honor a Santa Rosa de Lima	5	4	3	4	4	3	1	1	0	0	0	25	I
Bosque petrificado de Puyango	7	7	5	7	7	5	2	3	3	1	0	47	II
Finca “Balzal”	5	4	2	6	3	2	1	1	0	0	0	24	I
Cultivos de Café Orgánico	4	4	2	5	3	1	2	1	0	0	0	22	I
Trapiche	4	3	2	4	3	1	2	1	0	0	0	20	I
Meliponario de Abejas	3	4	2	4	3	1	2	1	0	0	0	20	I
Bosque	4	5	3	4	3	1	2	1	0	0	0	23	I

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda


## 6.1.6. Fichas de Resumen de los Atractivos Turísticos

### Ficha Nº 1: Cascada “La Chorrera”

Cascada “La Chorrera”		
<b>Categoría:</b> Sitios Naturales	<b>Tipo:</b> Ríos	<b>Subtipo:</b> Cascada
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Puyango	<b>Localidad:</b> Guajalanche
<b>Jerarquía:</b> I	<b>Latitud:</b> - 3.9 °	<b>Longitud:</b> -79.9667°
<p align="center"><b>Figura Nº 1: Cascada “La Chorrera”</b></p> 		<p><b>Ubicación:</b> Se encuentra a 3 km de la vía a la costa, en el sitio Guajalanche</p>
<p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo <b>Elaboración:</b> Karla Patricia Granda Granda</p>		
<p><b>Características</b></p> <p>La cascada “La Chorrera” está formada por aguas de la quebrada denominada Nubes, tiene aproximadamente seis metros; consta de una caída que da lugar a una laguna de ocho metros de ancho con una profundidad de seis metros; debido a la formación rocosa y el cauce del agua, ésta laguna forma a su vez dos chorreras de un metro y medio, formando finalmente estas dos una pequeña laguna. A su alrededor se puede observar una gran variedad de plantas, aves e insectos propios de la zona, es un lugar ideal para disfrutar de un refrescante baño y para entrar en contacto directo con la naturaleza. Para acceder a esta cascada se debe caminar 35 minutos desde el sitio nubes por un sendero que se encuentra en estado regular</p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Ropa y zapatos cómodos, gorra, protector solar, repelente, botella de agua, cámara fotográfica.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Caminata</li> <li>❖ Observación de flora y fauna</li> <li>❖ Balneario</li> </ul>		

**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda


## Ficha N° 2: Quebrada Cochurco

<b>Quebrada Cochurco</b>		
<b>Categoría:</b> Sitios Naturales	<b>Tipo:</b> Ríos	<b>Subtipo:</b> Riachuelo o arroyo
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Puyango	<b>Localidad:</b> Alto de la Cruz
<b>Jerarquía:</b> I	<b>Latitud:</b> - 3.9 °	<b>Longitud:</b> -79.9667°
<b>Figura N° 2: Quebrada Cochurco</b>		<b>Ubicación:</b> Se encuentra ubicada en barrio Alto de la Cruz cerca de la vía a la costa
		
<p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo <b>Elaboración:</b> Karla Patricia Granda Granda</p>		
<p><b>Características</b></p> <p>Se encuentra situada a la entrada del barrio de Alto de la Cruz, es una quebrada que en la parte alta da lugar al balneario Cochurco formado por piscinas naturales con grande rocas; mientras que en la parte baja con un gran caudal y tan solo a 15 km aguas abajo hace unión con uno de los ríos más importantes de la provincia de Loja como lo es el río Puyango, además en dicha quebrada se puede encontrar también fósiles de conchas, árboles y caracoles petrificados; vale destacar que esta quebrada en sus estribaciones aún conserva la belleza natural de su vegetación que sirve de albergue para la biodiversidad de la zona</p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Usar ropa adecuada, gorra, cámara fotográfica, no botar basura en el entorno.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Caminatas</li> <li>❖ Observación de flora y fauna</li> <li>❖ Balneario</li> <li>❖ Fotografía</li> <li>❖ Pesca deportiva</li> </ul>		

**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda




### Ficha N° 3: Fiesta en honor a Santa Rosa de Lima


Fiesta en Honor a Santa Rosa de Lima		
<b>Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	<b>Tipo:</b> Acontecimientos Programados	<b>Subtipo:</b> Fiestas Religiosas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Puyango	<b>Localidad:</b> Barrio Las Cochas
<b>Jerarquía:</b> I	<b>Latitud:</b> - 3.9 °	<b>Longitud:</b> -79.9667°
<b>Figura N° 3: Caminata con la imagen de Santa Rosa de Lima</b>		<p><b>Ubicación:</b> Barrio Las Cochas a 22 km de la ciudad de Alamor.</p>
		
<p><b>Fuente:</b> Observación Directa <b>Elaboración:</b> Karla Patricia Granda Granda</p>		
<p><b>Características</b> Esta fiesta se realiza el 30 de agosto de cada año en honor a Santa Rosa de Lima patrona del sector, es una celebración que se hace desde la década de los 40; para llevar a cabo esta festividad todos los moradores del barrio y comunidad migrante en otras ciudades y países se reúnen con un mes de anticipación a través del comité Pro –Mejoras con el fin de planificar, organizar y coordinar las distintas actividades que se realizaran en los días de fiesta. Se da inicio el 29 de agosto con juegos tradicionales, pregón, noche cultural y baile popular; el 30 de agosto es el día central de la fiesta, se inicia por la mañana con una caminata y celebración de la misa en honor a Santa Rosa, posterior a ello se realizan la tradicional lidia de gallos, juegos deportivos y por la noche se realiza el gran baile popular; es importante mencionar que estas fiestas es una de las más reconocidas del cantón.</p>		
<p><b>Recomendaciones</b> Llevar cámara fotográfica</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Toma de fotografías</li> <li>❖ Integración con la comunidad</li> </ul> <p style="text-align: right;">Observación de danzas y dramatizaciones</p>		

**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

### Ficha N° 4: Bosque Petrificado de Puyango

Bosque Petrificado de Puyango		
<b>Categoría:</b> Sitios Naturales	<b>Tipo:</b> Bosque	<b>Subtipo:</b> Petrificado
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Puyango	<b>Localidad:</b> Puyango Nuevo
<b>Jerarquía:</b> II	<b>Latitud:</b> - 3.9 °	<b>Longitud:</b> -79.9667°
<b>Figura N° 1: Árbol petrificado</b>		
		<p><b>Ubicación:</b> Se encuentra ubicada en barrio Puyango Nuevo cerca de la vía a la costa</p>
<p><b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaboración:</b> Karla Patricia Granda Granda</p>		
<p><b>Características</b>  El Bosque Petrificado de Puyango posee 2.658 hectáreas de las cuales 125 ha pertenecen al territorio de la parroquia Ciano.  El bosque toma este nombre por existir flora y fauna convertidos en piedra debido a que hace 300 millones de años existieron un sin fin de número de volcanes submarinos que evolucionaron varias veces pasando por los 4 periodos geológicos (deuónico, triásico, jurásico y cretácico).  Dentro de flora que se encuentra en el bosque tenemos petrinos, ceibos, potos, guapala, pechiche, hualtaco, puyangos, guayacanes, laureles, guácimos, faiques, cedros, palo santo, higuerón, limoncillo (pequeños) amancay, bejuco, orquídeas, hortiga, matico. La fauna existente es característica del bosque seco entre las que se destacan aves con más de 130 especies siendo las más comunes: la perdiz, tórtolas, pájaro bobo, tijeretas, carpintero, chilalo, cacique, chiroca, en cuanto a mamíferos existen: venados, tigrillos, ardillas, sajinos, zorros, armadillos, guatusas y en reptiles encontramos: lagartijas, iguanas, serpientes y lagartos</p>		
<p><b>Recomendaciones</b>  Usar ropa ligera, gorra, repelente cámara fotográfica, no botar basura en el entorno.</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Caminatas</li> <li>❖ Observación de flora y fauna</li> <li>❖ Senderismo</li> <li>❖ Investigación Científica</li> </ul>		
<p><b>Fuente:</b> Trabajo de campo  <b>Elaboración:</b> Karla Patricia Granda Granda</p>		

### Ficha N° 5: Finca “Balzal”


Finca “Balzal”		
<b>Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	<b>Tipo:</b> Realizaciones técnicas y científicas	<b>Subtipo:</b> Explotaciones Agropecuarias
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Puyango	<b>Localidad:</b> Guajalanche
<b>Jerarquía:</b> I	<b>Latitud:</b> 3°56'39,88" S	<b>Longitud:</b> 80°00'80" O
<b>Figura N° 4: Finca “Balzal”</b>		<b>Ubicación:</b> Sector Guajalanche
		
<p><b>Fuente:</b> Observación Directa <b>Elaboración:</b> Karla Patricia Granda Granda</p>		
<p><b>Características</b> La finca “Balzal”, es una finca familiar cuenta con 15 hectáreas, en donde diez de ellas están destinadas a la agricultura orgánica, este espacio ha pertenecido a la familia Granda Córdova desde hace 30 años. Los principales productos que se cultivan son: café, caña de azúcar, naranja, limón, papaya, cacao, chirimoya, guanábana, zapote, aguacate etc. La actividad pecuaria está representada por la crianza de ganado porcino y aves de corral; la finca cuenta con una vivienda donde habita la familia; dentro de los predios de la finca existe también una molienda, la misma que es utilizada para la transformación de la caña de azúcar en panela; además en el interior de la finca se puede encontrar un meliponario de abejas sin aguijón y un bosque primario con flora y fauna característica de la zona</p>		
<p><b>Recomendaciones</b> Para visitar este sitio se debe llevar ropa y zapatos cómodos, gorra, gafas, protector solar, repelente, cámara fotográfica</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Caminata</li> <li>❖ Observación de flora y fauna</li> <li>❖ Recolección de frutos de la finca</li> <li>❖ Experimentación de actividades productivas</li> </ul>		

**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

## Ficha N° 6: Cultivo de café orgánico de la finca “Balzal”


<b>Cultivo de Café Orgánico</b>		
<b>Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	<b>Tipo:</b> Realizaciones técnicas y científicas	<b>Subtipo:</b> Explotaciones Agropecuarias
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Puyango	<b>Localidad:</b> Guajalanche
<b>Jerarquía:</b> I	<b>Latitud:</b> 3°56'39,88" S	<b>Longitud:</b> 80°00'80" O
<b>Figura N° 5: Cultivo de café</b>		
		<b>Ubicación:</b> Dentro de la finca “Balzal”
<p><b>Fuente:</b> Observación Directa <b>Elaboración:</b> Karla Patricia Granda Granda</p>		
<p><b>Características</b> La finca Balzal por ubicarse en una zona altitudinal media de 1200 msnm goza de un clima templado con una temperatura que va desde los 20°a 24°C, todos estos factores climáticos hacen de éste un lugar propicio para la producción de café. De las quince hectáreas que la finca posee, diez de ellas están cubiertas en su mayoría por 18.000 plantas de café salchimor; también se cultivan especies de ciclo corto y árboles frutales que sirven además de sombra para las plantaciones de café. Anualmente todas las plantaciones en conjunto producen alrededor de 30 quintales de café, los mismos que después de un proceso son vendidos al mercado nacional e internacional, todo el proceso es realizado con herramientas apropiadas para mantener el buen sabor y aroma del café</p>		
<p><b>Recomendaciones</b> Para visitar este sitio se debe llevar ropa y zapatos cómodos, gorra, gafas, protector solar, repelente, cámara fotográfica</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Caminata</li> <li>❖ Observación del cultivo y cosecha de café</li> <li>❖ Observación de flora y fauna</li> <li>❖ Fotografía</li> </ul>		
<p><b>Fuente:</b> Trabajo de Campo <b>Elaboración:</b> Karla Patricia Granda Granda</p>		

### Ficha N° 7: Trapiche

<b>Trapiche</b>		
<b>Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	<b>Tipo:</b> Realizaciones técnicas y científicas	<b>Subtipo:</b> Explotaciones Agropecuarias
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Puyango	<b>Localidad:</b> Guajalanche
<b>Jerarquía:</b> I	<b>Latitud:</b> 3°56'39,88" S	<b>Longitud:</b> 80°00'80" O
<b>Figura N° 6: Trapiche</b>		<b>Ubicación:</b> Dentro de la finca "Balzal"
		
<p><b>Fuente:</b> Observación Directa  <b>Elaboración:</b> Karla Patricia Granda Granda</p>		
<p><b>Características</b></p> <p>Se encuentra cerca de la vivienda de la finca, tiene alrededor de 30 años, posee cerca de media hectárea dividida entre las instalaciones del trapiche o molienda y el cañaveral cultivado orgánicamente. Dentro de estas instalaciones construidas con materiales del lugar se encuentra el ramal lugar donde se receipta y almacena la materia prima para la panela (caña de azúcar) y se ubica la máquina para extraer el jugo de caña; además cuenta con una área de evaporación y concentración de jugos donde se maneja el jugo de caña desde la limpieza hasta el punteó, también posee una área de batido y moldeo, lugar en donde se realiza las etapas de batido, vertimiento de miel en los moldes y enfriamiento donde se obtiene el producto final listo para ser consumido. El bateo y moldeo de la misma para finalmente ser almacenada.</p>		
<p><b>Recomendaciones</b></p> <p>Llevar ropa ligera y zapatos cómodos, anticipar la llegada al sitio</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Degustación de la panela</li> <li>❖ Observación del proceso de elaboración de la panela</li> <li>❖ Fotografía</li> </ul>		


**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

## Ficha N° 8: Meliponario de Abejas

<b>Meliponario de Abejas</b>		
<b>Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	<b>Tipo:</b> Realizaciones técnicas y científicas	<b>Subtipo:</b> Explotaciones Agropecuarias
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Puyango	<b>Localidad:</b> Guajalanche
<b>Jerarquía:</b> I	<b>Latitud:</b> 3°56'39,88" S	<b>Longitud:</b> 80°00'80" O
<b>Figura N° 7: Abejas sin aguijón</b>		<b>Ubicación:</b> Dentro de la finca "Balzal"
		
<b>Fuente:</b> Observación Directa <b>Elaboración:</b> Karla Patricia Granda Granda		
<b>Características</b> En la finca "Balzal" sus propietarios aparte de realizar labores agrícolas y pecuarias también se dedican a la crianza de abejas sin aguijón, en pequeña escala, es decir no es una actividad de la que dependen económicamente, esto lo hacen únicamente para el consumo interno de la familia, a esta actividad se la ha incorporado en este sitio principalmente para aprovechar el principal recurso de las abejas sin aguijón como lo es la flora y vegetación existentes en la zona tanto del bosque nativo como de las plantaciones de la finca. El meliponario cuenta con alrededor de 30 cajas de abejas de las especies <i>Meliponas indecisas</i> (cananambo) y <i>Scaptotrigona postica</i> popularmente conocida como catana; el producto que se obtiene de éstas se lo hace de manera tradicional y es considerado como la mejor miel de abejas nativas del sur occidente de la provincia de Loja, debido no solo a su exquisito sabor sino también a sus propiedades medicinales que posee la miel, cera y el polen o propóleo producidos por estas especies.		
<b>Recomendaciones</b> Llevar ropa ligera y zapatos cómodos, anticipar la llegada al sitio		
<b>Actividades Turísticas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Degustación de miel de abeja</li> <li>❖ Observación del proceso de extracción de la miel abeja</li> <li>❖ Fotografía</li> </ul>		

**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

## Ficha N° 9: Bosque

<b>Bosque</b>		
<b>Categoría:</b> Sitio Natural	<b>Tipo:</b> Bosques	<b>Subtipo:</b> Bosque Húmedo Pre Montano
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Puyango	<b>Localidad:</b> Guajalanche
<b>Jerarquía:</b> I	<b>Latitud:</b> 3°56'39,88" S	<b>Longitud:</b> 80°00'80" O
<b>Figura N° 8: Árbol de Petrino</b>		<b>Ubicación:</b> Dentro de la finca "Balza"
		
<p><b>Fuente:</b> Observación Directa <b>Elaboración:</b> Karla Patricia Granda Granda</p>		
<p><b>Características</b> El bosque posee una extensión de cuatro hectáreas y se encuentra dentro de la zona de vida del Bosque Húmedo Pre Montano, este bosque nativo conserva una variedad de especies de árboles entre las que sobresalen: chaquinos, canelo, higuierón, cedro, roblón, amarillo, balsa, petrino, pechiche, guayacán faique, guápala, etc. Dentro de la fauna más representativa se puede encontrar mamíferos como: perezoso, gato del monte, guanchaca, guatusa, yamala, fraile, , venado, armadillo, zorro, ardilla; en cuanto a aves sobresalen: chiroca, tucán, búho, perico, chilalo, carpintero, gorrión, pasacha, paloma, perdiz, canario etc.</p>		
<p><b>Recomendaciones</b> Llevar ropa ligera y zapatos cómodos, anticipar la llegada al sitio</p>		
<p><b>Actividades Turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Caminatas</li> <li>❖ Observación de flora y fauna</li> <li>❖ Senderismo</li> <li>❖ Toma de fotografías</li> </ul>		

**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda

### 6.1.7. Análisis FODA de la finca “Balzal”

Para realizar el siguiente análisis FODA se tomó en consideración la información obtenida de las encuestas, entrevistas y trabajo de campo, dicha información permitió determinar las condiciones internas y externas que inciden en la finca.

**Cuadro N° 36: Análisis FODA**

<b>Factor Interno</b>	<b>Fortalezas</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Variedad de especies de flora y fauna silvestres.</li> <li>❖ Cuenta con importantes atractivos turísticos.</li> <li>❖ Producción agrícola orgánica y diversa</li> <li>❖ Producción de café de altura.</li> <li>❖ Posee un importante meliponario</li> <li>❖ Lugar apto para realizar varias actividades turísticas.</li> <li>❖ Buen tratamiento de residuos</li> <li>❖ Ambiente tranquilo y agradable</li> <li>❖ Posibilidad por parte de los propietarios de ofrecer una alternativa turística diferente</li> </ul>
<b>Factor Externo</b>	<b>Debilidades</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Falta de experiencia en la actividad turística por parte de los propietarios</li> <li>❖ Inexistencia de productos turísticos que permitan dar a conocer la riqueza turística de la finca.</li> <li>❖ Desconocimiento de la finca por los turistas.</li> <li>❖ No cuenta con infraestructura para la prestación de servicios y actividades turísticas</li> <li>❖ No dispone de servicios básicos y tecnológicos</li> </ul>
<b>Factor Externo</b>	<b>Oportunidades</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Proximidad a los centros urbanos de Alamor y Arenillas</li> <li>❖ La creciente demanda de turistas.</li> <li>❖ Incremento de divisas en país por concepto de turismo.</li> <li>❖ Excelente ubicación geográfica.</li> <li>❖ Vías de comunicación a la finca</li> <li>❖ Condiciones climatológicas propicias para el turismo.</li> <li>❖ Inexistencia de fincas dedicadas al turismo en el sector.</li> <li>❖ Establecimientos de salud con excelente atención e infraestructura.</li> <li>❖ Atractivos turísticos cercanos a la finca.</li> <li>❖ Seguridad de la zona.</li> <li>❖ Inclusión de la finca “Balzal” en Proyecto estratégico de turismo</li> </ul>
	<b>Amenazas</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Escaso presupuesto por parte del GAD Municipal y Parroquial para el desarrollo turístico.</li> <li>❖ Migración de la población.</li> <li>❖ Degradación de recursos naturales.</li> <li>❖ Difícil acceso en temporada invernal.</li> <li>❖ Falta de oferta de servicios turísticos en la parroquia.</li> <li>❖ Posibles plagas en la producción agrícola</li> </ul>

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda



### 6.1.8. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

**Cuadro N° 37: Matriz de Evaluación de Factores Externos**

Factor	Peso	Calificación	Resultados
<b>Oportunidades</b>			
Proximidad a los centros urbanos de Alamor y Arenillas	0,05	3	0,15
Creciente demanda de turistas	0,06	4	0,24
Incremento de divisas en país por concepto de turismo	0,05	4	0,20
Excelente ubicación geográfica.	0,06	3	0,18
Vías de comunicación a la finca	0,07	4	0,28
Condiciones climatológicas propicias para el turismo.	0,08	4	0,32
Inexistencia de fincas dedicadas al turismo en el sector.	0,06	4	0,24
Establecimientos de salud con excelente atención e infraestructura	0,06	4	0,24
Atractivos turísticos cercanos a la finca.	0,05	3	0,15
Seguridad de la zona.	0,06	4	0,24
Inclusión de la finca Balzal en Proyecto estratégico de turismo	0,06	3	0,18
<b>Amenazas</b>			
Escaso presupuesto por parte del GAD Municipal y Parroquial para el desarrollo turístico.	0,05	1	0,05
Migración de la población.	0,06	2	0,12
Degradación de recursos naturales.	0,05	2	0,10
Difícil acceso en temporada invernal.	0,06	1	0,06
Falta de oferta de servicios turísticos en la parroquia.	0,06	1	0,06
Posibles plagas en la producción agrícola	0,06	2	0,12
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>2,93</b>

Fuente: Análisis FODA

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Una vez evaluada la matriz MEFE se obtuvo como resultado 2,93, lo que significa que la finca es externamente fuerte, por lo que se debe proponer estrategias orientadas a aprovechar las oportunidades y contrarrestar las amenazas

### 6.1.9. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

**Cuadro N° 38: Matriz de Evaluación de Factores Internos**

Factor	Peso	Calificación	Resultados
<b>Fortalezas</b>			
Variedad de especies de flora y fauna silvestres.	0,07	4	0,28
Cuenta con importantes atractivos turísticos.	0,08	4	0,32
Producción agrícola orgánica y diversa	0,06	3	0,18
Producción de café de altura.	0,07	3	0,21
Posee un importante meliponario	0,06	3	0,18
Lugar apto para realizar varias actividades turísticas.	0,08	4	0,32
Buen tratamiento de residuos	0,06	4	0,24
Ambiente tranquilo y agradable	0,06	3	0,18
Posibilidad por parte de los propietarios de ofrecer una alternativa turística diferente	0,08	4	0,32
<b>Debilidades</b>			
Falta de experiencia en la actividad turística por parte de los propietarios	0,08	2	0,16
Inexistencia de productos turísticos que permitan dar a conocer la riqueza turística de la finca.	0,08	2	0,16
Desconocimiento de la finca por los turistas.	0,08	1	0,08
No cuenta con infraestructura para la prestación de servicios turísticos	0,07	2	0,14
No dispone de servicios básicos y tecnológicos	0,07	1	0,07
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>2,84</b>

Fuente: Análisis FODA

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Una vez analizada y evaluada la matriz de factores internos se obtuvo como resultado 2,84 lo que significa que la finca es internamente fuerte debido a que las fortalezas son superiores a las debilidades, por lo que se debe proponer estrategias orientadas a impulsar las fortalezas y eliminar las debilidades.

### 6.1.10. Matriz de estrategias FODA.

**Cuadro N° 39: Matriz de Estrategias FODA**

<p style="text-align: center;"><b>Factores Internos</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Factores Externos</b></p>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variedad de especies de flora y fauna silvestres.</li> <li>2. Cuenta con importantes atractivos turísticos.</li> <li>3. Producción agrícola orgánica y diversa</li> <li>4. Producción de café de altura.</li> <li>5. Posee un importante meliponario</li> <li>6. Lugar apto para realizar varias actividades turísticas.</li> <li>7. Buen tratamiento de residuos</li> <li>8. Ambiente tranquilo y agradable</li> <li>9. Posibilidad por parte de los propietarios de ofrecer una alternativa turística diferente</li> </ol>
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategia FO</b>	<b>Estrategia DO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proximidad a los centros urbanos de Alamor y Arenillas</li> <li>2. La creciente demanda de turistas.</li> <li>3. Incremento de divisas en país por concepto de turismo</li> <li>4. Excelente ubicación geográfica.</li> <li>5. Vías de comunicación a la finca</li> <li>6. Condiciones climatológicas propicias para el turismo.</li> <li>7. Inexistencia de fincas dedicadas al turismo en el sector.</li> <li>8. Establecimientos de salud con excelente atención e infraestructura</li> <li>9. Atractivos turísticos cercanos a la finca.</li> <li>10. Seguridad de la zona.</li> <li>11. Inclusión de la finca en "Proyecto Estratégico de Turismo"</li> </ol>	<p>❖ Elaborar un paquete turístico para la finca "Balzal" (F1, F2, F5, F7, O2, O5,).</p>	<p>❖ Elaborar la promoción y difusión para la finca "Balzal" (D3, O2).</p>
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategia FA</b>	<b>Estrategia DA</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Escaso presupuesto por parte del GAD Municipal y Parroquial para el desarrollo turístico.</li> <li>2. Migración de la población.</li> <li>3. Degradación de recursos naturales</li> <li>4. Dificil acceso en temporada invernal.</li> <li>5. Falta de oferta de servicios turísticos en la parroquia.</li> <li>6. Posibles plagas en la producción agrícola</li> </ol>	<p>❖ Implementar la infraestructura adecuada para la prestación del servicio de alimentación. (F8, A5).</p>	<p>❖ Capacitar al talento humano en talleres de atención al cliente, seguridad alimentaria, técnicas de guianza. (D1, A1).</p>

**Fuente:** Análisis FODA

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

## **6.2. Plan de negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja.**

Luego de haber realizado el diagnóstico interno y externo de la finca “Balzal” y con el propósito de dar cumplimiento al segundo objetivo se han considerado cuatro objetivos estratégicos, los mismos que facilitarán el desarrollo de la propuesta del presente plan de negocios

### **6.2.1. Descripción del Negocio**

La finca “Balzal” localizada en la parroquia Ciano, al noreste del cantón Puyango; es una propiedad familiar que inició sus operaciones hace 30 años y actualmente está dedicada únicamente a la producción agropecuaria.

La idea de negocio de emprender en turismo en la finca “Balzal” surge como iniciativa de los propietarios y como consecuencia del descubrimiento de una serie de nuevas necesidades en el mercado actual de la zona, que bien podrían ser satisfechas mediante el ofrecimiento de un servicio adecuado y aprovechando los recursos turísticos que hay sin desarrollar dentro y cerca de la finca.

La propuesta de plan de negocios en la finca, será ejecutada con miras a aprovechar el mayor potencial turístico a través de la prestación de actividades y servicios turísticos; procurando a la vez hacer del turismo una actividad rentable.

Los servicios que se pretende ofrecer son alimentación y la venta de paquetes turísticos, la prestación de éstos, le permitirá a la finca ser un nuevo espacio turístico con gran ventaja competitiva, donde el visitante o turista podrá degustar de una variada gastronomía típica y a la vez tendrá la posibilidad de disfrutar de la exuberante naturaleza característica de la zona, logrando satisfacer de este modo las expectativas del turista, amante de la naturaleza.

## **Nombre del negocio**

El negocio que se pretende llevar a cabo es familiar; se denomina finca “Balzal”, nombre establecido por los propietarios y hace mención al sector en donde está ubicada.

## **Misión**

Ser un espacio turístico que proporcione en un ambiente acogedor las mejores alternativas de recreación, a través de la prestación de un servicio confiable y de calidad que contribuya al desarrollo de la actividad turística en el sector, garantizando la conservación del medio ambiente y logrando la satisfacción plena de los visitantes.

## **Visión**

Posicionar a la finca “Balzal” para el año 2022 como el mejor centro de turismo alternativo en el suroccidente de la provincia de Loja, promoviendo un modelo de gestión integral de productos turísticos competitivos y complementarios, brindando calidez, confianza y experiencia en el desarrollo y prestación de actividades y servicios turísticos.

## **Objetivos del negocio**

- ❖ Posicionarse como la mejor finca turística en el suroccidente de la provincia por la calidad de los servicios.
- ❖ Contar con el personal calificado para el óptimo desarrollo de las diversas actividades y servicios.
- ❖ Satisfacer y superar las expectativas y necesidades de nuestros clientes ofreciendo un servicio eficaz y eficiente.
- ❖ Obtener rentabilidad en las actividades y servicios desarrollados en la finca.
- ❖ Ser la primera opción para el cliente a la hora de escoger los mejores servicios y actividades turísticas.

## Estrategias

- ❖ Realizar un seguimiento post venta para conocer el grado de satisfacción del cliente por el servicio recibido.
- ❖ Dejar en la mente del cliente una huella de fidelidad gracias al servicio exclusivo y único que aporte un valor invaluable a nuestra marca.
- ❖ Utilizar las mejores herramientas de promoción que permitan consolidar la imagen de la finca.
- ❖ Crear alianzas estratégicas con agencias de viajes a fin de aumentar la demanda de turistas.
- ❖ Elaborar ofertas de promoción en fechas especiales y de acuerdo a la temporada del negocio.
- ❖ Incentivar y motivar al personal ofreciendo oportunidades de crecimiento y superación en conocimientos.

## Valores Corporativos

- ❖ **Honestidad:** Desarrollar las actividades con transparencia y prestar los servicios apegados siempre al principio de integridad
- ❖ **Respeto:** Actuar con respeto y cordialidad ante los clientes y todo el personal de trabajo, logrando siempre un agradable ambiente laboral.
- ❖ **Responsabilidad:** Compromiso para prestar con seriedad un servicio de calidad enfocado principalmente en satisfacer las necesidades de los clientes.
- ❖ **Trabajo en equipo:** Buscar el éxito como equipo y como persona a través de la comunicación efectiva, el respeto a los demás y la responsabilidad colectiva.
- ❖ **Seguridad:** Garantizar el bienestar en la realización de actividades y servicios turísticos del cliente y del personal que labora en la finca.
- ❖ **Actitud de servicio:** Proceder con disposición permanente para ofrecer servicios con oportunidad, amabilidad y eficacia.

- ❖ **Perseverancia:** Constancia para alcanzar la plena satisfacción del cliente y para alcanzar los objetivos propuestos en el negocio.

### Marca de la finca

La marca de la está elaborada con cuatro elementos que se pueden encontrar en la finca

**Figura N° 9: Marca de la Finca “Balzal”**



Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

- ❖ **Logotipo:** Está cálidos que reflejan la vegetación y el clima característico del sector compuesto por el nombre de la finca “Balzal” en letras grandes con una tonalidad de color negro; en la parte izquierda se encuentra una planta de caña de azúcar caracterizando al pequeño cañaveral existente en la finca, en la parte superior del nombre de la finca se encuentra una abeja sin aguijón simbolizando la meliponicultura que se practica en el lugar. En la parte derecha se ubica una rama con frutos de café producto representativo y por el que se destaca la finca, junto al café se observa dos hojas de colores.
- ❖ **Slogan:** El slogan que promocionará e identificará a la finca es “Tu sitio ideal”; el mismo que invita y muestra al turista un lugar perfecto para la recreación y el aprendizaje.

## **6.2.2. Estudio de Mercado**

La realización del estudio de mercado es parte fundamental para el plan de negocio de la finca “Balzal”. La información obtenida en este estudio ayudará a determinar la viabilidad técnica y financiera del proyecto, pero sobretodo permite determinar un mercado para los servicios que se pretende brindar.

### **6.2.2.1. Análisis de la demanda.**

Para establecer la demanda de proyecto se utilizó la información obtenida en las encuestas.

#### **❖ Perfil del visitante**

A través de la aplicación de encuestas se obtuvo el perfil del visitante que acudirá a la finca “Balzal”; siendo en su mayoría turistas nacionales de las ciudades de Alamor y Machala con un promedio de edad de 37 años, mayoritariamente de género masculino, su principal actividad económica es trabajador independiente y sus ingresos mensuales oscilan entre los \$623,54 dólares. Las principales actividades que le agradaría realizar son caminatas, observación de flora y fauna y observación del procesamiento del café, además el servicio que mayormente demandaría es el de alimentación y paquetes turísticos. El visitante para ir a la finca consideraría principalmente los servicios y las vías de acceso y lo haría una vez al año los fines de semana permaneciendo únicamente en este sitio aproximadamente de uno a dos días, acompañado principalmente de familiares y amigos. Al momento de recibir el servicio de alimentación el tipo de comida que demandaría es típica.

El medio por el que le gustaría recibir información sobre la finca “Balzal” es a través del internet y hojas volantes, considera además que una forma interesante de promocionar al sitio sería a través de souvenirs y fotos postales.



## ❖ Demanda Potencial

Para determinar la demanda potencial se consideró el total de la población en estudio; en este caso la Población Económicamente Activa del cantón Puyango y el número de turistas que visitan al mismo; para proyectar la población se tomó en cuenta la tasa de crecimiento de la provincia de Loja que es de 1,15% hasta el año 2010 según datos proporcionados por el INEC; mientras que para proyectar el número de turistas se consideró la tasa de crecimiento de turistas de la provincia de Loja que es de 0,53%. Para obtener la demanda potencial total se procedió a sumar la demanda potencial del PEA del canton Puyango y la demanda potencial de los turistas. La proyección de la demanda potencial se indica a continuación:

**Cuadro N° 40: Proyección de la demanda potencial PEA**

Año	PEA	Tasa de crecimiento 1,15%	Demandantes potenciales
0	5.984	1,15%	6.053
1	6.053	1,15%	6.122
2	6.122	1,15%	6.193
3	6.193	1,15%	6.264
4	6.264	1,15%	6.336
5	6.336	1,15%	6.409

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 41: Proyección de la demanda potencial turistas**

Año	Turistas	Tasa de crecimiento 0,53%	Demandantes potenciales
0	3.515	0,53%	3.533
1	3.533	0,53%	3.552
2	3.552	0,53%	3.571
3	3.571	0,53%	3.590
4	3.590	0,53%	3.609
5	3.609	0,53%	3.628

Fuente: Cuadro N° 2  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 42: Proyección de la demanda potencial total**

Año	Demandantes potenciales PEA	Demandantes potenciales turistas	Demanda potencial total
0	6.053	3.533	9.586
1	6.122	3.552	9.674
2	6.193	3.571	9.764
3	6.264	3.590	9.854
4	6.336	3.609	9.945
5	6.409	3.628	10.037

Fuente: Cuadros N° 40 y 41

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### ❖ Demanda Real

La proyección de la demanda real se estableció de acuerdo a la pregunta 6 de la encuesta aplicada, ¿Ha visitado alguna vez fincas cafetaleras dedicadas al turismo?, en donde el 39% de la población encuestada manifestó haber visitado fincas dedicada al turismo (Ver cuadro N° 20).

**Cuadro N° 43: Proyección de demanda real**

Año	Demandantes potenciales	Demandantes reales 39 %
0	9.586	3.739
1	9.674	3.773
2	9.764	3.808
3	9.854	3.843
4	9.945	3.878
5	10.037	3.914

Fuente: Cuadros N° 20 y 42

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### ❖ Demanda Efectiva

Para determinar la demanda efectiva se consideró la pregunta nueve de la encuesta en donde el 94% de los demandantes manifestó estar dispuesto hacer uso de los servicios de la finca “Balzal” (Ver Cuadro N°23).

**Cuadro N° 44: Proyección de la demanda efectiva**

<b>Año</b>	<b>Demanda real 39%</b>	<b>Demanda efectiva 94%</b>
0	3.739	3.514
1	3.773	3.547
2	3.808	3.579
3	3.843	3.612
4	3.878	3.646
5	3.914	3.679

Fuente: Cuadros N° 23 y 43

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

#### ❖ **Demanda efectiva total**

Se determina con el número de visitas promedio que harían los turistas a la finca “Balzal” para calcular dicho número se consideró la pregunta 13 de la encuesta ¿Cuántas veces usted visitaría la finca “Balzal” anualmente? cuyo promedio de visita es de 2 veces al año (Ver cuadro N°27). La demanda efectiva total se obtiene multiplicando la demanda efectiva por el promedio de visitas anuales. En el siguiente cuadro se indica su cálculo:

**Cuadro N° 45: Proyección demanda efectiva total**

<b>Año</b>	<b>Demanda efectiva 94%</b>	<b>Promedio de visita anual</b>	<b>Demanda efectiva total</b>
0	3.514	2	7.028
1	3.547	2	7.093
2	3.579	2	7.159
3	3.612	2	7.225
4	3.646	2	7.291
5	3.679	2	7.359

Fuente: Cuadros N° 27 y 44

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

#### **6.2.2.2. Análisis de la oferta**

De acuerdo al trabajo de campo realizado se ha logrado determinar que en el entorno en donde se pretende llevar a cabo el presente proyecto no existe competidor alguno que brinde servicios como los que desea ofrecer

la finca “Balzal”; es decir este tipo de oferta en el sector aún no se encuentra consolidada, razón por la cual la oferta para el proyecto sería 0

### 6.2.2.3. Demanda insatisfecha

El cálculo de la demanda insatisfecha se la obtiene de la resta de la demanda efectiva y la oferta para cada año.

**Cuadro N° 46: Demanda insatisfecha**

Año	Demanda efectiva	Oferta	Demanda insatisfecha
0	7.028	0	7.028
1	7.093	0	7.093
2	7.159	0	7.159
3	7.225	0	7.225
4	7.291	0	7.291
5	7.359	0	7.359

Fuente: Cuadro N° 45

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### 6.2.2.4. Marketing Mix

El marketing mix establece una mezcla de mercado fundamentándose en el análisis de las cuatro “P”, producto o servicio, precio, place (distribución) y promoción, además sirve para posicionar los servicios en el mercado objetivo.

#### ❖ Servicio

El servicio que ofrecerá la finca “Balzal” será un paquete turístico de un día, el mismo que permitirá tener una experiencia interactiva entre la naturaleza y el ser humano; comprenderá varias alternativas de recreación, visita a los atractivos naturales más cercanos a la finca e incluirá el servicio de guianza, alimentación y transporte.

La finca “Balzal” brindará además el servicio de restauración, donde se preparará comida típica de la zona, utilizando productos orgánicos que se

cultivan en este lugar; ofreciendo así al cliente una exquisita gastronomía pero sobretodo sana y nutritiva.

La calidad del producto será determinada por su servicio, para ello se contará con un personal ampliamente capacitado que brindará un servicio personalizado, confiable, serio y excepcional, permitiéndole a la vez vivir al cliente una experiencia inolvidable. Los servicios estarán dirigidos a todo tipo de turistas, además se mantendrá convenios con agencias de viajes, escuelas, colegios y universidades con el fin incrementar su demanda.

Los productos que se ofrecerán en el restaurante serán los siguientes:

**Figura N° 10: Diseño de menú**

Finca <b>BALZAL</b> <i>Tu sitio ideal..</i>	
<b>Desayunos:</b>	
HUMITAS .....	\$0,75
TAMALES .....	\$1,00
SANGO .....	\$1,85
<b>Sopas:</b>	
CALDO DE GALLINA CRIOLLA .....	\$2,20
ARVEJA CONGUINEO .....	\$1,00
<b>Platos fuertes:</b>	
SECODE GALLINA .....	\$3,00
LONGANIZA .....	\$3,00
FRITADA .....	\$3,00
CHANFAINA .....	\$2,75
<b>Bebidas:</b>	
CAFÉ .....	\$0,45
JUGO DE NARANJA .....	\$0,40
JUGO DE MORA .....	\$0,40
HORCHATA .....	\$0,45

Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

## ❖ Precio

Para el paquete turístico el precio se establecerá de acuerdo a las actividades y servicios que contiene el mismo y al margen de utilidad esperado por la finca.

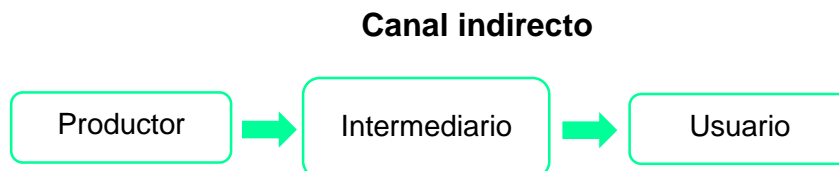
El paquete que se brindará tendrá el precio de \$33,00 dólares por pax; valor razonable y accesible en relación al poder adquisitivo de las personas.

Mientras que para el servicio de alimentación se lo fijará de acuerdo a los siguientes factores: costos de producción, a la competencia y al margen de utilidad esperado; los precios del servicio alimentación y del paquete se modificaran de acuerdo al incremento de servicios, pero sobretodo a la variación de la tasa de inflación de cada año.

Para adoptar una posición estratégica en el mercado e impulsar la venta de los servicios, se contará con descuentos especiales del 10% o 15% para clientes continuos, de igual manera si son grupos de más de 10 personas se otorgará también el 10% de descuento. Con esta estrategia se logrará lealtad del cliente ante el producto, proporcionándoles a la vez razones únicas para repetir su compra.

## ❖ Distribución

Para hacer llegar el servicio al turista en forma eficiente se utilizarán los siguientes canales:



**Productor:** El productor es la finca “Balzal”, ya que es a quien el cliente potencial solicita el servicio y tiene la capacidad para prestarlo.

**Intermediario:** En este caso serían las agencias de viajes con las que trabajará la finca y son las que tendrán contacto directo con el turista.

**Usuario:** Son las turistas que solicitarán y tomarán el servicio ofrecido por la empresa.

### Canal directo



**Productor:** Finca “Balzal” y es quien tendrá contacto directo con el cliente

**Usuario:** Son los turistas que solicitarán y tomarán directamente el servicio ofrecido por la finca “Balzal”

Además se realizará el control y evaluación periódica de los canales de distribución seleccionados, esto permitirá saber que canal está cumpliendo con los objetivos del negocio de mejor forma y en el caso de que existiera alguna deficiencia, esto ayudará a tomar decisiones rectificadoras, logrando de esta manera conocer y seleccionar a tiempo el intermediario adecuado que permita atraer mayor cantidad de clientes.

### ❖ Promoción

Como negocio se espera tener un posicionamiento lo más rápido posible y esto se logrará promocionando de una manera masiva los servicios; por tal razón la promoción estará enfocada totalmente en captar clientes y aumentar la afluencia de visitas a la finca, para tal fin se considerará el medio de comunicación y publicidad más utilizado por los turistas de acuerdo a las encuestas aplicadas, siendo este el internet; además se utilizará material impreso ya que constituye un buen medio por su fácil distribución y accesibilidad a todas las personas.

Con el fin de ejecutar los resultados obtenidos en el primer objetivo; en este apartado se dará cumplimiento al objetivo estratégico:

Elaborar la promoción y difusión para la finca “Balzal”

### ❖ **Elaboración de la promoción y difusión para la finca “Balzal”**

Para darse a conocer en el mercado la finca “Balzal” utilizará el internet como medio de difusión, a través del cual se creará una página web y se formará parte de las redes sociales más utilizadas hoy en día (Facebook, Instagram y Twitter), en estos espacios el turista tendrá la oportunidad de conocer mejor todo lo que la finca tiene a su disposición. Con el propósito de promocionar la marca de la finca y posicionarla en la mente del cliente, se elaborará fotos postales, tarjetas de presentación; además de souvenirs que serán entregadas a los turistas durante su visita

### **Página web**

Será la herramienta principal para comunicar al cliente sobre información general de la finca, servicios y contactos, además en este sitio web tendrá la posibilidad de enviar la solicitud para la prestación del servicio. La página web es: [http://ernesto\\_granda.neocities.org/balzal/index.html](http://ernesto_granda.neocities.org/balzal/index.html), y tiene las siguientes secciones: Nosotros (filosofía organizacional de la finca), Galería, Restaurant, Turismo y Contactos

**Figura N° 11: Página web sección inicio**



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda



**Figura N° 12: Página web sección nosotros**



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

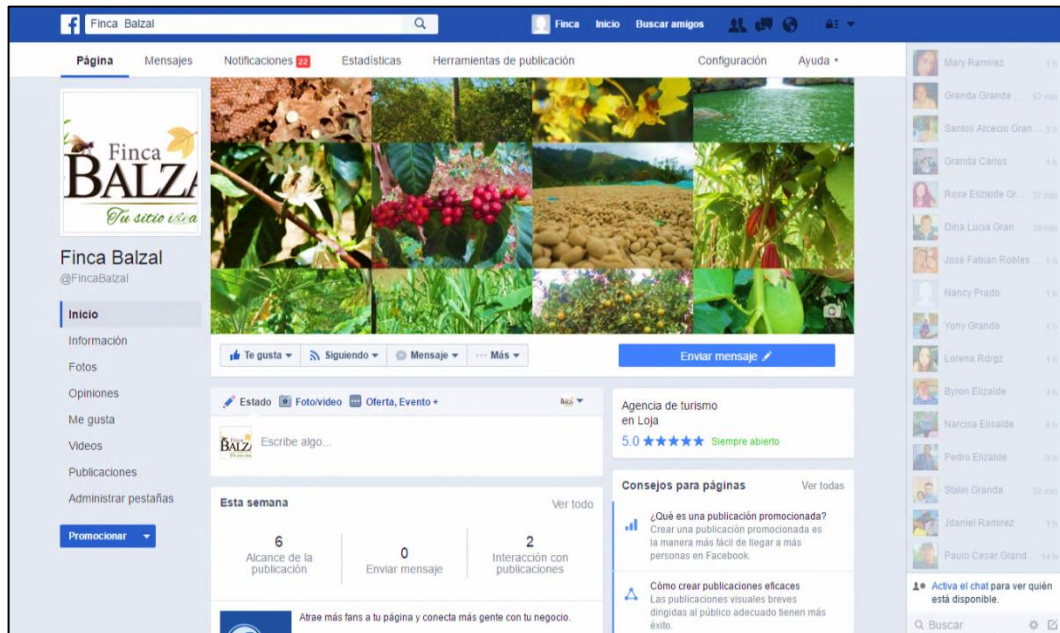
**Figura N° 13: Página web sección turismo**



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

## Red social Facebook

Figura N° 14: Red social facebook



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

## Red social Instagram

Figura N° 15: Red social Instagram

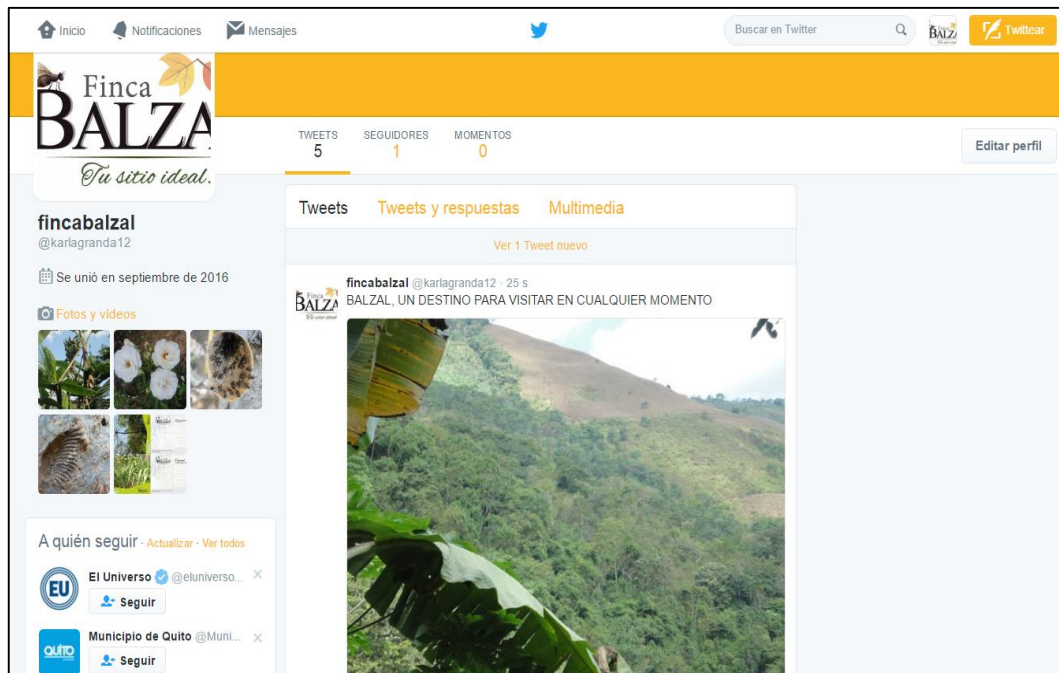


Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

## Red Social Twitter

Figura N° 16: Red social Twitter



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

## Diseño de Fotos Postales

Las fotos postales permitirán al turista conocer todo lo que la finca tiene para ofrecerle durante su visita. Tendrán una dimensión de 13,8 x 8,9 cm, su diseño e impresión se lo realizará en papel couche de 300 gr laminado mate.

Figura N° 17: Postal flor de café



Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Figura N° 18: Postal abejas Meliponas**



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Figura N° 19: Postal café orgánico**



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Figura N° 20: Frutos de café**



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Figura N° 21: Flor de badea**



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

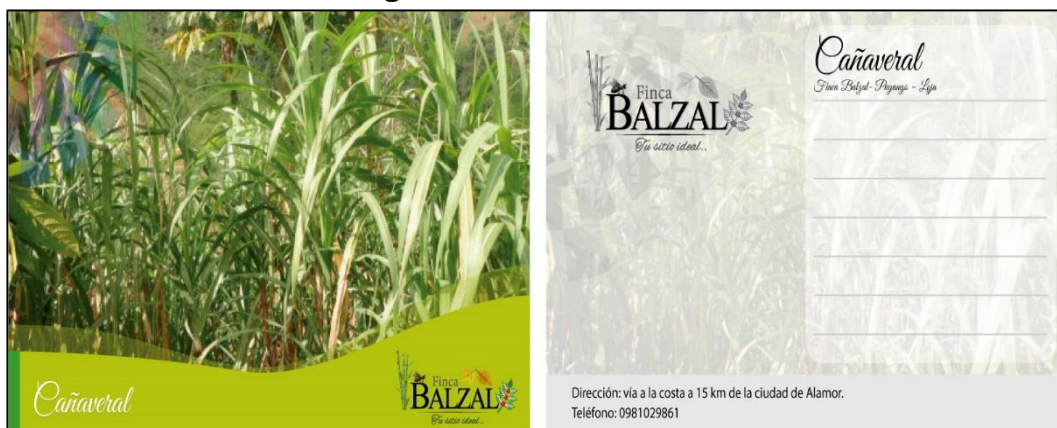
**Figura N° 22: Cacao orgánico**



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Figura N° 23: Cañaveral**



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Figura N° 24: Bosque Primario**



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

### **Diseño de Tarjeta de Presentación**

La tarjeta de presentación contiene información básica de la finca y ayudará al cliente a tener un pequeño panorama del negocio; su diseño e impresión será en papel couche de 300 gr, laminado mate.

**Figura N° 25: Tarjeta de presentación**



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

## Souvenirs

Los souvenirs que se han considerado para la promoción están elaboradas en mdf y madera, llevan tallado el logotipo de la finca, entre los diseños están caja, porta tarjetas de presentación y llaveros.

**Cuadro N° 47: Souvenirs**



Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Pablo Alulima

Figura N° 26: Hoja volante parte anversa



**Finca**  
**BALZAL**  
*Tu sitio ideal..*

**¡Ven y disfruta de este hermoso lugar en compañía de familiares y amigos!**

**Finca "Balzal"** pone a tu disposición un Paquete Turístico donde usted tendrá la oportunidad de recorrer las plantaciones de café, percibir y degustar el inconfundible café de altura y disfrutar de la belleza natural característica de la zona.

**El paquete incluye:**  
Alimentación  
Guía local  
Transporte

Costo del Paquete **\$ 33**

 Finca Balzal  balzalfinca01

 Vía a la costa a 15 km de la ciudad de Alamor  0981029861  [fincabalzal@gmail.com](mailto:fincabalzal@gmail.com)

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda



Figura N° 27: Hoja volante parte reversa



The flyer features a green background with a white and yellow logo for 'Finca BALZAL' in the top left corner, including the tagline 'Tu sitio ideal..'. The title 'Paquete Turístico BALZAL PRODUCTIVIDAD Y NATURALEZA (Full Day)' is centered at the top in yellow and white. The main content is a list of activities with times, starting from 08h00 and ending at 17h00. The bottom of the flyer includes social media icons for Facebook and Instagram, with the handles 'Finca Balzal' and 'balzalfinca01' respectively. Decorative elements include a branch with leaves on the right and bottom left, and two birds in flight on the bottom right.

**Finca BALZAL**  
*Tu sitio ideal..*

Paquete Turístico  
**BALZAL PRODUCTIVIDAD Y NATURALEZA**  
(Full Day)

**08h00** Desayuno en la Finca "Balzal"

**09h00** Visita y recorrido a las Plantaciones de Café (observación y explicación del cultivo y procesamiento del café, recolección y degustación de frutos que produce la finca)

**10h00** Recorrido por el Meliponario de Abejas sin aguijón (explicación de la producción de miel de abeja)

**10h30** Participación de Actividades Pecuarias (alimentación de animales de granja)

**11h00** Visita al Cañaveral y Trapiche de la finca (explicación del procesamiento de la caña de azúcar y degustación de guarapo).

**13h00** Almuerzo Típico en la finca.

**14h00** Caminata hacia el Bosque de la Finca (observación de flora y fauna de la zona)

**15h00** Visita a la Cascada "La Chorrera"

**16h00** Visita y recorrido por la Quebrada Cochurco (toma de un refrescante baño, fotografía, observación de fósiles de conchas y caracoles petrificados)

**17h00** Regreso a la Finca Balzal.

 Finca Balzal  balzalfinca01

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### 6.2.3. Estudio Técnico

En el estudio técnico se describen los requerimientos físicos necesarios para el funcionamiento del negocio, su proceso productivo, la infraestructura, localización y demás características del local en donde funcionará.

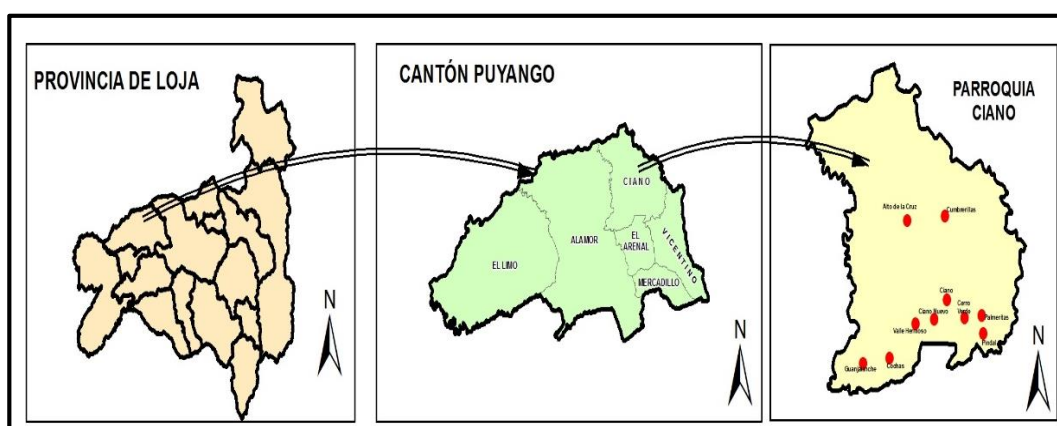
En este apartado se dará cumplimiento a los objetivos estratégicos: Implementar infraestructura adecuada para la prestación del servicio de alimentación; Elaborar un paquete turístico para la finca "Balzal" y capacitar al talento humano en talleres de atención al cliente seguridad alimentaria y técnicas de guianza.

#### Localización

##### ❖ Macro localización

La finca "Balzal" se encuentra ubicada al suroccidente de la provincia de Loja, cantón Puyango, parroquia Ciano.

**Gráfico N° 13: Macro localización**



Fuente: CINFA

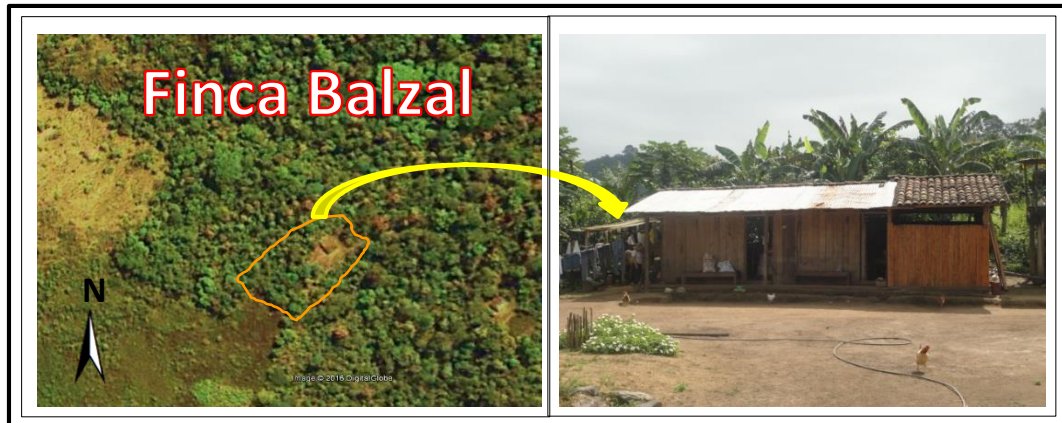
Elaboración: Karla Patrica Granda Granda

##### ❖ Micro localización

La finca "Balzal" está ubicada en el extremo sur de la parroquia Ciano, a 2 km de la vía a la costa, en el barrio Guajalanche, latitud 3°56'39,88" sur y

longitud 80°00'80" oeste; el sitio reúne características especiales para hacer de la finca un sitio muy acogedor y propicio para la actividad turística

**Gráfico N° 14: Micro localización**



Fuente: Google Maps

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

#### **6.2.3.1. Implementación de infraestructura adecuada para la prestación del servicio de alimentación.**

Con la finalidad de poder cubrir las necesidades de los turistas cuando éstos realicen su visita a la finca, se construirá la infraestructura adecuada para el servicio de alimentación; la misma que se ubicará dentro de la finca, contará con todo el mobiliario y equipo necesario para su óptimo funcionamiento.

#### **Aforo del restaurante**

Previo a implementar el restaurante dentro de la finca se debe establecer primeramente la cantidad de comensales que éste pueda acoger. Para calcular el aforo que pueda albergar el área del comedor del restaurante, es necesario tener datos como el largo y ancho y multiplicarlos; el resultado de la operación se divide entre la suma del espacio para el cliente, en un restaurante es 1 metro más 0,20 m<sup>2</sup> y el cociente será la cantidad aproximada de personas que el comedor podrá acoger.

Matemáticamente se representa la siguiente fórmula:

$$C = \frac{L(m) \times A(m)}{e(m) + 0,20 \text{ m}^2}$$

Donde:

**C** = Capacidad

**L** = Largo del comedor

**A** = Ancho del comedor

**e** = espacio que ocupa el cliente

**0,20 m<sup>2</sup>** = Constante de espacio para servicio y mobiliario

$$C = \frac{L(m) \times A(m)}{e(m) + 0,20 \text{ m}^2} \quad C = \frac{6 \text{ m} \times 6 \text{ m}}{1 + 0,20 \text{ m}^2} \quad C = \frac{36 \text{ m}^2}{1,20 \text{ m}^2}$$

$$C = 30 \text{ pax}$$

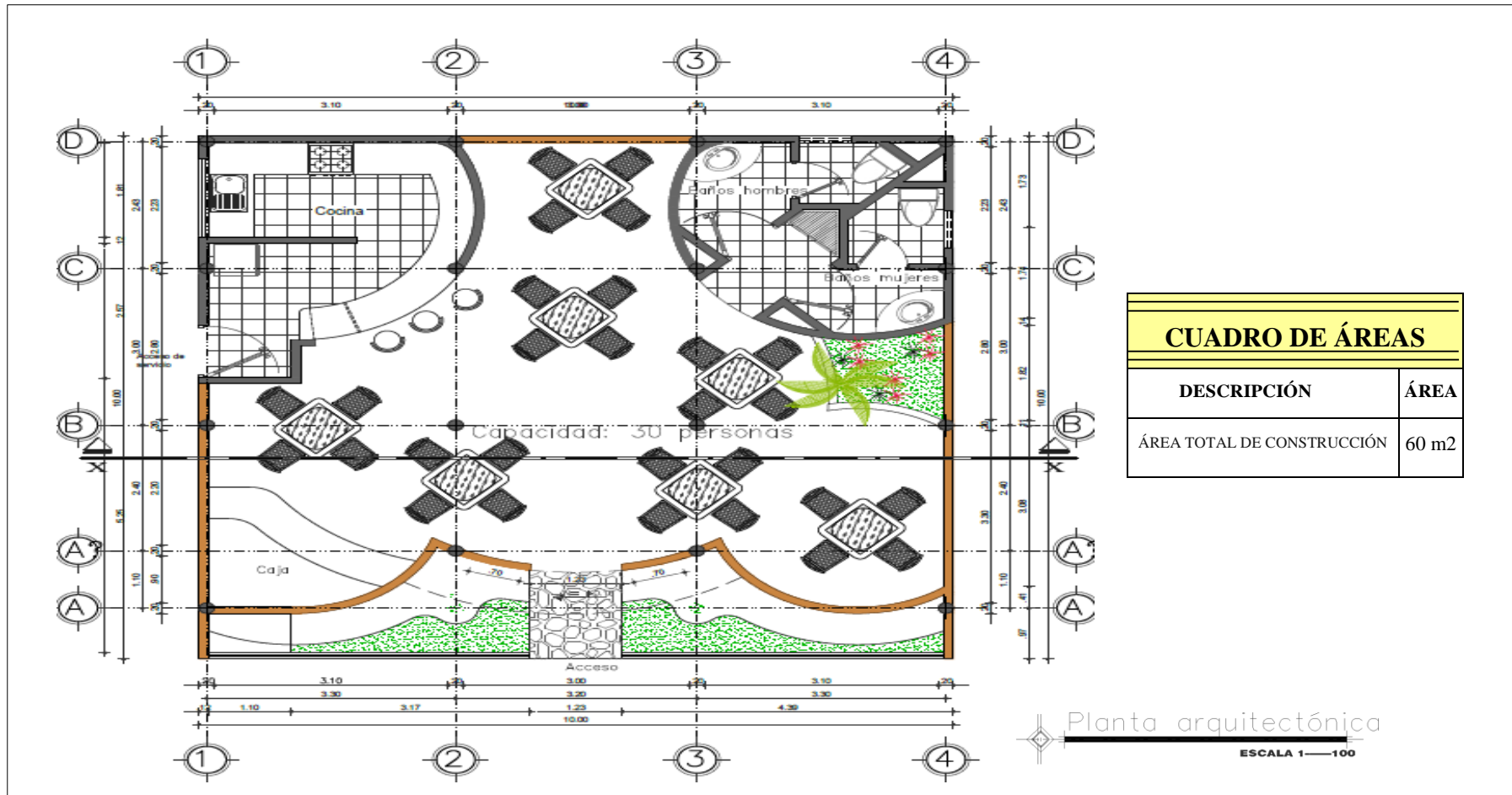
La capacidad del restaurante de la finca será de 30 personas

### **Descripción de la infraestructura**

Por las condiciones del clima, el restaurante será construido en cemento y madera, material que permitirá a la vez darle un estilo rústico, los colores y la decoración serán en la medida de lo posible acorde al paisaje natural aquí existente; brindando de esta forma al cliente el mejor confort durante su visita en la finca. La construcción se la realizará en un área total de 60 metros cuadrados, dividida en tres ambientes: área de cocina 19 m<sup>2</sup>, servicios higiénicos 5 m<sup>2</sup> y área de comedor 36 m<sup>2</sup> totalmente abierta, con capacidad para 30 personas, para seguridad de clientes y del personal el piso de toda la construcción será de cerámica antideslizante. En cuanto a la decoración se implementaran jardineras al ingreso y al lado del restaurante.

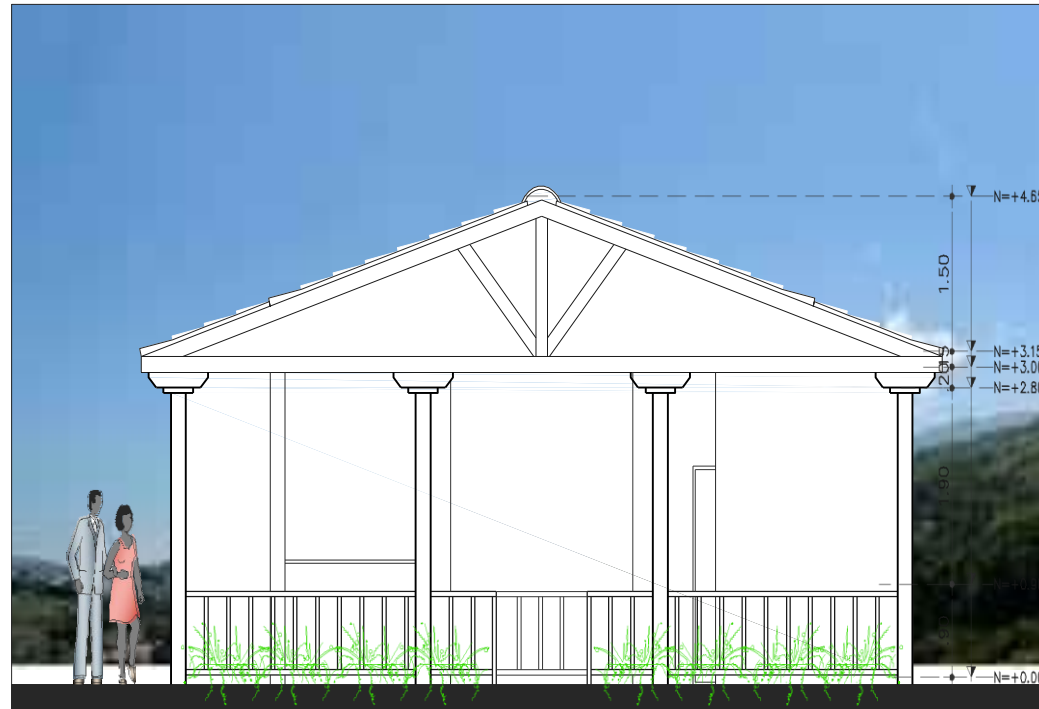
El presupuesto de la obra está determinado por los metros cuadrados que posee cada área, el costo total es de dieciséis mil trescientos veinte dólares y en él se incluye la mano de obra, materiales y acabados; el costo de construcción de cada área se encuentra en el Anexo N° 8.

Figura N° 28: Planta arquitectónica del restaurante



Fuente: Arq. Edin Cumbicus  
Elaboración: Arq. Edin Cumbicu

**Figura N° 29: Elevación principal del restaurante**



Elevación Principal  
ESCALA 1:100

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS
ESTRUCTURA: HORMIGÓN-MADERA
MAMPOSTERIA: LADRILLO-MADERA
REVESTIMIENTO: MORT. CEMENTO
ENLUCIDO: EMPASTE SIKA
PISOS: CERÁMICA
CUBIERTA: TEJA
PUERTAS: MADERA
VENTANAS: MADERA-VIDRIO
PINTURA: CAUCHO
SANITARIOS: PORCELANIZADOS
INST.ELECTRICA: EMPOTRADA
INST.SANITARIA : EMPOTRADA

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA BALZAL DE LA PARROQUIA CIANO, CANTÓN PUYANGO, PROVINCIA DE LOJA



**DIRECTOR:** ING. PATRICIO VILLAVICENCIO

**NOMBRE:** KARLA GRANDA GRANDA

**Fuente:** Arq. Edin Cumbicus  
**Elaboración:** Arq. Edin Cumbicus

**Figura N° 30: Perspectiva del restaurante**



**Fuente:** Arq. Edin Cumbicus  
**Elaboración:** Arq. Edin Cumbicus

## Capacidad instalada y utilizada de la planta

### Capacidad instalada

Corresponde a la capacidad máxima disponible del negocio para la prestación del servicio. La capacidad instalada para el servicio de alimentación se determina multiplicando capacidad del restaurante 30 pax por los 365 días que tiene el año; en el siguiente cuadro se indica la capacidad instalada del restaurante.

**Cuadro N° 48: Capacidad instalada servicio de alimentación**

Servicio	Capacidad	Días al año	Capacidad instalada	% Capacidad instalada
Alimentación	30	365	10.950	100%

Fuente: Aforo del restaurante

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### Capacidad utilizada

La capacidad utilizada del servicio de alimentación se obtiene multiplicando la capacidad que puede acoger en este caso 30 pax por los 4 días (jueves a domingo) que se abrirá en la semana y por 52 semanas del año. A continuación se muestra el cálculo de la capacidad utilizada:

Días /semana = 4

Semanas /año = 52     4 x 52= 208

**Cuadro N° 49: Capacidad utilizada servicio de alimentación**

Servicio	Capacidad	Días al año	Capacidad utilizada	% Capacidad utilizada
Alimentación	30	208	6.240	85%

Fuente: Cuadro N° 48

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Cap. Utilizada/Cap. Instalada \* 100 = %Capacidad Utilizada

La participación en el mercado se lo obtuvo de la siguiente manera:

Cap. Utilizada/Demanda insatisfecha\*100 = %Participación en el mercado



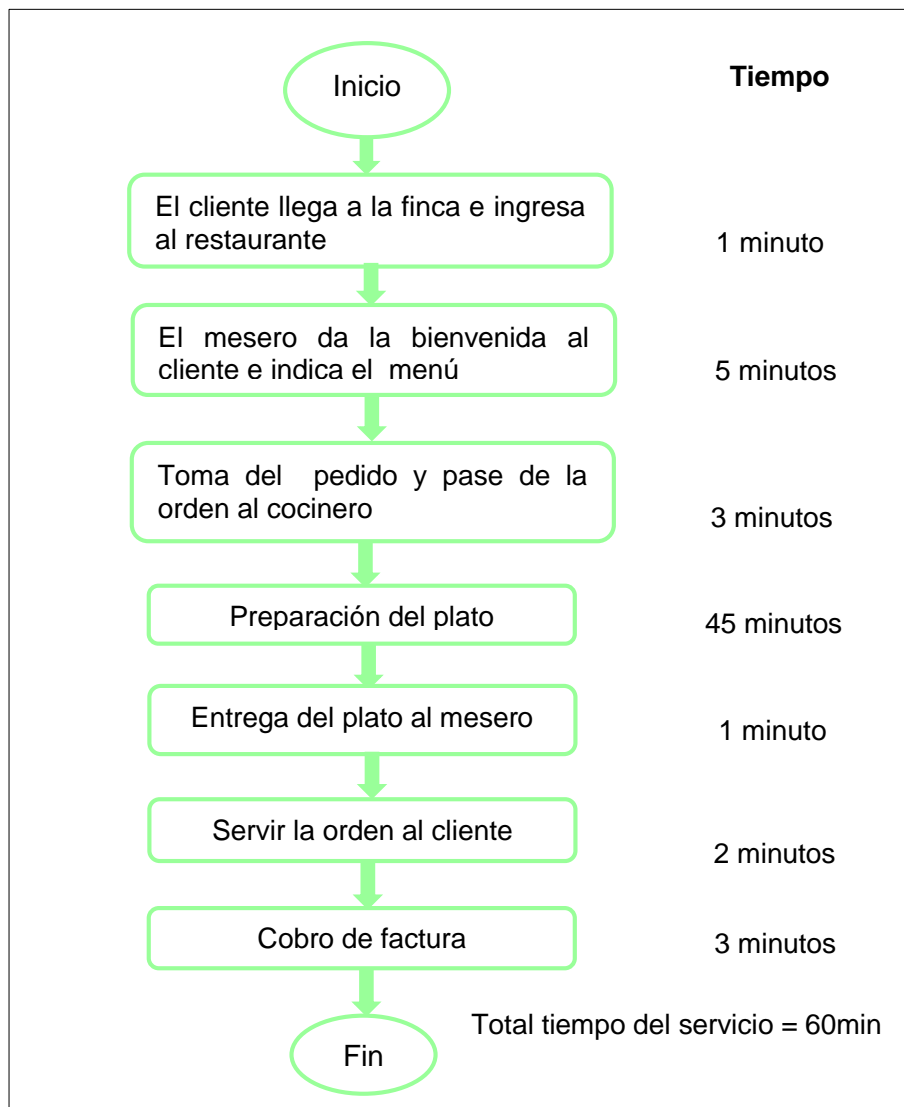
**Cuadro N° 50: Participación en el mercado**

Año	Demanda insatisfecha	Capacidad utilizada	% Participación en el mercado
1	7.028	6.240	89%
2	7.093	6.240	88%
3	7.159	6.240	87%
4	7.225	6.240	86%
5	7.291	6.240	86%

Fuente: Cuadro N° 49

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Figura N° 31: Diagrama del proceso del servicio de alimentación**



Fuente: Karla Patricia Granda Granda

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

## **Descripción de proceso**

En el servicio de alimentación el proceso inicia cuando el cliente visita la finca e ingresa al restaurante, en este lugar el turista o visitante es recibido por el mesero quien le indica el menú; posterior a ello se realiza la toma del pedido y se procede a pasar la orden al cocinero para que inicie su preparación, luego se pasa la orden al mesero para que sea entregada al cliente; una vez consumido el pedido se procede a proporcionar el recibo a la recepcionista quien es la encargada de facturar la orden y tenerla lista para la cancelación del costo total de la misma por parte del cliente. Finalmente el mesero se encarga de retirar los platos y llevar a cabo la limpieza de la mesa, para que ésta quede nuevamente lista para ofrecer otro servicio.

### **6.2.3.2. Elaboración de un paquete turístico para la finca “Balzal”**

#### **Paquete turístico Balzal, productividad y naturaleza (Full Day).**

El diseño del paquete turístico se lo ha elaborado en función al perfil del turista obtenido en el análisis de la demanda, así como también de acuerdo a todo lo que la finca tiene para ofrecer.

El paquete turístico denominado *Balzal, productividad y naturaleza*, está diseñado para un día; lleva este nombre porque combina la práctica de actividades de producción agrícola y visita a espacios naturales de gran belleza paisajística.

El paquete está dirigido para aquellas personas que desean un ambiente tranquilo y de relajación; amantes de la naturaleza e interesadas en conocer la práctica de la agricultura orgánica. El paquete contiene los siguientes aspectos:

- ❖ **Accesibilidad:** Cualquier día del año.
- ❖ **Grado de Dificultad:** Fácil

- ❖ **Servicios:** Alimentación, guianza, transporte
- ❖ **Actividades:** Caminatas, observación del cultivo y procesamiento de café, recolección y degustación de frutos de la finca, degustación del guarapo, alimentación de animales de granja y observación de flora y fauna.

### **Itinerario**

**08h00** Desayuno en la finca “Balzal”

**09h00** Visita y recorrido a las plantaciones de café (observación y explicación del cultivo y procesamiento del café, recolección y degustación de frutos que produce la finca)

**10h00** Recorrido por el meliponario de abejas (explicación de la producción de miel de abeja)

**10h30** Participación de actividades pecuarias (alimentación de animales de granja)

**11h00** Visita al cañaveral y trapiche de la finca (explicación del procesamiento de la caña de azúcar y degustación de guarapo).

**13h00** Almuerzo típico en la finca

**14h00** Caminata hacia el bosque de la finca (observación de flora y fauna de la zona)

**15h00** Visita a la cascada “La Chorrera”

**16h00** Visita y recorrido por la quebrada Cochurco (toma de un refrescante baño, fotografía, observación de fósiles de conchas y caracoles petrificados)

**17h00** Regreso a la finca “Balzal”

**a) Que llevar**

- ❖ Cámara fotográfica
- ❖ Binoculares
- ❖ Ropa ligera
- ❖ Gorra, gafas y ropa de baño
- ❖ Protector solar
- ❖ Repelente
- ❖ Botas de caucho (época invernal)
- ❖ Poncho de agua (época invernal)

**b) Que no llevar**

- ❖ Bebidas alcohólicas
- ❖ Equipos de sonido

**c) El paquete incluye**

- ❖ Alimentación
  - Desayuno
  - Almuerzo
- ❖ Guía nativo
- ❖ Transporte

**d) El paquete no incluye**

- ❖ Comidas y bebidas no especificadas en el paquete
- ❖ Propinas
- ❖ Gastos personales.

**Guión turístico**

El guion turístico contiene información ordenada y sintetizada de los atractivos turísticos descritos en el itinerario.

## Cuadro N° 51: Guión turístico

### Guión turístico del Paquete turístico

## *Balzal, productividad y naturaleza*

Muy buenos días, les doy la más cordial bienvenida a la finca “Balzal”, mi nombre es Karla Granda y en esta mañana tengo el agrado de ser su guía, si existe alguna pregunta o inquietud será un placer ayudarles.

Antes de iniciar con el recorrido es muy importante tener en cuenta siguientes normas de conducta:

- ❖ Depositar la basura en los lugares destinados para ella.
- ❖ Algunas especies de flora existente en la finca son indispensables para la vida de muchos animales. Jamás la recolecte.
- ❖ Contribuya al equilibrio de la naturaleza. El silencio vivifica el espíritu.
- ❖ No tomar productos sin autorización del propietario.
- ❖ Realice su recorrido por los espacios indicados por el guía.
- ❖ No separarse del grupo.

La finca “Balzal” se encuentra ubicada al sur de la parroquia Ciano (cantón Puyango) a 15 km de la ciudad de Alamor, la finca posee una extensión de 15 hectáreas y una altitud de 1200msnm. El clima de este lugar es templado con temperaturas que oscilan entre los 20°C a 24°C aproximadamente.

Su nombre se debe por el sector en donde se encuentra ubicada; este sector antiguamente, era una zona cubierta de muchos árboles de Balsa; debido a la abundancia de estas especies maderable los moradores decidieron llamarle Balzal (lugar lleno de Balsa); dicha especie en el siglo pasado fue utilizada por habitantes del lugar para fabricar gabarras, las mismas que servían para el transporte de bienes

y personas hacia El Oro a través del río Puyango.

A continuación nos vamos a dirigir a las principales plantaciones de café que posee la finca; en este lugar se conocerá sobre el cultivo y procesamiento del café, además existirá la oportunidad de recolectar y degustar de frutos que aquí se producen. Las excelentes condiciones climáticas como altitud, precipitación y temperatura permiten a la finca Balzal tener una buena producción de café; de las 15 hectáreas que posee la finca 10 están cubiertas con 18.000 mil plantas de café salchimor de todos los tamaños y en conjunto producen cerca de 30 quintales. El proceso productivo del café inicia desde la selección de la semilla, luego en una funda llena de tierra preparada para este cultivo se procede a sembrar la semilla seleccionada y es aquí donde la planta desarrolla sus primeras hojas, en esta etapa se realiza lo que comúnmente se conoce como viveros; luego de un periodo de seis meses ya que la planta está desarrollada y en época de invierno se procede a la distribución y siembra del café en el terreno previamente acondicionado; después de haber sido establecida la planta en el campo, ésta continúa con la etapa de crecimiento durante tres años, en este lapso de tiempo se efectúa el control de malezas, fertilización orgánica y regulación de sombras, luego la planta comienza con el florecimiento específicamente en los meses de septiembre y octubre, finalmente y solo una vez al año en los meses de mayo y junio se procede a realizar la cosecha de los granos de café. El proceso del café que aquí se realiza inicia con la cosecha, boyado, despulpado, fermentación natural, lavado, secado y seleccionado del café todo esto se lo hace con herramientas apropiadas para mantener el buen sabor y aroma del café. Como se puede observar entre las plantaciones de café existen también especies de ciclo corto como: guineo, papayo, naranja, limón, guaba, zapote, mango, chirimoya, guanábana etc. que además de servir como sustento alimenticio, estas además ayudan a dar sombra al cultivo de café. El café que se produce en la finca Balzal se destaca por ser 100% orgánico ya que no se utiliza ningún compuesto químico

durante el cultivo y proceso de este producto. Seguidamente nos trasladaremos hacia el apiario de las abejas sin aguijón.

Ahora nos encontramos en el meliponario de abejas, en este lugar existen 30 cajas de abejas de las especies *Meliponas indecisas* (Cananambo) y *Scaptotrigona postica* (Catana). Como pueden observar las abejas se encuentran en cajas de 40 cm por 20cm elaboradas totalmente de madera; cierto número de enjambres fueron encontrados dentro de la finca en troncos de árboles y luego fueron ubicadas en estas cajas. Algunas han sido divididas ya que estas especies se han logrado multiplicar sin dificultad con el paso de los años. Aunque las abejas sin aguijón no pican y muchas son mansas, tienen otras estrategias defensivas para evitar el ataque de posibles predadores. En la elaboración de sus enjambres las abejas utilizan diversos materiales como cera pura, cerume (mezcla de cera + propóleos) o en algunos casos batume (mezcla de propóleos + barro), destinados a la delimitación del espacio interno. Dentro de sus nidos, ellas guardan miel y polen en bollos ovalados de cera y propóleos. La entrada a los nidos es estrecha y larga y está cubierta con resinas o semillas repelentes, con los cual evitan el acceso de intrusos. La longitud de la entrada es una medida de cuán fuerte es la abeja y constituye un mecanismo de defensa muy importante; estas abejas pueden llegar a medir entre 5 mm y 10mm

Es importante destacar que estas especies juegan un papel valioso en la conservación de bosques, debido a que son un agente polinizador natural de numerosas plantas y cuya supervivencia depende de ella. Estos insectos al alimentarse del polen y néctar de las flores cumplen una función polinizadora ya que durante el período de recolección del alimento visitan varias flores, transfiriendo polen entre ellas. La cosecha de miel de abeja se la realiza dos veces al año en los meses de agosto en donde producen más propóleo que miel y en diciembre sucede lo contrario producen más miel que propóleo, la cantidad de miel que

pueden producir es de 1 a 2 litros. Este tipo de abejas producen miel, cera y polen o propóleo con propiedades medicinales que ayudan a curar afecciones en las vías respiratorias, en la vista (cataratas y conjuntivitis) y también ayuda a combatir la anemia.

A continuación tenemos el trapiche y cañaveral; el cultivo de caña de azúcar y el trapiche en conjunto ocupan una extensión de media hectárea; la producción de caña de azúcar en la finca no requiere del uso de agroquímicos, su fertilización se realiza con abono orgánico proveniente de desechos de animales y plantas; cuando el cultivo de caña alcanza los 18 o 20 meses está lista para ser cortada y llevada al trapiche. La elaboración de la panela es un proceso que maximiza el uso de todos los materiales.

El proceso inicia con el corte y recolección de la caña, la misma que es transportada en mula desde el cañaveral hasta el ramal para ser almacenada máximo hasta tres días, en el ramal se encuentra la máquina moledora y es aquí donde inicia la extracción del jugo, con el paso de la caña a través de la maquina se obtiene el guarapo como producto principal y bagazo húmedo (verde) que se emplea como combustible para la hornilla de evaporadora. Una vez extraído todo el jugo de la caña éste es depositado a la evaporadora para que comience su cocción a altas temperaturas, es aquí donde se eliminan todas las impurezas y se adiciona un aglutinante natural (cortezas de guineo o tamo de café quemados) como la lejía, esto se lo hace con el fin de hacer producir mucha espuma conocida como cachaza, esta es sacada y acumulada en un balde para alimentar a los cerdos y es un producto muy nutritivo para estos animales. En la evaporadora el jugo de la caña debe hervir hasta que pierda toda el agua que este posee y hasta obtener la miel. Luego en una paila se realiza el batido y se agita la miel, siempre y cuando ésta haya alcanzado el punto exacto y es a la vez sacada de la hornilla con el propósito de cambiar la textura y hacer perder su capacidad de adherencia. Al incorporar aire a la miel, los



cristales de sacarosa crecen, adquieren porosidad y la panela cuando se enfría adquiere su característica de sólido compacto. Finalmente se procede a realizar el respectivo moldeo de la panela y enfriamiento con el fin de que este producto adquiriera aún más su estado máximo de compactación.

En este momento no dirigiremos al bosque que posee la finca. El bosque tiene una extensión de cuatro hectáreas y se ha conservado intacto hasta la actualidad, los propietarios han preservado este espacio con el fin de contribuir a la protección de la flora, fauna y la principal vertiente de agua de este sector que es la quebrada Cochurco ya que el bosque llega justamente hasta la rivera de la misma, este bosque nativo conserva una variedad de especies de árboles entre las que sobresalen: chaquinos, canelo, higuierón, cedro, roblón, amarillo, balsa, petrino, pechiche, guayacán faique, guápala, etc. Dentro de la fauna más representativa que aquí se puede encontrar tenemos: perezoso, gato del monte, guanchaca, guatusa, yamala, fraile, venado, armadillo, zorro, ardilla; en cuanto a aves sobresalen: chiroca, tucán, búho, perico, chilalo, carpintero, gorrión, pasacha, colibrí, paloma, perdiz, canario etc.

Siguiendo con el recorrido no dirigiremos hacia la cascada “La Chorrera” La cascada “La Chorrera” se encuentra a 30 minutos de la finca y a una distancia de 4 km. Esta hermosa cascada está formada por aguas de la quebrada Nubes, tiene una caída de seis metros de altura y da lugar a una laguna de seis metros de profundidad por ocho metros de ancho, como ustedes pueden observar debido a la formación rocosa y al cauce del agua que aquí existe, ésta laguna forma a su vez dos chorreras de un metro y medio, formando finalmente estas dos una pequeña laguna. Cerca de La Chorrera se puede observar una gran variedad de plantas como: chaguarquero, pechiche, guayacán, roblón, guápala, petrino, etc. además de aves e insectos típicos de la zona, la cascada es un lugar ideal para disfrutar de un refrescante baño y para entrar en contacto directo con la naturaleza.

A continuación en una caminata de 15 minutos llegaremos hasta la quebrada Cochurco. Su nombre proviene de dos palabras quichuas Kucha+ Urco, Kucha: lago, vertiente, charco, laguna, Urku: cerro, monte, colina, por lo tanto Cochurco en quichua significa el Cerro de la Laguna. La quebrada se encuentra a 15 minutos del eje vial Troncal de la Costa y 25 minutos de la finca. Posee un gran caudal en la parte baja y tan solo a 15 km aguas abajo hace unión con uno de los ríos más importantes de la provincia de Loja como lo es el río Puyango. El agua de esta quebrada se caracteriza siempre por ser cristalina y refrescante; está rodeada de enormes piedras y exuberante vegetación propia de la zona, este lugar tiene un ambiente acogedor por el clima y el paisaje del entorno. Como pueden apreciar lo que hace más interesante a esta quebrada es que se puede encontrar plasmados en las piedras restos fósiles de conchas y caracoles petrificados y se puede decir que toda esta zona al igual que el Bosque Petrificado de Puyango sufrió el proceso de fosilización en la era geológica del Cretácico Superior de la tierra.

Aquí concluimos con nuestro recorrido, espero haber cumplido con todas sus expectativas, sobre todo, el haber transmitido la información que les permita conocer con mayor profundidad todo lo que ofrece y se puede realizar en la finca Balzal.

Ha sido un placer acompañarles en este día, si existe algún tipo de sugerencia que permita mejorar o complementar el servicio en la finca por favor no duden en hacérmela saber.

Gracias por su visita

¡Hasta pronto!..

**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

## Capacidad instalada

Para el paquete turístico la capacidad se establece multiplicando el número de personas del paquete que en este caso son 20 pax por 365 días del año. En el siguiente cuadro se indica la capacidad instalada del servicio.

**Cuadro N° 52: Capacidad instalada del paquete turístico**

Servicio	Capacidad	Días al año	Capacidad instalada	% Capacidad instalada
Paquete turístico	20	365	7300	100%

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

## Capacidad utilizada

En el paquete turístico la capacidad utilizada se realiza en función de la cantidad de personas que tiene el mismo y por los días de atención, en este caso cuatro días al mes por 12 meses que tiene el año. El cálculo de la capacidad utilizada se indica a continuación:

Días /mes= 4

Meses /año = 12     4 x 12 = 48

**Cuadro N° 53: Capacidad utilizada paquete turístico**

Servicio	Capacidad	Días al año	Capacidad utilizada	% Capacidad utilizada
Paquete turístico	20	48	960	13%

Fuente: Cuadro N° 52

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Cap. Utilizada/Cap. Instalada \* 100 = %Capacidad Utilizada

La participación en el mercado se lo obtuvo de la siguiente manera:  
Capacidad Utilizada/Demanda Insatisfecha\*100= % de Mercado.

**Cuadro N° 54: Participación en el mercado**

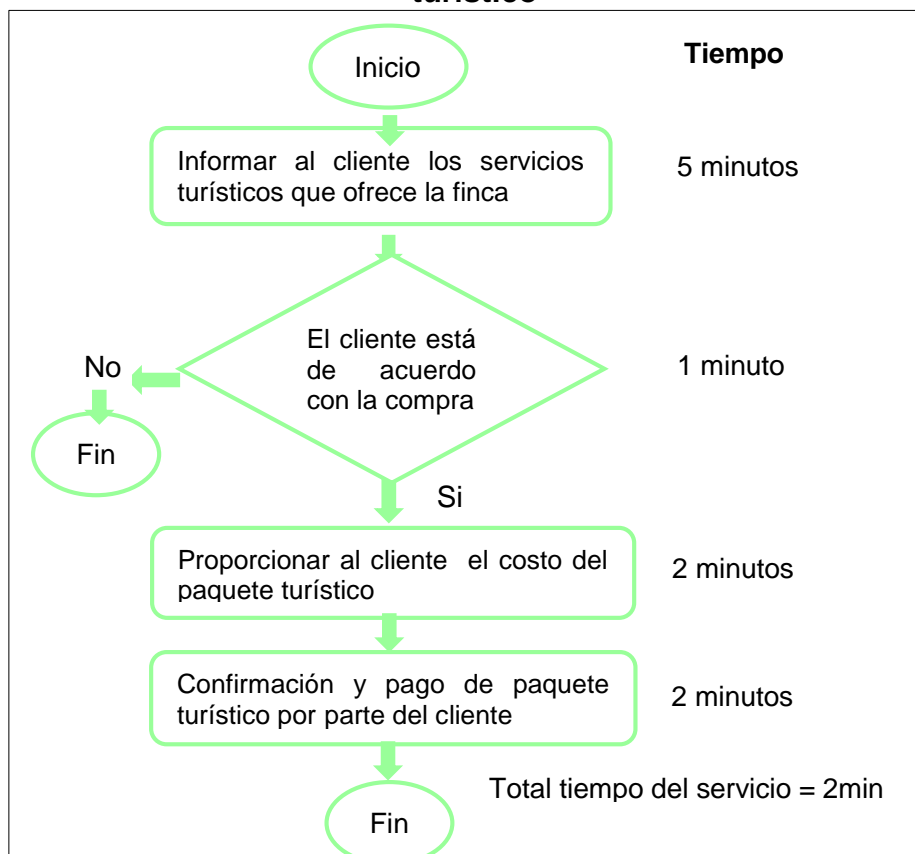
Año	Demanda insatisfecha	Capacidad utilizada	% Participación en el mercado
1	7.028	960	14%
2	7.093	960	14%
3	7.159	960	13%
4	7.225	960	13%
5	7.291	960	13%

Fuente: Cuadro N°53  
 Elaboración: Karla Patricia Granda Grada

### Proceso de prestación de servicios

La prestación de servicios turísticos en la finca “Balzal” debe garantizar calidad, para ello se elaboran los siguientes diagramas en los que se indica los procedimientos que se deben seguir para la prestación eficiente y eficaz de cada servicio que se ofrecerá al mercado.

**Figura N° 32: Diagrama de procedimiento de la venta del paquete turístico**

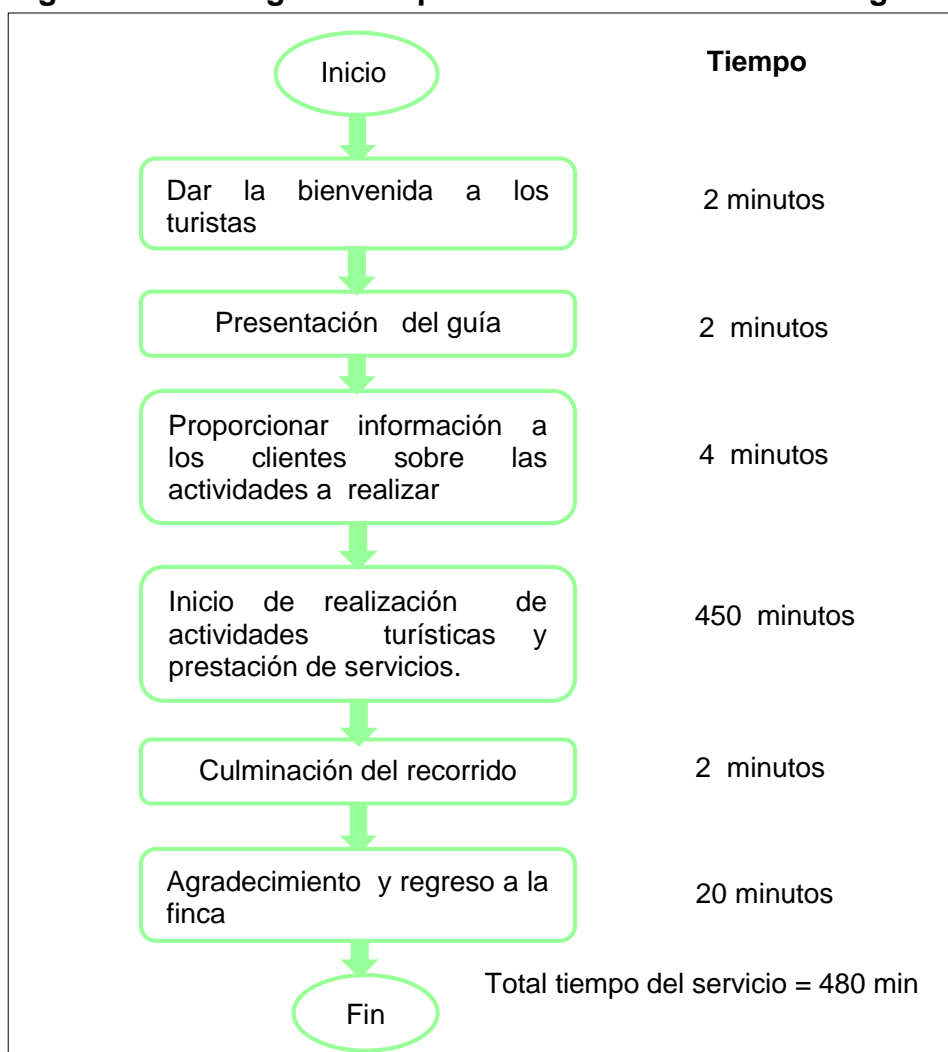


Fuente: Karla Patricia Granda Grada  
 Elaboración: Karla Patricia Granda Grada

**Descripción del proceso:** El proceso la venta del paquete será llevado a cabo por la recepcionista y se inicia informando al posible cliente sobre los servicios y actividades que la finca tiene para ofrecer; luego de haber proporcionado la información al cliente y de haber aplicado todas las estrategias para que ésta adquiriera el servicio, se procede a confirmar si está dispuesto a comprarlo; en el caso de que su respuesta sea negativa se llegaría a la culminación del proceso, si su sucede lo contrario se continúa con el procedimiento en donde se le indica el costo del paquete turístico para que finalmente se realice el pago del mismo.

Para el servicio de guianza el proceso sería el siguiente:

**Figura N° 33: Diagrama de procedimiento de servicio de guianza**



**Fuente:** Karla Patricia Granda Granda  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Descripción del proceso:** El proceso para ofrecer el servicio de guianza inicia dando la bienvenida a los turistas, luego se realiza la presentación del guía y éste empieza su trabajo explicando las normas que se deben cumplir al momento de visitar cada atractivo; el procedimiento continúa ejecutándose las actividades y los servicios turísticos de acuerdo a lo determinado en el itinerario; una vez que se ha llevado a cabo todo, de acuerdo a lo planificado se agradece al turista o visitante por haber adquirido el servicio dando de esta manera culminación al mismo.

### **6.2.3.3. Capacitación al Talento Humano en talleres de atención al cliente, seguridad alimentaria y técnicas de guianza.**

La capacitación se constituye en un medio para motivar a los trabajadores y conseguir que ellos cubran sus expectativas de crecimiento personal. La capacitación al Talento Humano de la finca “Balzal” se la realizará con el fin de fortalecer el desempeño de los servicios a ofrecer y sobretodo de quién lo ejecute también esté preparado para su prestación.

Con el personal capacitado se obtendrá eficiencia y productividad en el negocio, se logrará cumplir con los objetivos generales de la finca y tendrá la gran ventaja de ser reconocida por la calidad en sus servicios.

La capacitación se llevará a cabo a través de tres talleres, cada uno tendrá una duración de 30 horas; la organización y financiamiento de la misma estará a cargo de la Mancomunidad Las Meliponas. Al final de los talleres se otorgará un certificado de participación por 90 horas.

Por las diferentes actividades que realiza el personal de la finca, se ha considerado que el horario adecuado para la capacitación sería de lunes a viernes desde la 17h00 a 20h00 pm.

El capacitador encargado de llevar a cabo los talleres deberá cumplir con el siguiente perfil:

- ❖ Profesional en turismo o en especialidades de acuerdo a los talleres a tratar
- ❖ Disponibilidad de tiempo para atender las exigencias propias de los talleres de capacitación
- ❖ Conocimiento de metodologías de enseñanza y orientaciones de aprendizaje didácticas.
- ❖ Habilidad para manejo de grupos y metodologías didácticas participativas.
- ❖ Capacidad de motivación, liderazgo y responsabilidad.

Al culminar los talleres se espera que el personal obtenga nuevos y diversos conocimientos, además que el desarrollo de la actividad turística genere múltiples recursos y beneficios para la finca.

**Cuadro N° 55: Presupuesto de capacitación**

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Capacitador	1	200,00	200,00
Certificados	13	0,25	3,25
Alquiler de equipo audiovisual	1	100,00	100,00
Materiales de trabajo	----	100,00	100,00
<b>Total</b>			<b>403,25</b>

**Fuente:** Varias cotizaciones

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

A continuación se detalla el cuadro de estructura y contenidos a tratar en cada taller:

**Cuadro N° 56: Estructura y contenidos de los talleres**

<b>Talleres de Atención al Cliente, Seguridad Alimentaria y Técnicas de Guianza</b>	
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Fortalecer las habilidades y destrezas del talento humano, a través de la transferencia de conocimientos técnicos.</li> <li>❖ Proporcionar conocimientos fundamentales y necesarios para el desarrollo eficaz y eficiente de actividades y servicios turísticos</li> <li>❖ Obtener un personal ampliamente capacitado y preparado en diferentes temáticas de la actividad turística</li> </ul>
<b>Horario</b>	Lunes a Viernes 17h00pm a 20h00 pm
<b>Lugar</b>	Instalaciones de la escuela Manuel Quiroga
<b>Horas total de capacitación</b>	90 horas
<b>Total de días</b>	30 días
<b>Participantes</b>	Personal de la Finca
<b>Estructura de contenidos</b>	
<b>Taller Uno: Atención al cliente</b>	
<b>Objetivo:</b> Ofrecer al talento humano un soporte teórico sobre aspectos relacionados con la atención al cliente, para que incorpore en forma eficiente las buenas prácticas al momento de interactuar con sus clientes/as	
<b>Unidad Uno</b>	<b>Contenidos</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ El cliente</li> <li>❖ Atención al cliente</li> <li>❖ Elementos de atención al cliente</li> <li>❖ La comunicación con el cliente               <ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación verbal</li> <li>Comunicación no verbal</li> </ul> </li> <li>❖ El cliente</li> <li>❖ Atención al cliente</li> <li>❖ Elementos de atención al cliente</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ La comunicación con el cliente           <ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación verbal</li> <li>Comunicación no verbal</li> <li>Establecer comunicación efectiva tanto con el cliente interno como externo</li> </ul> </li> <li>❖ Importancia de saber mirar, escuchar y preguntar al cliente</li> <li>❖ Importancia del servicio al cliente           <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Por qué es tan importante saber atender bien a los clientes?</li> </ul> </li> <li>❖ Calidad y procesos del servicio al cliente           <ul style="list-style-type: none"> <li>Las necesidades del cliente</li> </ul> </li> </ul>	
<b>Unidad Dos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Oferta de servicios especiales y personalizados</li> <li>❖ Servir con excelencia           <ul style="list-style-type: none"> <li>Los diez mandamientos para un servicio de excelencia y la conservación de los clientes.</li> <li>Las diez reglas para una excelente atención en el servicio.</li> </ul> </li> <li>❖ El cliente y el destino turístico</li> <li>❖ Asegurar la satisfacción del cliente           <ul style="list-style-type: none"> <li>Elementos que conforman la satisfacción del cliente.</li> <li>Como determinar el nivel de satisfacción al cliente</li> </ul> </li> <li>❖ Cómo actuar ante las quejas y reclamaciones de los cliente</li> </ul>	
<b>Total de horas del taller atención al cliente :</b> 30 horas	<b>Teóricas:</b> 20 horas	<b>Prácticas:</b> 10 horas
<b>Taller Dos: Seguridad Alimentaria</b>		
<b>Objetivo:</b> Conocer la importancia del correcto manejo de los alimentos		
<b>Unidad Uno</b>	<b>Contenidos</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Seguridad alimentaria</li> <li>❖ Tipos de alimentos           <ul style="list-style-type: none"> <li>Tipos de contaminación</li> <li>Fuentes de contaminación de alimentos</li> </ul> </li> </ul>	

	Alimentos y su manipulación ❖ Control de calidad de los productos adquiridos y a ser servidos Control de calidad sanitario utilizando los sentidos ❖ Procedimientos de higiene y seguridad en el local. ❖ Condiciones del establecimiento donde se preparan alimentos ❖ Procedimientos de higiene y seguridad en el local.	
<b>Unidad Dos</b>	❖ Procedimientos de higiene personal ❖ Procedimientos de almacenamiento de alimentos ❖ Manejo Higiénico en el Proceso de Elaboración de los Alimentos ❖ Supervisión y control de la calidad de los alimentos in natura o producido ❖ Patologías comunes derivadas de alimentos	
<b>Total de horas del taller seguridad alimentaria: 30horas</b>	<b>Teóricas: 20 horas</b>	<b>Prácticas: 10 horas</b>
<b>Taller Tres: Técnicas de guianza</b>		
<b>Objetivo:</b> Adquirir conocimientos básicos que permita al talento humano brindar un excelente servicio de guianza		
	<b>Contenidos</b>	
<b>Unidad Uno</b>	❖ Antecedentes de los guías de turismo ❖ Definición del guía de turismo Los animadores turísticos ❖ Funciones del guía de turismo ❖ Perfil profesional del guía de turismo ❖ Clasificación de los guías de turismo ❖ Conocimientos profesionales, generales y específicos de un guía. ❖ El guía antes del viaje	
<b>Unidad Dos</b>	❖ Servicios turísticos guiados, diseño de guiones. Programas locales Programas locales pedestres Esquema de la visita guiada	

	Elaboración y diseño del guión Operación de un city tour ❖ Técnicas de guiar y conducción de grupos. Ubicación del guía ❖ Técnicas de descripción Técnicas de guiado pedestre ❖ Técnicas de guiado vehicular ❖ Especificaciones sobre la comunicación	
<b>Total de horas del taller de técnicas de guiar :</b> 30 horas	<b>Teóricas:</b> 15 horas	<b>Prácticas:</b> 15 horas
<b>Estructura general de los talleres</b>		
❖ <b>Encuadre inicial</b> Presentación del capacitador y participantes, dinámica de integración, presentación del taller, indagación sobre contenidos del taller. ❖ <b>Actividades de desarrollo</b> Explicación y desarrollo de los contenidos del taller ❖ <b>Actividades de cierre</b> Retroalimentación de contenidos, análisis del taller y test para evaluar sus conocimientos		
<b>Metodología:</b> Se utilizará una metodología altamente participativa y práctica con el fin de promover un aprendizaje vivencial y útil como herramienta de trabajo. Los principales métodos que se emplearan son: analítico-sintético, deductivo, inductivo y el método acción-reflexión-acción, partiendo de la experiencia del participante		
<b>Técnicas didácticas</b> ❖ Talleres grupales ❖ Debates ❖ Exposiciones ❖ Charlas participativas ❖ Ejercicios en clase.		

**Materiales a utilizar**

- ❖ Infocus
- ❖ Computadora
- ❖ Hojas de papel bond
- ❖ Pliegos de papel periódico
- ❖ Marcadores, esferos , lápices
- ❖ Carpetas
- ❖ Cuadernillo de trabajo
- ❖ Material impreso
- ❖ Material audiovisual

**Financiamiento:** Mancomunidad Las Meliponas.

**Fuente:** Manual de técnicas de guianza y manual de atención al cliente

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

Figura N° 34: Modelo de certificado



Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

#### **6.2.4. Estudio Administrativo**

Dentro del estudio administrativo se encuentra comprendida la estructura organizacional y la estructura legal; herramientas fundamentales para el funcionamiento del negocio.

##### **6.2.4.1. Estructura Organizacional**

La estructura organizacional del negocio se definirá en reunir y consolidar un grupo de trabajo a la altura de ofrecer un servicio distinguido y eficaz, en función de cristalizar cada uno objetivos de la finca, con el único propósito de posicionarla dentro de parámetros de prestigio y autenticidad

La finca “Balzal” contará con una estructura organizacional sencilla determinada en diversos niveles establecidos de acuerdo al giro del negocio que se pretende llevar a cabo, los mismos que permitirán que el Talento Humano conozca su posición laboral y sus funciones.

##### **❖ Nivel legislativo**

Es el máximo nivel de la finca se encuentra representado por la Junta de socios y serán los encargados de dictar las políticas y reglamentos bajo los cuales operará la finca.

##### **❖ Nivel ejecutivo**

Se encuentra representado por el administrador, él es quien establece las estrategias y lleva a cabo la gestión para el buen funcionamiento del negocio.

##### **❖ Nivel operativo**

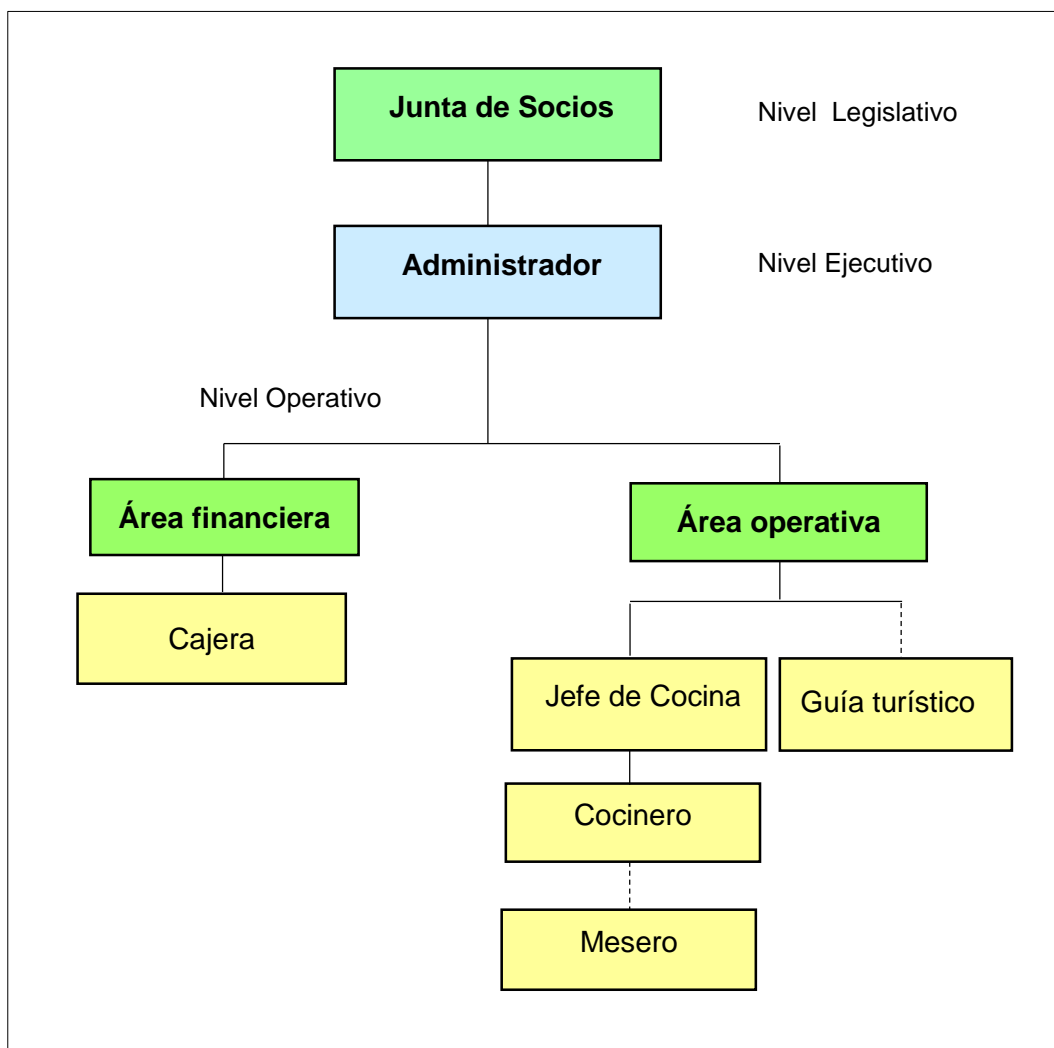
En este nivel se encuentran todos los responsables de ejecutar las actividades y servicios turísticos que la finca “Balzal” ofrecerá al mercado.

Para la prestación de servicios y desarrollo de actividades turísticas inicialmente se contará con el siguiente personal: administrador, recepcionista, cocinero, mesero y guía turístico.

La estructura organizativa de la finca “Balzal” se representa a través de los organigramas estructural y funcional los cuales indican las líneas de autoridad y responsabilidad.

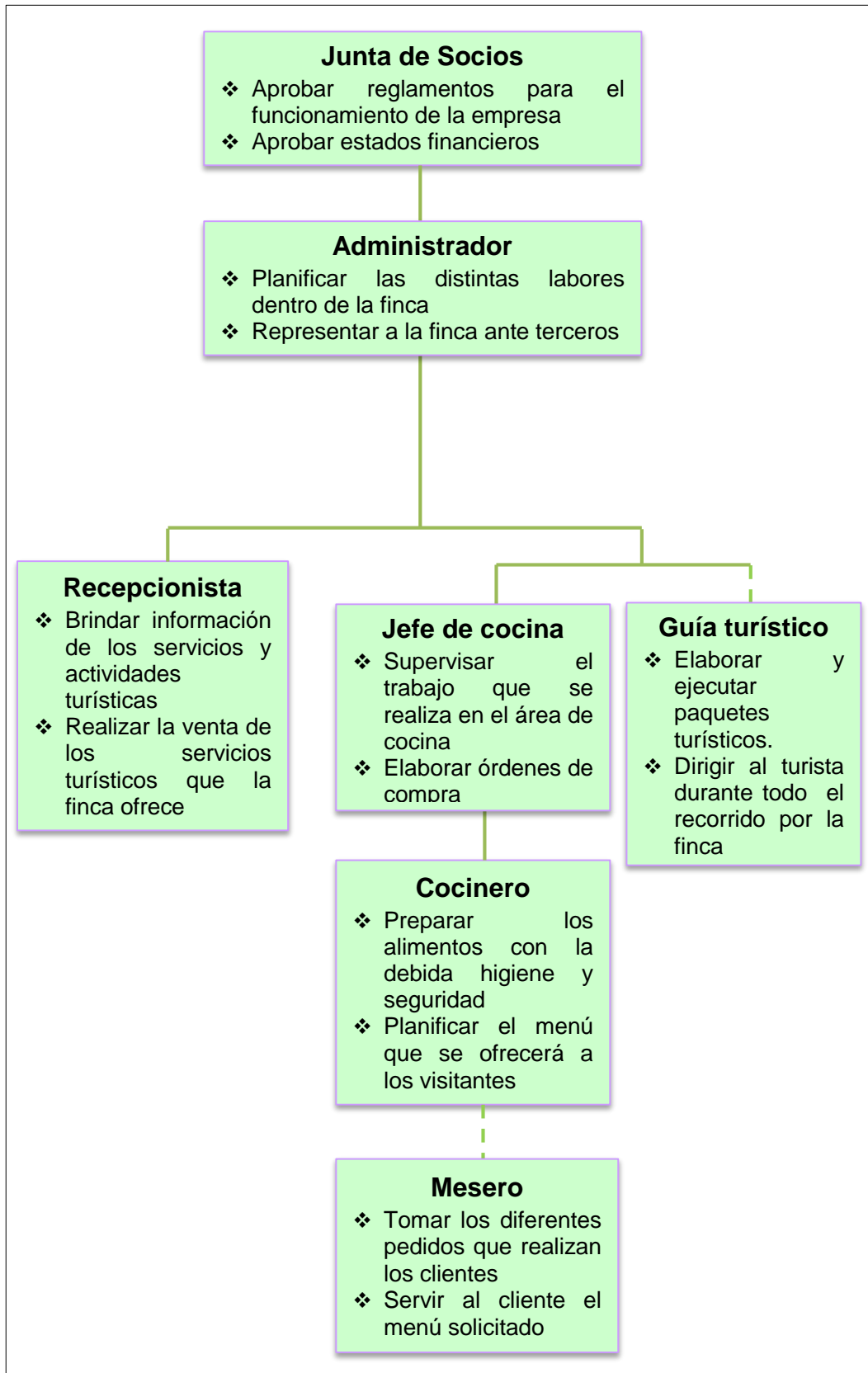
En el organigrama que se muestra a continuación se indica gráficamente la posición o estructura jerárquica del personal que trabajará dentro de la finca.

**Figura N° 35: Organigrama estructural de la finca “Balzal”**



Fuente: Karla Patricia Granda Granda  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Figura N° 36: Organigrama funcional de la finca “Balzal”**



**Fuente:** Karla Patricia Granda Granda  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda



❖ **Manual de funciones de la finca “Balzal”**

Con el propósito de que el personal que va a laborar en la finca tenga el conocimiento de las funciones que tiene en su área de trabajo se ha elaborado el siguiente el manual de funciones.

El manual describe la organización formal, especifica claramente los requisitos para cada puesto de trabajo, las funciones y relaciones autoridad.

**Cuadro N° 57: Manual de funciones para Junta de socios**

<b>I. Identificación</b>	
<b>Denominación del cargo:</b> Junta de Socios	<b>Código:</b> FB- 001
<b>Nivel Jerárquico :</b> Legislativo	<b>Reporta a:</b> Junta de Socios
<b>II. Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Hacer cumplir las leyes, reglamentos y normas que rigen la vida administrativa y jurídica de la empresa</li> <li>❖ Representar legal, judicial y extrajudicial a la finca ante terceros</li> <li>❖ Disponer de las utilidades sociales conforme a lo previsto en los estatutos y en la ley.</li> <li>❖ Elegir y remover libremente al administrador.</li> <li>❖ Examinar, aprobar o rechazar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que deba rendir el administrador.</li> <li>❖ Elaborar los correspondientes reglamentos que se aplicaran dentro del negocio.</li> </ul>	
<b>III. Perfil del puesto</b>	
<b>Nivel académico</b>	-----
<b>Conocimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Conocimientos generales en administración y de negocios</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad de liderazgo</li> <li>❖ Responsable</li> <li>❖ Compromiso</li> </ul>
<b>Elaborado por:</b> _____	
<b>Revisado por:</b> _____	
<b>Aprobado por:</b> _____	

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

## Cuadro N° 58: Manual de funciones para administrador

<b>I. Identificación</b>	
<b>Denominación del cargo:</b> Administrador	<b>Código:</b> FB- 002
<b>Nivel Jerárquico :</b> Administrativo	<b>Reporta a:</b> Junta de Socios
<b>II. Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Planificar, organizar, dirigir y controlar el correcto y eficiente funcionamiento de la finca</li> <li>❖ Coordinar estrategias eficaces para consolidar a la finca en el mercado turístico.</li> <li>❖ Establecer estrategias generales para alcanzar los objetivos de la finca</li> <li>❖ Determinar las distintas funciones que debe desempeñar todo el personal.</li> <li>❖ Realizar periódicamente evaluaciones de desempeño al personal.</li> <li>❖ Manejar y asignar de manera óptima los recursos de la finca.</li> <li>❖ Motivar y liderar al personal</li> <li>❖ Supervisar las actividades que realiza el personal.</li> <li>❖ Crear un buen ambiente de trabajo, basado en la comunicación, colaboración y respeto.</li> </ul>	
<b>III. Perfil del puesto</b>	
<b>Nivel académico</b>	Profesional en turismo o carreras afines al turismo
<b>Conocimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Conocimiento en manejo de empresas turísticas</li> <li>❖ Conocimiento en técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo.</li> <li>❖ Conocimiento en métodos de evaluación de desempeño de personal</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad de liderazgo</li> <li>❖ Capacidad para motivar</li> <li>❖ Innovador</li> <li>❖ Detallista</li> <li>❖ Responsable</li> <li>❖ Honrado</li> <li>❖ Perseverante</li> <li>❖ Orientado al cambio</li> </ul>
<b>Elaborado por:</b> _____	
<b>Revisado por:</b> _____	
<b>Aprobado por:</b> _____	

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### Cuadro N° 59: Manual de funciones para recepcionista/cajero

<b>I. Identificación</b>	
<b>Denominación del cargo:</b> Cajero/a	<b>Código:</b> FB- 003
<b>Nivel Jerárquico :</b> Operativo	<b>Reporta a:</b> Administrador
<b>II. Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Brindar toda la información de los servicios, actividades, precios, y formas de pago que se ofrece en la finca.</li> <li>❖ Realizar la venta de los servicios y actividades turísticas que ofrece la finca.</li> <li>❖ Informar al cliente sobre promociones que la finca ofrezca</li> <li>❖ Mantener buenas relaciones interpersonales con los cliente</li> <li>❖ Efectuar las respectivas reservas de los clientes.</li> <li>❖ Coordinar las llamadas telefónicas externas de la finca.</li> <li>❖ Llevar diariamente los registros contables que se realicen en el negocio</li> <li>❖ Registrar los pagos por consumo de los servicios de la finca.</li> </ul>	
<b>III. Perfil del puesto</b>	
<b>Nivel académico</b>	Título en turismo o carreras afines
<b>Conocimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Conocimiento en atención al cliente</li> <li>❖ Conocimientos en el área contable</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Habilidad para comunicarse efectivamente</li> <li>❖ Capacidad de organización</li> <li>❖ Actitud de servicio al cliente</li> <li>❖ Amable</li> <li>❖ Discreto</li> <li>❖ Respetuoso</li> <li>❖ Puntual</li> <li>❖ Atento</li> <li>❖ Honesto</li> </ul>
<p><b>Elaborado por:</b> _____</p> <p><b>Revisado por:</b> _____</p> <p><b>Aprobado por:</b> _____</p>	

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### Cuadro N° 60: Manual de funciones para Jefe de cocina

<b>I. Identificación</b>	
<b>Denominación del cargo:</b> Jefe de Cocina	<b>Código:</b> FB- 004
<b>Nivel Jerárquico :</b> Operativo	<b>Reporta a:</b> Administrador
<b>II. Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Organizar, dirigir y coordinar el trabajo del personal a su cargo</li> <li>❖ Realizar junto con el administrador el inventario de cocina.</li> <li>❖ Planificar menús y calcular las necesidades de alimentos.</li> <li>❖ Calcular el costo de preparación de cada menú.</li> <li>❖ Supervisar y controlar el mantenimiento y uso de maquinaria, materiales y menaje.</li> <li>❖ Vigilar el consumo racional de materia prima para obtener el máximo rendimiento</li> <li>❖ Supervisar la cocina a la hora del servicio</li> <li>❖ Supervisar la limpieza del área de cocina</li> <li>❖ Elaborar órdenes de compra.</li> </ul>	
<b>III. Perfil del puesto</b>	
<b>Nivel académico</b>	Título de tercer nivel en Gastronomía
<b>Conocimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Conocimientos técnicas culinarias</li> <li>❖ Conocimientos en control de aprovisionamientos de materia prima</li> <li>❖ Conocimientos en seguridad alimentaria</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad para dirigir equipos de trabajos</li> <li>❖ Cooperación</li> <li>❖ Iniciativa</li> <li>❖ Sociable</li> <li>❖ Responsable</li> <li>❖ Voluntad</li> <li>❖ Constante</li> </ul>
<p><b>Elaborado por:</b> _____</p> <p><b>Revisado por:</b> _____</p> <p><b>Aprobado por:</b> _____</p>	

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 61: Manual de funciones para cocinero**

<b>I. Identificación</b>	
<b>Denominación del cargo:</b> Cocinero	<b>Código:</b> FB- 005
<b>Nivel Jerárquico :</b> Operativo	<b>Reporta a:</b> Jefe de cocina
<b>II. Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Garantizar la preparación y presentación de los alimentos de manera adecuada y eficiente.</li> <li>❖ Preparar los alimentos con la debida higiene y cuidado.</li> <li>❖ Inspeccionar porciones, guarniciones, limpieza y decoración de los platos.</li> <li>❖ Verificar que el servicio sea el adecuado.</li> <li>❖ Colaborar al jefe de cocina en la elaboración de menús</li> <li>❖ Solicitar al jefe la materia prima necesaria para la elaboración de los distintos platos</li> <li>❖ Preparar el mise en place</li> <li>❖ Recibir, verificar y almacenar mercadería comprada o solicitada.</li> <li>❖ Controlar la calidad de los productos antes de ser preparados.</li> <li>❖ Revisar y controlar el material de uso en la cocina.</li> <li>❖ Colaborar con el mesero a mantener el área de cocina limpia y ordenada.</li> </ul>	
<b>III. Perfil del puesto</b>	
<b>Nivel académico</b>	Profesional en gastronomía
<b>Conocimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Conocimientos de métodos y técnicas de cocción</li> <li>❖ Conocimientos en planificación de menús</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad para trabajar bajo presión</li> <li>❖ Creativo</li> <li>❖ Agilidad</li> <li>❖ Disciplinado</li> <li>❖ Ordenado</li> <li>❖ Responsable</li> <li>❖ Puntual</li> </ul>
<p><b>Elaborado por:</b> _____</p> <p><b>Revisado por:</b> _____</p> <p><b>Aprobado por:</b> _____</p>	

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 62: Manual de funciones para mesero**

<b>I. Identificación</b>	
<b>Denominación del cargo:</b> Mesero	<b>Código:</b> FB- 006
<b>Nivel Jerárquico :</b> Operativo	<b>Reporta a:</b> Cocinero
<b>II. Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Tomar la orden del cliente y procurar que su entrega sea inmediata.</li> <li>❖ Servir a las mesas los diferentes platos solicitados por el cliente.</li> <li>❖ Inspeccionar los platos o menús antes de ser entregados a los clientes.</li> <li>❖ Conocer el menú para poder sugerir a los clientes al momento de su compra.</li> <li>❖ Realizar junto con el cocinero el almacenamiento de mercadería comprada o solicitada</li> <li>❖ Realizar el montaje de las mesas.</li> <li>❖ Colaborar al cocinero en la preparación de pedidos.</li> <li>❖ Cuidar de que no falte cubiertos y menaje necesario durante el pedido del servicio</li> <li>❖ Lavar, pulir y ordenar la vajilla.</li> <li>❖ Mantener limpia y ordenada el área de cocina y comedor</li> </ul>	
<b>III. Perfil del puesto</b>	
<b>Nivel académico</b>	Bachiller o tener certificado de haber realizado cursos para servicio.
<b>Conocimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Conocimientos de los diferentes tipos de servicios</li> <li>❖ Conocimientos en montaje de mesas.</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad para trabajar bajo presión</li> <li>❖ Oportuno</li> <li>❖ Confiable</li> <li>❖ Leal</li> <li>❖ Amigable</li> <li>❖ Sincero</li> <li>❖ Organizado</li> </ul>
<p><b>Elaborado por:</b> _____</p> <p><b>Revisado por:</b> _____</p> <p><b>Aprobado por:</b> _____</p>	

**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 63: Manual de funciones para guía turístico**

<b>I. Identificación</b>	
<b>Denominación del cargo:</b> Guía turístico	<b>Código:</b> FB- 007
<b>Nivel Jerárquico :</b> Operativo	<b>Reporta a:</b> Administrador
<b>II. Funciones</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Elaborar y ejecutar paquetes turísticos.</li> <li>❖ Dirigir y orientar al turista durante su visita a la finca</li> <li>❖ Velar por el bienestar de los turistas o visitantes</li> <li>❖ Brindar información sobre los puntos de interés en el recorrido</li> <li>❖ Explicar al turista las normas a cumplir al inicio del recorrido, es decir, el orden y duración de los lugares a visitar</li> <li>❖ Coordinar el tiempo necesario para el desarrollo de actividades turísticas en el interior de la finca.</li> <li>❖ Promover actividades recreativas, logrando así un creativo y enriquecedor del tiempo libre del turista</li> <li>❖ Cumplir con las actividades programadas en los paquetes</li> </ul>	
<b>III. Perfil del puesto</b>	
<b>Nivel académico</b>	Profesional en turístico o tener certificado de haber realizado cursos para guía turístico.
<b>Conocimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Conocimientos en conducción de grupos</li> <li>❖ Conocimientos en aspectos históricos, geográficos, naturales y culturales del núcleo receptor ( zona turística)</li> </ul>
<b>Habilidades y actitudes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Capacidad de liderazgo</li> <li>❖ Facilidad para comunicarse o interrelacionarse con personas de otras culturas</li> <li>❖ Amable</li> <li>❖ Cortes</li> <li>❖ Responsable</li> <li>❖ Respetuoso</li> <li>❖ Prudente</li> <li>❖ Amigable</li> <li>❖ Sincero</li> </ul>
<b>Elaborado por:</b> _____	
<b>Revisado por:</b> _____	
<b>Aprobado por:</b> _____	

**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

#### **6.2.4.2. Estructura Legal**

La finca “Balzal” para el inicio de sus actividades estará constituida legalmente como Compañía de Responsabilidad Limitada, los socios responderán por el monto individual de sus aportaciones y serán los responsables de cumplir con las respectivas responsabilidades, derechos y obligaciones vigentes, conforme lo estipula la ley. La finca para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos:

##### **❖ Razón Social**

La razón social de la empresa será FINCA “BALZAL” Cia. Ltda. La compañía se contraerá mediante Escritura Pública según la Superintendencia de Compañías, así mismo será inscrita en el registro mercantil.

##### **❖ Acta Constitutiva**

Es un documento certificador de la conformación legal de la empresa, en la misma se incluye los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

##### **❖ Objeto Social**

La empresa se dedicará a brindar el servicio de alimentación y venta de paquetes turísticos en la parroquia Ciano, cantón Puyango.

##### **❖ Capital Social**

La empresa FINCA “BALZAL” Cia. Ltda. Iniciará con una inversión de \$26.981,65 de los cuales el 67% que representa \$18.000,00 serán financiados por BanEcuador mientras que el 33% se realizará a través del aporte de los 3 socios contribuyendo cada uno con \$2.993,88.



### ❖ **Duración**

La duración de la empresa será de cinco años, pudiendo ser renovado a su término; si los socios así lo deciden.

### ❖ **Domicilio**

La empresa FINCA “BALZAL” Cia. Ltda. estará ubicada en Barrio Guajalanche, parroquia Ciano, cantón Puyango a 2 km de la vía a la Costa.

La finca “Balzal” para el ejercicio de actividades turísticas deberá obtener varios permisos de funcionamiento emitidos por distintas instituciones, los mismos que acreditaran la idoneidad del servicio que ofrece y estarán sujetas a normas técnicas y de calidad vigentes.

**Registro de turismo:** El ministerio de turismo estipula que para obtener el registro de turismo se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- ❖ 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 Registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- ❖ Copia de cédula de identidad a color
- ❖ Copia de papeleta de votación
- ❖ 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 la ciudad de Loja
- ❖ 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)
- ❖ Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
- ❖ Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
- ❖ Fotos impresas (fachada, mobiliario, equipos y baños)

**RUC:** Este documento se obtiene en el Servicio de Rentas Internas cuyos requisitos para obtener este documento como personal jurídica es la siguiente.

- ❖ Formulario 01A y 01B
- ❖ Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- ❖ Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- ❖ Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- ❖ Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo
- ❖ Planilla de pago de cualquiera de los servicios básicos

**Patente Municipal:** La patente municipal grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial en el cantón Puyango. Este documento se lo obtiene en el GAD Municipal previo a esto se debe presentar los siguientes documentos.

- ❖ Copia del RUC
- ❖ Copia de cédula de identidad y certificado de votación del propietario o representante legal en caso de personas jurídicas.
- ❖ Dirección donde funciona el negocio.

**Permiso de bomberos:** El Cuerpo de Bombero de Puyango para proporcionar este permiso exige que se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- ❖ Dirección
- ❖ Nombre de la empresa
- ❖ Patente municipal
- ❖ Adquisición de extintor
- ❖ Adquisición de botiquín de primeros auxilios
- ❖ Inspección por un delegado del cuerpo de bomberos.

**Permiso de funcionamiento:** Para obtener el respectivo permiso de funcionamiento la Dirección de Higiene del Municipio de Puyango estipula que se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- ❖ Solicitud dirigida al Director de Higiene Municipal
- ❖ Copia de cédula de identidad
- ❖ Formulario del permiso de funcionamiento
- ❖ Certificado del pago de la patente municipal.
- ❖ Permiso de Bomberos.
- ❖ Carnet de salud de todos quienes laboran en el local
- ❖ Recipientes de basura.

#### **6.2.5. Estudio Financiero**

El estudio financiero determina cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar; para evaluar el presente plan de negocios se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar la rentabilidad o no del proyecto.

##### **6.2.5.1. Inversión**

La inversión del proyecto se la realizará en: activos fijos, activo diferido y activo circulante o capital de trabajo.

### a) Activos Fijos

Son todas las inversiones que se realizarán en bienes tangibles y servirán de apoyo a las diversas actividades propias del negocio.

**Terreno:** Constituye el área física de terreno que se necesita para la construcción de la planta. El monto total del rubro asciende a \$400,00

**Cuadro N° 64: Terreno**

Detalle	Área	Valor m <sup>2</sup>	Costo total
Terreno	100m <sup>2</sup>	4,00	400,00
<b>Total</b>			<b>400,00</b>

Fuente: GAD Municipal de Puyango  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Construcción:** Es la estructura física adecuada para el buen manejo el negocio. El monto total del rubro asciende a \$16.230,00

**Cuadro N° 65: Construcción**

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Restaurante	60 m <sup>2</sup>	272,00	16.320,00
<b>Total</b>			<b>16.320,00</b>

Fuente: Arq. Edin Cumbicus  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Maquinaria y equipo:** Se agrupan los valores correspondientes a las erogaciones para dotar al negocio de la tecnología necesaria para realizar el proceso productivo. El monto del rubro asciende a \$ 1.415,60

**Cuadro N° 66: Maquinaria y equipo**

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Cocina Industrial	1	280,00	280,00
Licuada	1	106,60	106,60
Molino	1	50,00	50,00
Refrigerador	1	659,00	659,00
Cafetera	1	180,00	180,00
Cilindro de gas	1	140,00	140,00
<b>Total</b>			<b>1.415,60</b>

Fuente: Almacén Ochoa Hermanos, Marcimex  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Muebles y enseres:** Comprende todos los bienes que se necesitan para la adecuación de cada una de las oficinas de acuerdo con la función para la que fueron diseñadas. El monto total de rubro asciende a \$2.060,00

**Cuadro N° 67: Muebles y enseres**

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Juego comedor 4 pax	8	160,00	1.280,00
Mueble para recepción	1	280,00	280,00
Aparador	1	350,00	350,00
Silla Giratoria	1	50,00	50,00
Sillas	5	20,00	100,00
<b>Total</b>			<b>2.060,00</b>

Fuente: Practimueble

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Equipo de oficina:** Se incluyen los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente. El monto total de rubro asciende a \$ 125,00

**Cuadro N° 68. Equipo de oficina**

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Sumadora	1	70,00	70,00
Teléfono	1	55,00	55,00
<b>Total</b>			<b>125,00</b>

Fuente: La Reforma, Todo Hogar

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Equipo de seguridad:** Equipo necesario para prestar la suficiente seguridad a la empresa. El monto de este rubro asciende a \$275,00

**Cuadro N° 69. Equipo de seguridad**

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Extintor de incendios	1	35,00	35,00
Alarma	1	240,00	240,00
<b>Total</b>			<b>275,00</b>

Fuente: Varias cotizaciones

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Equipo de computación:** Equipo necesario para la realización de las tareas en el área administrativa. El monto del rubro asciende a \$880,00

**Cuadro N° 70. Equipo de computación**

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Computadora	1	579,12	579,12
Impresora	1	300,88	300,88
<b>Total</b>			<b>880,00</b>

Fuente: Compucyt

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 71: Resumen de activos fijos**

Activo	Valor Total
Terreno	400,00
Construcción	16.320,00
Maquinaria y Equipo	1.415,60
Equipo de Computación	880,00
Muebles y Enseres	2.060,00
Equipo de seguridad	275,00
Equipo de oficina	125,00
Imprevistos 3%	644,26
<b>Total</b>	<b>22.119,87</b>

Fuente: Cuadros N° 62 al 68

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

## b) Activo Diferido

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir, para dotar al negocio de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas y son susceptibles de amortización.

**Estudio preliminar:** Egreso que se realiza por los estudios para determinar la factibilidad del proyecto. El monto total de este rubro asciende a \$500,00.

### Cuadro N° 72: Estudio preliminar

Descripción	Valor total
Estudio de mercado	100,00
Estudio técnico	140,00
Estudio administrativo	100,00
Estudio financiero	80,00
Estudio ambiental	80,00
<b>Total</b>	<b>500,00</b>

Fuente: Asesoramiento profesional  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Gastos de constitución:** Son los gastos necesarios para la constitución y operación del negocio. El monto total de este rubro asciende a \$ 345,00.

### Cuadro N° 73: Gastos de constitución

Descripción	Valor total
Permisos de funcionamiento	150,00
Patente municipal	30,00
Gastos de organización	140,00
Cuerpo de bomberos	25,00
<b>Total</b>	<b>345,00</b>

Fuente: Instituciones Públicas y Privadas  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Gastos de instalación:** Son los gastos necesarios que se deben realizar previo a la operación del negocio. El monto total de este rubro asciende a \$ 320,00.

### Cuadro N° 74: Gastos instalación

Descripción	Valor total
Gastos de instalación servicios básicos ( agua, luz, internet, teléfono	320,00
<b>Total</b>	<b>320,00</b>

Fuente: Instituciones Públicas y Privadas  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### Cuadro N° 75: Resumen de activos diferidos

Activo	Valor total
Estudio preliminar	500,00
Gastos de constitución	345,00
Gastos de instalación	320,00
Imprevistos 3%	34,95
<b>Total</b>	<b>1.199,95</b>

Fuente: Cuadros N° 70 al 72

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### Cuadro N° 76: Amortización del activo diferido

Detalle	Vida útil	Valor de activo	Valor amortización anual
Activo diferido	5	1.199,95	239,99

Fuente: Cuadro N° 73

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

#### a) Activo circulante o capital de trabajo

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir, para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un determinado período de tiempo, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas.

El capital de operación se lo establece normalmente para un periodo de tiempo en el que se espera que la empresa o el negocio empiece a obtener ingresos provenientes de la venta de sus productos o servicios originarios

#### 1. Costo del servicio

##### ❖ Costo primo

**Materia prima:** Constituyen los elementos fundamentales para la producción sin los cuales no es posible obtener el producto final. El costo total anual de este rubro asciende a \$15.478,41



**Cuadro N° 77: Materia prima**

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Arroz	Arroba	4	12,50	50,00	600,00
Frejol seco	Libra	25	1,50	37,50	450,00
Arveja seca	Libra	25	0,54	13,57	162,84
Plátano verde	Racimo	2	4,00	8,00	96,00
Guineo verde	Racimo	5	3,00	15,00	180,00
Mote	Libra	25	0,50	12,50	150,00
Yuca	Libra	25	0,20	5,00	60,00
Plátano maduro	Racimo	2	4,00	8,00	96,00
Carne de cerdo	Libra	160	3,00	480	5.760,00
Carne de gallina	Libra	100	3,50	350,00	4200,00
Papa	Libra	25	0,30	7,50	90,00
Harina de maíz tostado	Libra	15	1,00	15,00	180,00
Zanahoria	Libra	15	0,25	3,75	45,00
Arveja tierna	Libra	12	1,25	15,00	180,00
Ajo	Libra	12	2,00	24,00	288,00
Cebolla paitaña	Libra	25	0,35	8,75	105,00
Choclo	Unidad	180	0,10	18,00	216,00
Tomate	Libra	15	0,50	7,50	90,00
Lechuga	Unidad	10	0,60	6,00	72,00
Col morada	Unidad	12	0,80	9,60	115,20
Pepino	Unidad	14	0,30	4,20	50,40
Hierbas horchata	Unidad	25	1,24	31,00	371,97
Huevos	Cubeta	5	5,00	25,00	300,00
Café	Libra	15	3,00	45,00	540,00
Maíz amarillo	Libra	45	0,50	22,50	270,00
Naranja	Unidad	150	0,10	15,00	180,00
Mora	Libra	35	1,50	52,50	630,00
<b>Total</b>				<b>1.289,87</b>	<b>15.478,41</b>

Fuente: Anexos 9 y 10

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Mano de obra directa:** Es aquella que interviene personalmente en la elaboración del producto mediante su esfuerzo físico, utilizando sus habilidades experiencias y conocimientos con la ayuda de máquinas y herramientas dispuestas para el efecto. El monto total anual de este rubro para el primer año asciende a \$9.555,44.

**Cuadro N° 78: Mano de obra directa primer año**

Cargo	Salario Básico Unificado	Décimo Tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Aporte Patronal al IESS 12,15%	Total mensual	Total anual
Cocinero	370,50	30,88	30,50	15,44	45,02	492,33	5.907,94
Mesero	Trabaja 8 días al mes, gana \$ 18,00 el día					144,00	1.728,00
Guía Turístico Local	Trabaja 4 días al mes, gana \$ 40,00 el día					160,00	1.920,00
<b>Total</b>						<b>796,33</b>	<b>9.555,94</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 79: Mano de obra directa segundo año**

Cargo	Salario Básico Unificado	Décimo Tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Aporte Patronal al IESS 12,15%	Fondos de reserva 8,33%	Total mensual	Total Anual
Cocinero	381,95	31,83	30,5	15,91	46,41	31,82	538,42	6.460,98
Mesero	Trabaja 8 días al mes, gana 18,56						148,48	1.781,76
Guía Turístico Local	Trabaja 4 días al mes, gana 41,24						164,96	1.979,52
<b>Total</b>							<b>851,86</b>	<b>10.222,26</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Para la mano de obra directa del segundo año se consideró la tasa de inflación del 2016 que es de 3,09%, además se procedió a calcular los fondos de reserva ya que de acuerdo a lo establecido en el Código de Trabajo Ecuatoriano el aporte de éstos se realiza a partir del segundo año laboral. Los sueldos del mesero y del guía turístico local por ser empleados eventuales están calculados por los días que trabajarán; el guía trabajará 4 días, mientras que el mesero prestará su servicios ocho días al mes.

**Cuadro N° 80: Resumen de costo primo**

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Materia prima	1.289,87	15.478,41
Mano de obra directa	796,33	9.555,94
<b>Total costo primo</b>	<b>2.086,20</b>	<b>25034,35</b>

Fuente: Cuadros N° 74 y 75

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

#### ❖ Gastos indirectos

**Materiales indirectos:** Son todos los elementos sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados. El costo total anual de este rubro asciende a \$3.507,00

**Cuadro N° 81: Materiales indirectos**

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Sal	Kilo	4	1,50	6,00	72,00
Azúcar	Kilo	15	2,50	37,50	450,00
Aceite	Litro	8	2,85	22,80	273,6
Achiote	Litro	4	1,80	7,20	86,40
Leche	Litro	15	1,25	18,75	225,00
Quesillo	Libra	20	2,50	50	600
Especias variadas	Unidad	5	2,00	10,00	120,00
Mantequilla	Libra	10	1,50	15,00	180,00
Manteca de cerdo	Libro	10	2,50	25,00	300,00
Hortalizas variadas	Unidad	1	100,00	100,00	1.200,00
<b>Total</b>				<b>292,25</b>	<b>3.507,00</b>

Fuente: Anexos 9 y10

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Menaje:** Corresponde todos los implementos necesarios y complementarios para la realización adecuada del proceso productivo. El monto total anual del rubro asciende a \$1.012,76.

**Cuadro N° 82: Menaje**

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Olla de presión 6 litros	1	43,500	43,50	3,63
Ollas 40 litros	2	32,061	64,12	5,34
Ollas 32 litros	2	37,948	75,90	6,32
Sartén	3	11,499	34,50	2,87
Rallador acero onix	2	6,498	13,00	1,08
Cuchillos	4	11,810	47,24	3,94
Tablas de picar	2	22,401	44,80	3,73
Cucharones acero	3	3,751	11,25	0,94
Exprimidor	1	1,345	1,35	0,11
Juego de cernidores	1	2,599	2,60	0,22
Bandejas de acero	5	12,940	64,70	5,39
Legumbrera	2	12,940	25,88	2,16
Repostereros para especias	8	2,848	22,78	1,90
Cucharetas	5	5,250	26,25	2,19
Pinzas acero onix	3	2,500	7,50	0,63
Charoles acero	6	5,700	34,20	2,85
Tazones acero	4	5,250	21,00	1,75
Teteras	2	24,151	48,30	4,03
Vasos de vidrio	30	0,984	29,52	2,46
Vajilla 30 piezas (6 pax)	5	29,002	145,01	12,08
Cubiertos 24 piezas (6 pax)	5	23,001	115,01	9,58
Manteles	8	9,42	75,36	6,28
Servilleteros	8	2,544	20,35	1,70
Jarra de vidrio	4	2,499	10,00	0,83
Salero	5	0,433	2,17	0,18
Azucarero	5	5,301	26,505	2,21
<b>Total</b>			<b>1.012,76</b>	<b>84,40</b>

Fuente: Almacén Cristal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Material de combustión (gas):** Elemento que genera la energía suficiente en este caso el proceso de cocción de la materia prima. El costo total anual de este rubro asciende a \$90,00.

**Cuadro N° 83: Material de combustión**

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Gas licuado de petróleo	bombona	36	2,50	90,00	7,50
<b>Total</b>				<b>90,00</b>	<b>7,50</b>

Fuente: Distribuidora de gas Puyango  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Indumentaria:** Para la elaboración de la alimentación, es de suma importancia que el personal cuente la indumentaria necesaria el cual les permitirá trabajar con comodidad y seguridad. El costo total anual de este rubro asciende a \$42,00.

**Cuadro N° 84: Indumentaria**

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Delantal	unidad	6	4,00	24,00	2,00
Gorros	unidad	6	3,00	18,00	1,50
<b>Total</b>				<b>42,00</b>	<b>3,50</b>

Fuente: Mercado Libre  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Agua:** Servicio indispensable para el área productiva. El costo total anual de este rubro asciende a \$ 180,00.

**Cuadro N° 85: Agua**

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Agua	m <sup>3</sup>	1.200	0,15	180,00	15,00
<b>Total</b>				<b>180,00</b>	<b>15,00</b>

Fuente: Junta de Agua Potable Las Cochas  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Energía eléctrica:** Para el funcionamiento de la maquinaria se necesita de cierta fuerza motriz que brinda la energía eléctrica misma que difiere de la calidad de energía utilizada en el área administrativa. El costo total anual de este rubro asciende a \$ 240,30.

### Cuadro N° 86: Energía eléctrica

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Energía eléctrica	Kw/h	2.670	0,09	240,30	20,03
<b>Total</b>				<b>240,30</b>	<b>20,03</b>

Fuente: Empresa Eléctrica Regional del Sur

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Mantenimiento de maquinaria y equipo:** Para determinar el porcentaje para el mantenimiento de maquinaria y equipo se ha considerado el 2% del costo total de estos activos. El costo total anual de este rubro asciende a \$ 28,31

### Cuadro N° 87: Mantenimiento de maquinaria y equipo

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Mantenimiento maquinaria y equipo	2,36	28,31

Fuente: Cuadro N° 64

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### Cuadro N° 88: Resumen gastos indirectos

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Materiales indirectos	292,25	3.507,00
Menaje	84,40	1012,76
Material de combustión	7,50	90,00
Indumentaria	3,50	42,00
Agua	15,00	180,00
Energía eléctrica	20,03	240,30
Mantenimiento maquinaria y equipo	2,36	28,31
<b>Total</b>	<b>425,03</b>	<b>5.100,37</b>

Fuente: Cuadros N° 79 al 85

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

## 2. Costos de operación

### ❖ Gastos Administrativos

**Sueldos y salarios:** Constituyen las remuneraciones que se les tiene que pagar al personal que laborará en las actividades administrativas del negocio. El costo total anual de este rubro asciende a \$ 11.832,33

**Cuadro N° 89: Sueldos y salarios primer año**

Cargo	Salario Básico Unificado	Décimo Tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Aporte Patronal al IESS 12,15%	Total mensual	Total anual
Administrador	372,33	31,03	30,50	15,51	45,24	494,61	5.935,31
Recepcionista/cajera	369,77	30,81	30,50	15,41	44,93	491,42	5.897,02
<b>Total</b>						<b>986,03</b>	<b>11.832,33</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 90: Sueldos y salarios segundo año**

Cargo	Salario Básico Unificado	Décimo Tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Aporte Patronal al IESS 12,15%	Fondos de reserva 8,33%	Total mensual	Total Anual
Administrador	383,83	31,99	30,5	15,99	46,64	31,97	540,92	6.491,09
Recepcionista/cajera	381,20	31,77	30,5	15,88	46,32	31,75	537,41	6.448,97
<b>Total</b>							<b>1.078,34</b>	<b>12.940,06</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Para los sueldos y salarios del segundo año se consideró la tasa de inflación del 2016 que es de 3,09%, además se procedió a calcular los fondos de reserva ya que de acuerdo a lo establecido en el Código de Trabajo Ecuatoriano el aporte de éstos se realiza a partir del segundo año laboral.

**Útiles de oficina:** Se encuentran constituidos por aquellos rubros que se deben incurrir para el funcionamiento de las actividades administrativas de un negocio. El monto total anual del rubro asciende a \$75,55

**Cuadro N° 91: Útiles de oficina**

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Resma Papel Bond	resma	3	3,00	9,00	0,75
Grapadora	unidad	1	5,00	5,00	0,42
Perforadora	unidad	1	4,00	4,00	0,33
Archivador	unidad	2	2,28	4,56	0,38
Corrector	unidad	3	1,72	5,16	0,43
Grapas	Caja	2	0,89	1,78	0,15
Cuaderno universitario	unidad	1	1,03	1,03	0,09
Tinta impresora	cartucho	4	10,00	40,00	3,33
Esferográficos	Caja	1	4,50	4,50	0,38
Clips	Caja	2	0,26	0,52	0,04
<b>Total</b>				<b>75,55</b>	<b>6,30</b>

Fuente: La Reforma

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Teléfono:** Útil para comunicación entre clientes para la comercialización del servicio. El monto total anual asciende a \$120,00.

**Cuadro N° 92: Teléfono**

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Teléfono	Minutos	2.400	0,05	120,00	10,00
<b>Total</b>				<b>120,00</b>	<b>10,00</b>

Fuente: CNT

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda



**Útiles de aseo:** Son aquellos utensilios necesarios para la buena imagen de la empresa tanto interna como externa. El monto total anual del rubro asciende a \$ 546,78.

**Cuadro N° 93: Útiles de aseo**

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Escobas	unidad	3	3,50	10,50	0,88
Basureros	unidad	4	8,00	32,00	2,67
Trapeadores	unidad	2	3,50	7,00	0,58
Recogedor de basura	unidad	2	5,00	10,00	0,83
Detergente 5000 gr	funda	6	11,45	68,70	5,73
Desinfectante	galón	4	4,60	18,40	1,53
Cloro	galón	4	4,60	18,40	1,53
Destapa cañerías	unidad	1	1,78	1,78	0,15
Limpiones	unidad	4	1,50	6,00	0,50
Papel higiénico	paca	12	20,00	240,00	20,00
Jabón líquido	galón	8	10,00	80,00	6,67
Lava vajilla	unidad	12	4,50	54,00	4,50
<b>Total</b>				<b>546,78</b>	<b>45,57</b>

Fuente: Zerimar

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Internet:** El monto total anual de este rubro asciende a \$264,00

**Cuadro N° 94: Internet**

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Internet	megas	26.400	0,01	264,00	22,00
<b>Total</b>				<b>264,00</b>	<b>22,00</b>

Fuente: CNT

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 95: Resumen de gastos administrativos**

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Sueldos y salarios	986,03	11.832,33
Útiles de oficina	6,30	75,55
Útiles de aseo	45,57	546,78
Teléfono	10,00	120,00
Internet	22,00	264,00
<b>Total</b>	<b>1.069,89</b>	<b>12.838,66</b>

Fuente: Cuadros N° 87 al 92

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

❖ **Gastos de ventas**

**Promoción:** En este rubro se realizan los presupuestos que se van a realizar por concepto de promoción, con la finalidad de dar a conocer el producto y por ende de ir posicionándolo dentro del mercado. El monto total anual asciende a \$ 848,46

**Cuadro N° 96: Promoción**

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Tarjetas de presentación	Millar	1	62,70	62,7	5,23
Souvenirs	Centena	2	290,00	580	48,33
Flayers	Millar	1	110,00	110	9,17
Fotos postales	Millar	4	23,94	95,76	7,98
<b>Total</b>				<b>848,46</b>	<b>70,71</b>

Fuente: Diseño Gráfico y Publicidad Luma, Laser Print.

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Transporte:** Medio indispensable para prestar el servicio de paquetes turísticos. El monto total anual asciende a \$5.760,00.

**Cuadro N° 97: Servicio de transporte**

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Transporte	4	120,00	480,00	5.760,00
<b>Total</b>			<b>480,00</b>	<b>5.760,00</b>

Fuente: Compañía de Transporte Alamor

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 98: Resumen de Gastos de ventas**

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Promoción	70,71	848,46
Transporte	480,00	5.760,00
<b>Total</b>	<b>550,71</b>	<b>6.608,46</b>

Fuente: Cuadros N° 94 y 95

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 99: Activo circulante o capital de trabajo**

<b>Costo del servicio</b>		
<b>Costo primo</b>		
Materia prima	1.289,87	
Mano de obra directa	796,33	
<b>Subtotal costo primo</b>		<b>2.086,20</b>
<b>Gastos indirectos</b>		
Materiales indirectos	292,25	
Menaje	84,40	
Material de combustión	7,50	
Indumentaria	3,50	
Agua	15,00	
Energía eléctrica	20,03	
Mant. Maq. y equipo.	2,36	
<b>Subtotal gastos indirectos</b>		<b>425,03</b>
<b>Total costo del servicio</b>		<b>2.511,23</b>
<b>Costos de operación</b>		
<b>Gastos de administración</b>		
Sueldos y salarios	986,03	
Útiles de oficina	6,30	
Útiles de aseo	45,57	
Teléfono	10,00	
Internet	22,00	
<b>Total gastos de administración</b>		<b>1.069,89</b>
<b>Gastos de ventas</b>		
Promoción	70,71	
Transporte	480,00	
<b>Subtotal gastos de ventas</b>		<b>550,71</b>
<b>Total costos de operación</b>		<b>1.620,59</b>
<b>Imprevistos 3%</b>		<b>80,71</b>
<b>Total capital de trabajo</b>		<b>3.661,83</b>

Fuente: Cuadros N° 78,86, 93, 96

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 100: Resumen de inversión**

<b>Activo</b>	<b>Valor total</b>	<b>Porcentaje</b>
Activos Fijos	22.119,87	82%
Activos Diferidos	1.199,95	4%
Activos Circulantes	3.661,83	14%
<b>Total</b>	<b>26.981,65</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuadros N° 69,73, 97

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

La inversión inicial que se necesitará para emprender en la actividad turística en la finca “Balzal” es de \$ 26.981,65 dólares.

### 6.2.5.2. Financiamiento

La inversión total se financiará de la siguiente manera: El 33% que corresponde a \$8.981,65 dólares será financiado por aporte de los propietarios de la finca “Balzal” y el 67% restante que equivale a \$ 18.000,00 dólares se lo realizará mediante préstamo bancario en BanEcuador a una tasa de interés del 11,86%, ajustada a créditos para emprendimientos a un plazo de 5 años,

**Cuadro N° 101: Financiamiento de la inversión**

Financiamiento	Cantidad	Porcentaje
Crédito o préstamo	18.000,00	67%
Capital propio	8.981,65	33%
<b>Total</b>	<b>26.981,65</b>	<b>100%</b>

Fuente: BanEcuador

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda Granda

El crédito que financiará la inversión está calculado bajo las siguientes condiciones: 11,86% de interés a cinco años plazo en cuotas semestrales.

**Cuadro N° 102: Amortización del préstamo**

Capital		18,000,00	Tiempo		5 años
Intereses		11,86%	Plazo		Semestral
Semestral	Amortización	Interés	Dividendo	Cap. Disminuido	
0				18.000,00	
1	1.800,00	1.067,40	2.867,40	16.200,00	
2	1.800,00	960,66	2.760,66	14.400,00	
3	1.800,00	853,92	2.653,92	12.600,00	
4	1.800,00	747,18	2.547,18	10.800,00	
5	1.800,00	640,44	2.440,44	9.000,00	
6	1.800,00	533,70	2.333,70	7.200,00	
7	1.800,00	426,96	2.226,96	5.400,00	
8	1.800,00	320,22	2.120,22	3.600,00	
9	1.800,00	213,48	2.013,48	1.800,00	
10	1.800,00	106,74	1.906,74	0	

Fuente: BanEcuador

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### 6.2.5.3. Depreciaciones de Activos Fijos

Para la depreciación de los diferentes activos fijos a utilizarse, se aplicará los porcentajes y vida útil de cada bien, valores que son establecidos por el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Para el cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Depreciación Anual} = \text{Valor del activo} * \% \text{ de depreciación}$$

$$\text{Valor Residual} = \text{Valor del activo} - \text{Depreciación anual} * \# \text{ años del proyecto}$$

**Cuadro N° 103: Depreciaciones de activos fijos**

Activo	Valor del activo	Vida útil (años)	Depreciación anual	Valor residual	% depreciación
Construcción	16.320,00	20	816,00	12.240,00	5%
Maquinaria y equipo	1.415,60	10	141,56	707,80	10%
Equipo de computación	880,00	3	293,30	0,09	33,33%
Muebles y enseres	2.060,00	10	206,00	1030,00	10%
Equipo de oficina	125,00	10	12,50	62,50	10%
Equipo de seguridad	275,00	10	27,50	137,50	10%
<b>Total</b>			<b>1.496,86</b>	<b>14.177,89</b>	

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### Reinversión de equipo de computación

A partir del cuarto año 4 año del proyecto se realizará la reinversión del equipo de cómputo puesto que su vida útil es solo de tres años. Para establecer el valor del equipo de computación para el cuarto año se procedió a sumar al precio actual (880,00) el 10%.

**Cuadro N° 104: Reinversión equipo de computación**

Activo	Valor del activo	Vida útil (años)	Depreciación anual	Valor residual	% depreciación
Equipo de computación (4to año)	968,00	3	322,63	322,63	33,33%
<b>Total</b>			<b>322,63</b>	<b>322,63</b>	

Fuente: Servicio de Rentas Internas  
 Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Presupuesto de costos**

El presupuesto de costos contiene todos los gastos que debe realizar la finca para su funcionamiento y están basados en los precios del mercado; para su proyección se consideró la tasa de inflación del año 2016 que es de acuerdo al dato proporcionado por el INEC es de 3,09%.

**Cuadro N° 105: Presupuesto de costos**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costos del Servicio</b>					
<b>Costo Primo</b>					
Materia prima	15.478,41	15.956,70	16.449,76	16.958,06	17.482,06
Mano de obra directa	9.555,94	10.222,26	10.538,13	10.863,76	11.199,45
<b>Total costo primo</b>	<b>25.034,35</b>	<b>26.178,96</b>	<b>26.987,89</b>	<b>27.821,81</b>	<b>28.681,51</b>
<b>Gastos indirectos</b>					
Materiales indirectos	3.507,00	3.615,37	3.727,08	3.842,25	3.960,97
Menaje	1.012,76	1.044,05	1.076,32	1.109,57	1.143,86
Material de combustión	90,00	92,78	95,65	98,60	101,65
Indumentaria	42,00	43,30	44,64	46,01	47,44
Agua	180,00	185,56	191,30	197,21	203,30
Energía eléctrica	240,30	247,73	255,38	263,27	271,41
Manten. de maq y equipo	28,31	29,19	30,09	31,02	31,98
Deprec. Construcción	816,00	816,00	816,00	816,00	816,00
Dep. Maq y equip.	141,56	141,56	141,56	141,56	141,56

<b>Total gastos indirectos</b>	<b>6.057,93</b>	<b>6.215,53</b>	<b>6.378,00</b>	<b>6.545,50</b>	<b>6.718,16</b>
<b>Total costo del servicio</b>	<b>31.092,28</b>	<b>32.394,49</b>	<b>33.365,89</b>	<b>34.367,31</b>	<b>35.399,67</b>
<b>Costos de Operación</b>					
<b>Gastos Administrativos</b>					
Sueldos y salarios	11.832,33	12.940,06	13.339,90	13752,11	14177,05
Útiles de oficina	75,55	77,88	80,29	82,77	85,33
Útiles de aseo	546,78	563,68	581,09	599,05	617,56
Teléfono	120,00	123,71	127,53	131,47	135,53
Internet	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00
Deprec. Muebles y enseres	206,00	206,00	206,00	206,00	206,00
Deprec. Equipo de oficina	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50
Deprec. Equipo de seguridad	27,50	27,50	27,50	27,50	27,50
Deprec. Equipo de computación	293,30	293,30	293,30	322,63	322,63
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>13.377,97</b>	<b>14.508,63</b>	<b>14.932,12</b>	<b>15.398,03</b>	<b>15.848,11</b>
<b>Gastos de ventas</b>					
Promoción	848,46	874,68	901,70	929,57	958,29
Transporte	5.760,00	5.937,98	6.121,47	6.310,62	6.505,62
<b>Total gastos de ventas</b>	<b>6.608,46</b>	<b>6.812,66</b>	<b>7.023,17</b>	<b>7.240,19</b>	<b>7.463,91</b>
<b>Gastos financieros</b>					
Interés préstamo	2.028,06	1.601,10	1.174,14	747,18	320,22
<b>Total gastos financieros</b>	<b>2.028,06</b>	<b>1.601,10</b>	<b>1.174,14</b>	<b>747,18</b>	<b>320,22</b>
<b>Otros gastos</b>					
Amortización activos diferido	239,99	239,99	239,99	239,99	239,99
<b>Total otros gastos</b>	<b>239,99</b>	<b>239,99</b>	<b>239,99</b>	<b>239,99</b>	<b>239,99</b>
<b>Total costos de operación</b>	<b>22.254,48</b>	<b>23.162,38</b>	<b>23.369,43</b>	<b>23.625,39</b>	<b>23.872,23</b>
<b>Costo total</b>	<b>53.346,76</b>	<b>55.556,87</b>	<b>56.735,32</b>	<b>57.992,70</b>	<b>59.271,90</b>

Fuente: Cuadros N° 74,78, 86, 93, 96, 100, 101, 102  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda.

## Costos fijos y variables

**Cuadro N° 106: Costos fijos y variables**

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
<b>Costo primo</b>										
Mano de obra directa		9.555,94		10.222,26		10.538,13		10.863,76		11.199,45
Materia Prima		15.478,41		15.956,70		16.449,76		16.958,06		17.482,06
<b>Total costo primo</b>		<b>25.034,35</b>		<b>2.6178,96</b>		<b>26.987,89</b>		<b>27.821,81</b>		<b>28.681,51</b>
<b>Gastos indirectos</b>										
Materiales indirectos		3.507,00		3.615,37		3.727,08		3.842,25		3.960,97
Menaje		1.012,76		1.044,05		1.076,32		1.109,57		1.143,86
Material combustión		90,00		92,78		95,65		98,60		101,65
Indumentaria		42,00		43,30		44,64		46,01		47,44
Agua		180,00		185,56		191,30		197,21		203,30
Energía eléctrica		240,30		247,73		255,38		263,27		271,41
Mantenimiento maq y equipo	28,31		29,19		30,09		31,02		31,98	
Deprec. construcción	816,00		816,00		816,00		816,00		816,00	
Deprec. Maq. y equipo	141,56		141,56		141,56		141,56		141,56	
<b>Total gastos indirectos</b>	<b>985,87</b>	<b>5.072,06</b>	<b>986,75</b>	<b>5.228,79</b>	<b>987,65</b>	<b>5.390,36</b>	<b>988,58</b>	<b>5.556,92</b>	<b>989,54</b>	<b>5.728,63</b>
<b>Costo total del servicio</b>	<b>985,87</b>	<b>30.106,41</b>	<b>986,75</b>	<b>31.407,74</b>	<b>987,65</b>	<b>32.378,24</b>	<b>988,58</b>	<b>33.378,73</b>	<b>989,54</b>	<b>34.410,13</b>
<b>Costos de operación</b>										
<b>Gastos administrativos</b>										
Sueldos y salarios	11.832,33		12.940,06		13.339,90		13.752,11		14.177,05	



Útiles de oficina	75,55		77,88		80,29		82,77		85,33	
Útiles de aseo	546,78		563,68		581,09		599,05		617,56	
Teléfono	120,00		123,71		127,53		131,47		135,53	
Internet	264,00		264,00		264,00		264,00		264,00	
Deprec. Muebl. y ens.	206,00		206,00		206,00		206,00		206,00	
Deprec. Equip. oficina	12,50		12,50		12,50		12,50		12,50	
Deprec. Equip. Secur.	27,50		27,50		27,50		27,50		27,50	
Deprec. Equip. Comp.	293,30		293,30		293,30		322,63		322,63	
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>13.377,97</b>		<b>14.508,63</b>		<b>14.932,12</b>		<b>15.398,03</b>		<b>15.848,11</b>	
<b>Gastos de ventas</b>										
Promoción		848,46		874,68		901,70		929,57		958,29
Transporte		5.760,00		5.937,98		6.121,47		6.310,62		6.505,62
<b>Total gastos de ventas</b>	<b>0,00</b>	<b>6.608,46</b>	<b>0,00</b>	<b>6.812,66</b>	<b>0,00</b>	<b>7.023,17</b>	<b>0,00</b>	<b>7.240,19</b>	<b>0,00</b>	<b>7.463,91</b>
<b>Gastos Financieros</b>										
Intereses préstamo	2.028,06		1.601,10		1.174,14		747,18		320,22	
<b>Total gastos financieros</b>	<b>2.028,06</b>		<b>1.601,10</b>		<b>1.174,14</b>		<b>747,18</b>		<b>320,22</b>	
<b>Otros gastos</b>										
Amortización del diferido	239,99		239,99		239,99		239,99		239,99	
<b>Total otros gastos</b>	<b>239,99</b>		<b>239,99</b>		<b>239,99</b>		<b>239,99</b>		<b>239,99</b>	
<b>Total costo de operación</b>	<b>15.646,02</b>	<b>6.608,46</b>	<b>16.349,72</b>	<b>6.812,66</b>	<b>16.346,25</b>	<b>7.023,17</b>	<b>16.385,20</b>	<b>7.240,19</b>	<b>16.408,32</b>	<b>7.463,91</b>
<b>Costo total</b>	<b>16.631,89</b>	<b>36.714,87</b>	<b>17.336,47</b>	<b>38.220,41</b>	<b>17.333,90</b>	<b>39.401,42</b>	<b>17.373,78</b>	<b>40.618,92</b>	<b>17.397,85</b>	<b>41.874,04</b>

Fuente: Cuadro N° 103

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

#### 6.2.5.4. Ingresos

Para calcular los ingresos por alimentación se consideró el 50% del costo total y se procedió a dividirlo para la capacidad utilizada del servicio de alimentación, luego se estableció el precio de venta con el cual el servicio saldrá al mercado.

**Cuadro N° 107: Ingresos por alimentación**

Año	Costos totales	Servicios anuales	Costo unitario del servicio	Margen de utilidad	Utilidad en dólares	P.V.P	Total de ingresos
1	26.673,38	6.240	4,27	40%	1,73	6,00	37.449,43
2	27.778,44	6.240	4,45	40%	1,56	6,01	37.500,89
3	28.367,66	6.240	4,55	40%	1,59	6,14	38.296,34
4	28.996,35	6.240	4,65	40%	1,63	6,27	39.145,07
5	29.635,95	6.240	4,75	40%	1,66	6,41	40.008,53

Fuente: Cuadros N° 49 y 103

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Los ingresos generados por la venta de paquetes turísticos se obtiene dividiendo el 50% de los costos totales para la capacidad utilizada del paquete turístico más el margen de utilidad que la finca espera tener por este servicio

**Cuadro N° 108: Ingresos por la venta de paquetes turísticos**

Año	Costos totales	Servicios anuales	Costo unitario del servicio	Margen de utilidad	Utilidad en dólares	P.V.P	Total de ingresos
1	26.673,38	960	27,78	20%	5,42	33,20	31.874,69
2	27.778,44	960	28,94	20%	5,64	34,58	33.195,23
3	28.367,66	960	29,55	20%	5,76	35,31	33.899,35
4	28.996,35	960	30,20	20%	5,89	36,09	34.650,64
5	29.635,95	960	30,87	20%	6,02	36,89	35.414,96

Fuente: Cuadros N°: 53 y 103

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Para determinar los ingresos totales se procedió a sumar los ingresos por la venta de paquetes turísticos y por la prestación del servicio de alimentación.

**Cuadro N° 109: Ingresos totales**

Servicio	Año 1	Año2	Año3	Año 4	Año 5
Alimentación	37.449,43	37.500,89	38.296,34	39.145,07	40.008,53
Paquetes turísticos	31.874,69	33.195,23	33.899,35	34.650,64	35.414,96
<b>Total</b>	<b>69.324,11</b>	<b>70.696,12</b>	<b>72.195,69</b>	<b>73.795,71</b>	<b>75.423,49</b>

Fuente: Cuadro N° 105 y 106

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**6.2.5.5. Estado de Pérdidas y Ganancias**

El siguiente indicador permite mostrar en forma resumida los ingresos y egresos que obtendrá la finca como producto de las operaciones realizadas en cada año; así mismo indica la utilidad neta del ejercicio que el negocio conseguirá en cada periodo.

**Cuadro N° 110: Estados de pérdidas y ganancias**

Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	69.324,11	70.696,12	72.195,69	73.795,71	75.423,49
Otros ingresos					14.500,52
(-) Costo del servicio	31.092,28	32.394,49	33.365,89	34.367,31	35.399,67
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>38.231,83</b>	<b>38.301,63</b>	<b>38.829,80</b>	<b>39.428,40</b>	<b>54.524,34</b>
(-) Costo de operación	22.254,48	23.162,38	23.369,43	23.625,39	23.872,23
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>15.977,35</b>	<b>15.139,25</b>	<b>15.460,37</b>	<b>15.803,01</b>	<b>30.652,11</b>
(-) 15% Utilidad trabajadores	2.396,60	2.270,89	2.319,06	2.370,45	45.97,82
<b>(=) Utilidad antes de Imp. a la renta</b>	<b>13.580,75</b>	<b>12.868,36</b>	<b>13.141,32</b>	<b>13.432,56</b>	<b>26.054,30</b>
(-) 22% de Imp. a la Renta	2.987,77	2.831,04	2.891,09	2.955,16	5.731,95
<b>(=) Utilidad antes de la reserva legal</b>	<b>10.592,99</b>	<b>10.037,32</b>	<b>10.250,23</b>	<b>10.477,40</b>	<b>20.322,35</b>
(-)10% reserva legal	1.059,30	1.003,73	1.025,02	1.047,74	2.032,24
<b>(=) Utilidad liquida</b>	<b>9.533,69</b>	<b>9.033,59</b>	<b>9.225,21</b>	<b>9.429,66</b>	<b>18.290,12</b>

Fuente: Cuadros N 103 y 107

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### 6.2.5.6. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio permitirá determinar el nivel de ingresos o de operación en el cual la finca no obtendrá pérdidas ni ganancias. Para su cálculo se utilizó los ingresos y costos del primer año, además se emplearon el método gráfico y el método matemático el mismo que se realizó en función de la capacidad instalada y en función de las ventas.

#### Cálculo del Punto de Equilibrio para el Primer Año

##### Método Matemático

a) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijos Totales}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variables Totales}} \times 100$$

$$PE = \frac{16.631,89}{69.324,11 - 36.714,87} \times 100$$

$$PE = 0,51 \times 100$$

$$PE = 51\%$$

b) En función de las Ventas o Ingresos

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Totales}}}$$

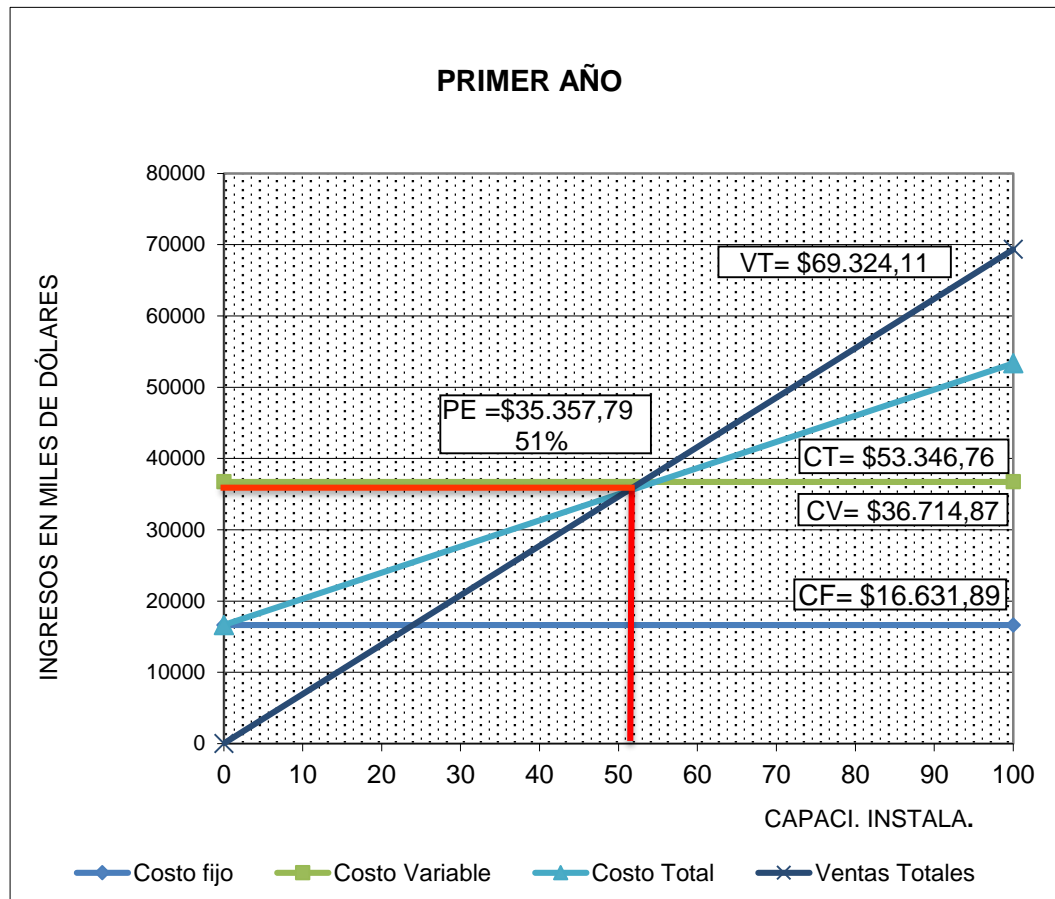
$$PE = \frac{16.631,89}{1 - \frac{36.714,87}{69.324,11}}$$

$$PE = \frac{16.631,89}{0,4703882}$$

PE = \$35.357,79

### Método Gráfico

Gráfico N° 15: Punto de equilibrio



Fuente: Cuadro N° 104 y 107

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Análisis:** El gráfico anterior indica que el punto de equilibrio para el primer año se produce cuando la finca “Balzal” trabaje con una capacidad de instalada del 51% y sus ventas o ingresos sean de \$35.357,79 dólares. Cuando en el negocio se trabaje en un porcentaje inferior a la capacidad instalada indicada anteriormente y cuando sus ingresos sean menores, la finca obtendrá pérdidas; cuando se trabaje más del 51% y las ventas sean mayores a \$35.357,79 dólares la finca comenzará a obtener utilidades.

### 6.2.5.7. Evaluación Financiera

Cuadro N° 111: Flujo de caja

Denominación	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
Ventas		69.324,11	70.696,12	72.195,69	73.795,71	75.423,49
Crédito BanEcuador	18.000,00					
Capital propio	8.981,65					
Valor Residual						14.500,52
<b>Total de Ingresos</b>	<b>26.981,65</b>	<b>69.324,11</b>	<b>70.696,12</b>	<b>72.195,69</b>	<b>73.795,71</b>	<b>89.924,01</b>
<b>Egresos</b>						
Activo fijo	22.119,87					
Activo diferido	1.199,95					
Capital de trabajo	3.661,83					
Costos totales		53.346,76	55.556,87	56.735,32	57.992,70	59.271,90
(-) Reversión					968,00	
<b>Total de Egresos</b>	<b>26.981,65</b>	<b>53.346,76</b>	<b>55.556,87</b>	<b>56.735,32</b>	<b>58.960,70</b>	<b>59.271,90</b>
(=) Utilidad antes 15% utilidad trabajadores		15.977,35	15.139,25	15.460,37	14.835,01	30.652,11
(-) 15% Utilidad de trabajadores		2.396,60	2.270,89	2.319,06	2.225,25	4.597,82
(=) Utilidad 22% antes de I.R.		13.580,75	12.868,36	13.141,32	12.609,76	26.054,30
(-) 22% Impuesto a la renta		2.987,77	2.831,04	2.891,09	2.774,15	5.731,95
(=) Utilidad Gravable		10.592,99	10.037,32	10.250,23	9.835,61	20.322,35
(+) Deprec. Y Amort. del Activo Diferido		1.736,85	17.36,85	1.736,85	1.766,18	1.766,18
(-) Amortización de crédito		3.600,00	36.00,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
<b>Flujo Neto de Caja</b>	<b>0,00</b>	<b>8.729,84</b>	<b>8.174,17</b>	<b>8.387,08</b>	<b>8.001,80</b>	<b>18.488,54</b>

Fuente: Cuadro N° 108

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Los flujos netos obtenidos son positivos desde el primer año y dan a los propietarios de la finca la suficiente solvencia para que puedan invertir en el negocio y elevar de esta manera su rentabilidad.

### Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto del proyecto representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión inicial. Para la obtención del Valor Actual Neto se necesita principalmente el factor de actualización que refleje el costo del capital invertido en el mercado; dicho factor se obtiene de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$F = \frac{1}{1 + i^n}$$

En donde:

**F**= Factor de Actualización

**i** = Tasa de oportunidad

**n** = Número de años

$$F = \frac{1}{1+i^n}$$

$$F = \frac{1}{1+(11,86\%)^1}$$

$$F = 0,893974611$$

Para calcular el van se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \sum \text{VAN} - \text{Inversión inicial}$$

**Cuadro N° 112: VAN (Valor Actual Neto)**

Año	Flujo de caja	Factor de actualización 11,86%	Valor actualizado
0	26.981,65		
1	8.729,84	0,893974611	7.804,26
2	8.174,17	0,799190605	6.532,72
3	8.387,08	0,714456111	5.992,20
4	8.001,80	0,638705624	5.110,79
5	18.488,54	0,570986612	10.556,71
<b>Total</b>			<b>35.996,68</b>
<b>Inversión</b>			26.981,65
<b>VAN</b>			<b>9.015,03</b>

Fuente: Cuadro N° 109

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

De acuerdo al resultado obtenido el VAN es de \$9.015,03 dólares, siendo este un valor positivo y mayor a 1; por lo tanto el proyecto desde el punto de vista financiero es rentable

### Tasa Interna de Retorno (TIR)

Representa la rentabilidad neta obtenida en proporción directa al capital invertido, es decir es el rendimiento promedio que se espera por el proyecto.

**Cuadro N° 113: Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Año	Flujo Neto	Factor de actualización	VAN Menor	Factor de Actualización	VAN Mayor
		<b>23%</b>		<b>23,50%</b>	
0	-26.981,65		-26.981,65		-26.981,65
1	8.729,84	0,813008	7.097,43	0,809716599	7.068,70
2	8.174,17	0,66098222	5.402,98	0,655640971	5.359,32
3	8.387,08	0,537383918	4.507,08	0,530883377	4.452,56
4	8.001,80	0,436897495	3.495,97	0,429865083	3.439,69
5	18.488,54	0,355201215	6.567,15	0,348068893	6.435,28
			88,97		-226,09

Fuente: Cuadro N° 109

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Para calcular la tasa interna de retorno se utiliza la siguiente fórmula:

$$TIR = T_m + D_t \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$TIR = 23 + 0,50 \left( \frac{88,97}{88,97 - (-226,09)} \right)$$

$$TIR = 23 + 0,50 \left( \frac{88,97}{315,05} \right) \quad TIR = 23 + 0,50 (0,28)$$

$$TIR = 23 + 0,14 \quad \mathbf{TIR = 23,14 \%}$$

La TIR del presente proyecto es del 23,14%, siendo mayor a la tasa de oportunidad del mercado que es de 11,86%, por lo tanto en base a los criterios de decisión es factible la ejecución del proyecto.



## Relación Beneficio - Costo

El cálculo de la relación beneficio costo está representado en el cuadro que se detalla a continuación:

**Cuadro N° 114: Relación Beneficio- Costo**

Año	Actualización Costo Total			Actualización Ingresos		
	Costo Total Original	Factor Actualización 11,86%	Costo Actualizado	Ingreso Original	Factor de Actualización 11,86%	Ingreso Actualizado
1	53.346,76	0,893974611	47.690,65	69.324,11	0,893974611	61.974,00
2	55.556,87	0,799190605	44.400,53	70.696,12	0,799190605	56.499,67
3	56.735,32	0,714456111	40.534,89	72.195,69	0,714456111	51.580,65
4	57.992,70	0,638705624	37.040,27	73.795,71	0,638705624	47.133,74
5	59.271,90	0,570986612	33.843,46	75.423,49	0,570986612	43.065,80
			<b>203.509,80</b>			<b>260.253,86</b>
					<b>RBC</b>	<b>1,28</b>

Fuente: Cuadros N° 103 y 107

Elaboración: Karla patricia Granda Granda

Para determinar la relación beneficio- costo de utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Relación Beneficio – Costo} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

$$\text{Relación Beneficio – Costo} = \frac{260.253,86}{203.509,80}$$

$$\text{Relación Beneficio – Costo} = \$ 1,28$$

El proyecto presenta un beneficio costo de \$1,28 esto significa que por cada dólar que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 0,28 centavos de dólar.

## Periodo de Recuperación de Capital

Este indicador se utiliza con el fin de medir el tiempo en que se recuperará la inversión inicial, en el siguiente cuadro se indica el cálculo del periodo de recuperación de capital del proyecto

**Cuadro N° 115: Periodo de Recuperación de Capital**

<b>Año</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Factor de Actualización 11,86%</b>	<b>Valor Actual</b>	<b>Flujos Acumulados</b>
0	26.981,65			
1	8.729,84	0,893974611	7.804,26	7.804,26
2	8.174,17	0,799190605	6.532,72	14.336,98
3	8.387,08	0,714456111	5.992,20	20.329,18
4	8.001,80	0,638705624	5.110,79	25.439,97
5	18.488,54	0,570986612	10.556,71	35.996,68
<b>Total</b>				103.907,07

Fuente: Cuadro N° 109

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \Sigma \text{ Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la Inversión}}$$

$$PRC = 5 + \frac{26.981,65 - 35.996,68}{10.556,71}$$

$$PRC = 5 + (-0,85)$$

$$PRC = 4,15$$

$$PRC = 4 \text{ Años}$$

$$PRC = 0,15 * 12 = 1 \text{ Mes}$$

$$PRC = 0,80 * 30 = 24 \text{ Días}$$

La inversión se recupera en 4 años, 1 mes y 24 días siendo a su vez este tiempo inferior a la vida útil del proyecto.

### **Análisis de Sensibilidad**

Con este análisis se determina la solidez o fortaleza del proyecto desde el punto de vista financiero, su uso permite conocer el comportamiento de las variables que presentan mayor incertidumbre como son los ingresos y los costos.

**Cuadro N° 116: Análisis de sensibilidad con incremento del 12,29% en los costos**

Año	Costo Total Original	Costo Total Original Aumentado	Ingreso Original	Actualización				
				Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		12,29%			18,00%	-26.981,65	19,00%	-26.981,65
1	53.346,76	59.903,08	69.324,11	9.421,04	0,84745763	7.983,93	0,840336134	7.916,84
2	55.556,87	62.384,81	70.696,12	8.311,31	0,71818443	5.969,05	0,706164819	5.869,15
3	56.735,32	63.708,09	72.195,69	8.487,60	0,608630873	5.165,82	0,593415814	5.036,68
4	57.992,70	65.120,01	73.795,71	8.675,71	0,515788875	4.474,83	0,498668751	4.326,30
5	59.271,90	66.556,41	75.423,49	8.867,08	0,437109216	3.875,88	0,419049371	3.715,74
						487,87		-116,93

Fuente: Cuadro N° 109

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

$$NTIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$NTIR = 18 + 1 \left( \frac{487,87}{487,87 - (-116,93)} \right) \quad NTIR = 18 + 1 (0,81) \quad NTIR = 18,81\% \quad TIR \text{ PROYECTO} = 23,14\%$$

**1) Diferencia de TIR**

Dif. TIR = TIR proy – NuevaTIR

Dif. TIR = 23,14% - 18,81%

Dif. TIR = 4,33%

**2) Porcentaje de Variación**

% de Var = (Dif TIR / TIR del proy)\*100

% de Var = (4,33%/23,14%)\*100

% de Var = 18,73%

**3) Coeficiente de Sensibilidad**

Coeficiente de Sensibilidad = % Var / Nueva TIR

Coeficiente de Sensibilidad = 18,73% / 18,81%

Coeficiente de Sensibilidad = 0,995743857

**Cuadro N° 117: Análisis de sensibilidad con la disminución del 9,60% en los ingresos**

Año	Costo Total Original	Ingreso Original	Ingreso original disminuido	Actualización				
				Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
			9,60%		18%	-26.981,65	19,00%	-26.981,65
1	53.346,76	69.324,11	62.669,00	9.322,24	0,847457627	7.900,20	0,840336134	7.833,81
2	55.556,87	70.696,12	63.909,29	8.352,42	0,71818443	5.998,58	0,706164819	5.898,19
3	56.735,32	72.195,69	65.264,91	8.529,59	0,608630873	5.191,37	0,593415814	5.061,59
4	57.992,70	73.795,71	66.711,33	8.718,62	0,515788875	4.496,97	0,498668751	4.347,70
5	59.271,90	75.423,49	68.182,83	8.910,94	0,437109216	3.895,05	0,419049371	3.734,12
						500,52		-106,23

Fuente: Cuadro N° 109

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

$$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$NTIR = 18 + 1 \left( \frac{500,52}{500,52 - (-106,23)} \right) \quad NTIR = 18 + 1 (0,82) \quad NTIR = 18,82\% \quad TIR \text{ PROYECTO} = 23,14\%$$

**1) Diferencia de TIR**

Dif. TIR = TIR proy – NuevaTIR

Dif. TIR = 23,14% - 18,82%

Dif. TIR = 4,32%

**2) Porcentaje de Variación**

% de Var = (Dif TIR / TIR del proy)\*100

% de Var = (4,32%/23,14%)\*100

% de Var = 18,65%

**3) Coeficiente de Sensibilidad**

Coeficiente de Sensibilidad = % Var/Nueva TIR

Coeficiente de sensibilidad= 18,65%/18,82%

Coeficiente de Sensibilidad = 0,99058554

### **Análisis de sensibilidad con el incremento del 12,29% en los costos**

El cuadro N°114 señala que con un incremento en los costos del 12,29% el estudio presenta un coeficiente de sensibilidad de 0,995743857, dicho valor significa que el proyecto soporta hasta la variación señalada y a la vez se establece al mismo como punto de quiebre del proyecto.

### **Análisis de sensibilidad con la disminución del 9,60% en los ingresos.**

El cuadro N° 115 muestra que con una disminución en los ingresos del 9,60% el proyecto tiene un coeficiente de sensibilidad de 0,99058554; este valor expresa que la variable de ingresos del estudio puede soportar una reducción hasta el porcentaje indicado; además se determina a dicho coeficiente como el punto de quiebre del proyecto.

### **6.2.6. Estudio de impacto ambiental**

El estudio de impacto ambiental sirve para identificar e interpretar los posibles alteraciones o efectos que producirá el proyecto dentro y cerca de su entorno en caso de ser ejecutado, y a partir de ello establecer la medidas de mitigación apropiadas. Para la identificación del impacto ambiental se utiliza las matrices de causa y efecto de Leopold cuyo desarrollo se presenta a continuación.

**Cuadro N° 118: Matriz Cualitativa de Interacción Causa - Efecto**

Factores Ambientales	Factores	Actividad	Etapa de construcción				Etapa de operación y mantenimiento					Etapa de cierre		
			Desbroce y nivelación del terreno	Transporte de materiales	Excavaciones	Construcción de infraestructura	Generación de descargas líquidas	Generación de desechos orgánicos e inorgánicos	Ingreso de turistas	Prestación de servicio de alimentación	Realización de actividades turísticas	Mantenimiento de la construcción	Desmontaje de construcción	Traslado de escombros
Factores Ambientales	Suelo	Geomorfología	X		X	X			X		X	X		
		Erosión	X	X	X	X			X		X	X	X	X
		Compactación	X	X	X	X			X		X			X
	Aire	Calidad (gases y partículas)	X		X	X	X	X		X			X	
		Ruido	X	X	X	X			X		X	X	X	X
Paisaje	Cambio del paisaje	X		X	X							X	X	
Medio Biótico	Flora	Árboles	X		X									
		Arbustos	X		X									
		Microflora	X		X									
	Fauna	Mamíferos	X		X				X		X			
		Microfauna	X		X				X		X			
		Aves	X		X				X		X			
		Reptiles	X		X				X		X			
		Anfibios	X		X				X		X			
		Insectos	X		X				X		X			
Socioeconómico	Mejoramiento de la calidad de la población		X	X	X	X			X	X	X	X	X	X
	Sensibilización del turista								X		X			
	Desarrollo del turismo en la zona								X	X	X			
	Generación de fuentes de empleo		X	X	X	X			X	X	X	X	X	X

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 119: Matriz de Leopold de evaluación del proyecto: Plan de negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja**

Acciones del Proyecto			Etapa de Construcción				Etapa de Operación y Mantenimiento					Etapa de Cierre		Promedios Positivos	Promedios negativos	Impactos por Subcomponentes	Impacto por componente	Impacto total del proyecto	
			Desbroce y nivelación del terreno	Transporte de materiales	Excavaciones	Construcción de infraestructura	Generación de desechos líquidos	Generación de desechos orgánicos e inorgánicos	Ingreso de turistas	Prestación de servicio de alimentación	Realización de actividades turísticas	Mantenimiento de infraestructura	Desmontaje de construcción						Traslado de escombros
<b>Físico</b>	Agua																		
	Suelo	Geomorfología	-2 2		-3 2	-2 2			-2 1		-2 1	-2 1				6	-20	<b>-112</b>	<b>-17</b>
		Erosión	-2 2	-1 1	-2 2	-2 2			-2 2		-2 2	-2 1	-2 1	-1 1		9	-26		
		Compactación	-2 2	-2 1	-2 2	-2 2			-2 1		-2 1			-2 1		7	-20		
	Aire	Calidad (gases y partículas)	-2 2		-2 1	-2 2	-2 2	-2 2		-2 1			-2 1			7	-22		
		Ruido	-2 2	-2 1	-2 2	-3 2			-1 1				-1 1	-2 2	-2 1	8	-24		
	Paisaje	Cambio del paisaje	-2 1		-2 1	-2 2							2 2	2 2	2	3	0		
<b>Biológico</b>	Flora	-1 1		-1 1											2	-2	<b>-53</b>		

		Arbustos	-2 1		-1 1											2	-3			
		Microflora	-1 1		-1 1												2			-2
	Fauna	Mamíferos	-1 1		-1 1				-2 1		-1 1						4			-5
		Microfauna	-2 1		-2 1				-2 1		-2 1						4			-8
		Aves	-1 1		-1 1				-2 1		-2 2						4			-8
		Reptiles	-1 1		-1 1				-2 1		-2 2						4			-8
		Anfibios	-1 1		-1 1				-2 1		-2 1						4			-6
		Insectos	-2 1		-1 1				-2 2		-2 2						4			-11
<b>Socioeconómico</b>	Mejoramiento de la calidad de la población	2.5 2	3 2	2 2	3.5 2			2.5 2	3 2	3.5 2	2 2	2.5 2	2 2	10		53	<b>148</b>			
	Sensibilización del turista							3 2		3 2				2		12				
	Desarrollo del turismo en la zona							2.5 2	3 2	3.8 2				3		18.60				
	Generación de fuentes de empleo	3.8 2	3 2	3.5 2	3.8 2			2.5 2	3.8 2	3.8 2	2.5 2	3 2	2.5 2	10		64.4				
<b>Promedios Positivos</b>		2	2	2	2			4	3	4	2	3	3	<b>27</b>						
<b>Promedios Negativos</b>		15	3	15	6	1	1	10	1	9	3	3	3		<b>70</b>					
<b>Promedios Aritméticos</b>		-21.4	7	-21	-11.4	-4	-4	-2	17.6	3.2	4	7	8			<b>-17</b>				

Fuente: Trabajo de Campo  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda



## **Análisis de la Matriz de Leopold**

Para determinar la incidencia de los posibles impactos ambientales positivos y negativos que pueda causar el proyecto en cada una de sus fases (construcción, operación- mantenimiento y cierre) se utilizó la matriz cualitativa y cuantitativa de Leopold; que consiste en interrelacionar las acciones de la obra que pueden ocasionar impacto al ambiente (columnas), con los diferentes factores ambientales que pueden sufrir alguna alteración (filas). Las intercesiones de ambas columnas determinaran los factores afectados por cada una de las acciones que se desarrollan en el proyecto.

Como resultado de la matriz de Leopold se tiene que durante las tres etapas del proyecto, éste generará un impacto total de -17 puntos, además muestra que los impactos negativos por las operaciones a llevarse a cabo, tendrán un promedio de 70, superando claramente al promedio de impactos positivos que posee un valor de 27 puntos.

La mayor ponderación de impactos negativos en relación a los positivos están dados en el factor ambiental físico, cuyo grado de afectación se da especialmente durante la etapa de construcción, mientras que en el factor biológico la magnitud de afectación será baja. En las etapas de operación- mantenimiento y cierre los factores físico y biológico por las acciones a desarrollarse tendrán un impacto negativo bajo.

El factor socioeconómico es el que contribuye con impactos positivos al proyecto a través del mejoramiento de la calidad de vida de la población, sensibilización del turista, desarrollo del turismo en la zona y generación de empleo, ayudando a contrarrestar de esta forma los impactos negativos causados en el factor físico y biológico.

El proyecto ambientalmente será viable siempre y cuando se tomen todas las medidas necesarias para mitigar y controlar los impactos que se generen a partir de su ejecución en la zona.

## **Medidas de Mitigación de Impactos**

Para reducir los impactos ambientales que generará el desarrollo del proyecto se ha considerado las siguientes medidas de mitigación:

- ❖ En la etapa de construcción, el desbroce y nivelación del terreno se lo hará de forma manual y solamente el espacio necesario, en el caso de poda y tala de árboles será mínima, y a estos no se los desechará, por el contrario se los empleará para la construcción o como ornamento en el sitio.
- ❖ El transporte de materiales se lo hará en vehículos livianos de manera que su ruido y emisiones de gases no afecte a la flora y fauna existente en el lugar.
- ❖ Con el fin de prevenir el desplazamiento de la fauna más sensible al ruido, vibraciones y además para evitar la emisión de polvo, las excavaciones para la construcción se las realizará de forma manual.
- ❖ El diseño de la construcción deberá ser acorde al paisaje aquí existente de manera que no exista alteración del mismo.
- ❖ Para controlar la generación de descargas líquidas se establecerá un sitio específico para su disposición y posterior tratamiento.
- ❖ Para prevenir la contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos se realizará un sistema de clasificación, con el propósito de que los residuos orgánicos sean tratados en la misma finca para que luego sean utilizados como abono para las plantas, mientras que con los residuos inorgánicos serán trasladados al sitio más cercano para su posterior recolección por la entidad encargada.
- ❖ Para el ingreso de turistas y la realización de actividades se dará las indicaciones previas, además se lo hará por grupos iniciando desde diferentes lugares de manera que no exista aglomeración de personas en un solo sitio y a la vez esto permita evitar en cierta medida la erosión del suelo y estrés a la fauna causado por el ruido.

### **6.3. Socialización de la propuesta con el personal de la finca “Balzal” y autoridades de la parroquia Ciano.**

Con la socialización de la propuesta del presente proyecto se dio cumplimiento al tercer objetivo específico de la investigación, exponiendo al personal que labora en la finca “Balzal” y autoridades de la parroquia Ciano los resultados obtenidos durante el desarrollo del trabajo de tesis.

La socialización de la propuesta se llevó a cabo a través de 3 fases, las mismas que se detallan a continuación

#### **6.3.1. Fase 1 (Preparación Previa)**

Previo a la socialización del proyecto de tesis se presentó un oficio al Gerente de la Mancomunidad de Gobiernos Parroquiales Rurales “Las Meliponas” (Ver Anexo 12) con el fin de solicitar el respectivo permiso para dicha socialización. Se realizó además una reunión con el Ing. Johnson Granda Dávila Gerente de “Las Meliponas” y el Sr. Juan Ernesto Córdova Propietario de la finca “Balzal” en donde se coordinó varios aspectos como:

**Fecha:** Viernes 18 de noviembre del 2016

**Lugar:** Alamor

**Hora:** 09h00 am

**Local:** Instalaciones de la Mancomunidad “Las Meliponas”

Se elaboraron invitaciones (Ver Anexo 11) que fueron entregadas al personal de la finca y autoridades, entre las cuales se puede nombrar a los siguientes:

- |                       |  |
|-----------------------|--|
| ❖ Sr. Wilman Sánchez  | Presidente del GAD Parroquial de Ciano |
| ❖ Sr. Celio Granda    | Vocal del GAD Parroquial de Ciano      |
| ❖ Sr. Arturo Granda   | Vocal del GAD Parroquial de Ciano      |
| ❖ Sr. Asdrúbal Apolo  | Vocal del GAD Parroquial de Ciano      |
| ❖ Sr. Milton Elizalde | Vocal del GAD Parroquial de Ciano      |
| ❖ Ing. Johnson Granda | Gerente de la Mancomunidad             |



finca, además se dio a conocer el estudio técnico, administrativo, financiero y ambiental del plan de negocios

Las actividades que se ejecutaron el día de la socialización se presentan en la siguiente agenda:

**Cuadro N° 120. Agenda de Socialización**

<b>Agenda de Socialización</b>		
<b>Lugar:</b> Instalaciones de la Mancomunidad "Las Meliponas"		
<b>Fecha:</b> Viernes 18 de noviembre del 2016		
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsable</b>
<b>09h00</b>	Registro de participantes	Karla Granda
<b>09h10</b>	Bienvenida a cargo del Ing. Johnson Granda Gerente de la Mancomunidad "Las Meliponas"	Ing. Johnson Granda
<b>09h20</b>	Saludo y socialización de la investigación: "Plan de negocios para productos turísticos en la finca "Balzal" de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja".	Karla Granda
<b>10h20</b>	Discusión de Resultados (conclusiones y recomendaciones )	Karla Granda
<b>10h45</b>	Agradecimiento y cierre	Karla Granda

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

Con el propósito de dar veracidad a la socialización se tiene un respaldo de los asistentes (Ver Anexo N° 13), así como también la certificación correspondiente por parte de La Mancomunidad "Las Meliponas", en la cual se corrobora haber realizado con feliz éxito la socialización (Ver Anexo N°14).

### **6.3.3. Fase 3: Resultados de la Socialización**

Como resultado de la socialización se obtuvo por parte de los participantes las respectivas sugerencias, las mismas que se detallan a continuación:

- ❖ Las autoridades parroquiales desde sus competencias, como representantes de entidades públicas, contribuirán a la ejecución del proyecto, ya que el mismo permite conocer todo el potencial turístico que tiene la finca y el sector en general.
- ❖ Como resultado se obtuvo que al ejecutarse este proyecto la finca sería la pionera en ofrecer servicios y actividades turísticas en la localidad; por lo que el propietario de la finca se comprometió a desarrollar poco a poco esta idea de negocio.
- ❖ El proyecto es una idea de negocio muy atractiva que invita a tomar la iniciativa para emprender en la actividad turística y sobre todo a crear nuevos espacios turísticos por lo que se recomienda a las autoridades a que se comprometan a gestionar recursos y buscar alternativas para el desarrollo del proyecto y éste no quede simplemente como una propuesta.
- ❖ Que la Universidad Nacional de Loja a través de sus estudiantes siga realizando este tipo de proyectos que les permitan vincularse aún más con la comunidad y de manera directa les sirva para desenvolverse en el ámbito profesional.
- ❖ Se sugiere a las empresas privadas que se involucren en el campo turístico, con el fin de posicionar al turismo como una de las principales actividades económicas en el sector.

## 7. DISCUSIÓN

El desarrollo de los resultados del presente trabajo investigativo inicio con el diagnóstico turístico, siendo éste una herramienta fundamental para el levantamiento de información y elaboración de un proyecto; en este sentido el diagnóstico se lo utilizó como un instrumento para determinar y evaluar la realidad interna y externa en los contextos económico, demográfico, social, político, ambiental y turístico de la finca “Balzal”, sitio objeto de estudio.

Las técnicas empleadas para la recolección de datos primarios fueron: la encuesta, misma que permitió conocer las necesidades y preferencias del mercado, así como también el grado de aceptación que obtendría el proyecto al ejecutarse.

La entrevista dio la oportunidad a que las personas involucradas en el proyecto expresen de manera directa su opinión sobre la realidad del sitio y cuáles son sus perspectivas con la presente investigación.

La metodología de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo es un proceso que valora tanto intrínseco como extrínsecamente un atractivo ya sea natural o cultural, instrumento que sirvió para recoger información necesaria de cada recurso turístico, facilitando especificaciones como su ubicación, uso, características entre otros datos que proporcione el estado real del atractivo.

El análisis FODA es una herramienta que permite evaluar los factores interno y externo del entorno; con este análisis se logró identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, aspectos que permitieron tener una visión global de la situación a la que se enfrenta el área de estudio y a la vez fueron analizados profundamente ya que a partir de ellos se elaboraron estrategias para implementar productos turísticos en la finca “Balzal”.

La propuesta del plan de negocios de productos turísticos para la finca “Balza” identifica una visión clara del negocio y proporciona los lineamientos generales para ponerlo en marcha; en su desarrollo se contempla el estudio de mercado, en el mismo se analiza la oferta, el perfil de la demanda y las estrategias de marketing mix; el estudio técnico determina la capacidad del proyecto y describe los procesos que se deben seguir para la prestación de servicios; en el estudio administrativo se establece la estructura organizacional y legal que debe tener el negocio para su correcto funcionamiento; en el estudio financiero determina la inversión que se requiere realizar y se aplican indicadores financieros para conocer su rentabilidad y el estudio ambiental el mismo que permite identificar los posibles impactos positivos y negativos que se generarían al ejecutarse el proyecto.

La propuesta del plan de negocios se puso a consideración de las autoridades de la parroquia Ciano y propietarios de la finca para tomar en cuenta las sugerencias, opiniones y de esa manera poder potencializarla.

El plan de negocios está elaborado con el fin de examinar su viabilidad técnica, administrativa financiera y ambiental, desarrolla los procedimientos y estrategias necesarias para convertir a la finca como un gran atractivo y a su vez al turismo en una actividad generadora de recursos económicos.



## 8. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el presente trabajo de tesis se llega a las siguientes conclusiones:

- ❖ La finca “Balzal” posee recursos turísticos con gran potencial, propicios para crear nuevas alternativas de turismo , sin embargo no han sido valorados ni aprovechados adecuadamente por el propietario
- ❖ El desconocimiento de la actividad turística y la falta de capacitación en esta rama ha impedido a los propietarios de la finca conocer las oportunidades económicas que pueden tener al emprender en turismo.
- ❖ Los productos turísticos diseñados para la finca “Balzal” están orientados para personas de todas las edades interesadas en tener un contacto directo con la naturaleza y conocer y experimentar la práctica de actividades agrícolas y pecuarias.
- ❖ El proyecto propuesto se presenta como un emprendimiento técnica y financieramente viable dado a los resultados obtenidos en los estudios de mercado y financiero respectivamente.
- ❖ En el estudio financiero se indica que para la puesta en marcha del negocio se necesita una inversión \$26.981,65, además la evaluación financiera da como resultado un VAN de \$9.015,03; la TIR es de 23,14%; la Relación Beneficio- Costo señala que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 0,28 centavos recuperándose finalmente la inversión en 4 años 1 mes y 24 días
- ❖ Las actividades operativas y pre operativas del proyecto de acuerdo al estudio ambiental generaran impactos de carácter negativo sobre los componentes físico y biológico
- ❖ Al presentar la propuesta a las autoridades de la parroquia Ciano y al propietario de la finca “Balzal” se mostró el interés por impulsar este tipo de emprendimiento turístico.

## 9. RECOMENDACIONES

- ❖ Al propietario de la finca “Balzal” se recomienda que se conserve y proteja a los atractivos turísticos que se encuentran dentro de su propiedad, los mismos que son la base para el desarrollo y prestación de actividades y servicios turísticos que se pretende establecer en el plan de negocios.
- ❖ Al propietario de la finca “Balzal” la implementación de productos turísticos como una iniciativa nueva y diferente en la zona de estudio, ya que los mismos aportaran al incremento del flujo turístico del sector en general
- ❖ A las autoridades del GAD parroquial de Ciano que contribuya al fortalecimiento del talento humano de la finca “Balzal” y de toda la localidad a través de talleres prácticos sobre emprendimiento turístico
- ❖ Al propietario de la finca “Balzal” establecer la propuesta de promoción como una estrategia fundamental de este emprendiendo, con el objeto de fortalecer aún más los productos turísticos orientados aquellas personas interesadas en disfrutar de la riqueza natural y conocer la producción agropecuaria.
- ❖ Al propietario de la finca “Balzal” ejecutar el proyecto ya que desde el punto de vista técnico y financiero de acuerdo a los indicadores analizados es factible, viable y rentable.
- ❖ Al propietario de la finca considerar las medidas de mitigación de impactos al momento de ejecutar el proyecto.
- ❖ A las autoridades del GAD parroquial y propietario de la finca “Balzal” desde sus competencias dar el apoyo necesario para la ejecución de la propuesta de plan de negocios, pues el mismo permitirá crear nuevos espacios turísticos, establecer nuevos empleos pero sobretodo dinamizar la economía del sector.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Armstrong, P. K. (2012). Marketing . Mexico : Pearson .
- ❖ Baca, G. (2007). Evaluacion de proyectos . Mexico : McGraw- Hill.
- ❖ Balanko, G. (2012). Como preparar un plan de negocios exitoso. Mexico: MCGraw-Hill.
- ❖ Besoin, S. (27 de Noviembre de 2010). Glosario de terminos relacionados con la actividad turistica. Obtenido de <http://sashabesoainm.blogspot.com/2010/11/glosario-de-terminos-basicos.html>
- ❖ Bortero, M. (8 de agosto de 2011). Clasificacion de costos . Obtenido de <http://www.gerencie.com/clasificacion-de-los-costos.html>
- ❖ Buñay, F. (2012). Planificacion de Fincas Agroecológicas. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/35/1/Tesis.pdf>
- ❖ Castro, C. (26 de diciembre de 2011). Producto turistico . Obtenido de <http://geoturismo011.blogspot.com/2011/12/>
- ❖ Ceballos, A. (Marzo de 2011). Guía para elaborar un plan de negocios.
- ❖ Ciano, G. A. (2015). Plan de Ordenamiento Territorial .
- ❖ Colina, J. M. (2011). Producto turístico . Obtenido de [http://www.ucipfg.com/a2/Mercadeo\\_Turistico\\_\\_LS2.2.\\_Concepto\\_de\\_Producto\\_Turistico.pdf](http://www.ucipfg.com/a2/Mercadeo_Turistico__LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf)
- ❖ Desarrollo, S. N. (2013). Objetivos del Buen Vivir . Quito .
- ❖ Descentralizados, M. C. (2011). Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. Quito.
- ❖ Fernandez, L. (2013). Capacidad Instalada .
- ❖ Fierro, A. (mayo de 2012). Relacion Beneficio/ Costo. Obtenido de <http://www.contabilidadyfinanzas.com/relacion-beneficio-costo bc.html>
- ❖ Garzozzi, R. (2014). Planes de negocios para emprendedores . Mexico
- ❖ Gonzalez, J. (2009). Indicadores de rentabilidad . Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/mgc/gonzalez\\_c\\_je/capitulo7.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mgc/gonzalez_c_je/capitulo7.pdf)
- ❖ Hernández, E. C. (2011). Planeacion del espacio turistico . Mexico : Trillas
- ❖ INEC. (2010). Fasciculo Provincia de Loja . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual-lateral/Resultados-provinciales/loja.pdf>
- ❖ Iturrioz, J. (2012). Periodo de Recuperacion de Capital . Obtenido de <http://www.webyempresas.com/periodo-de-recuperacion-del-capital-prc/>

- ❖ Jara, L. (3 de Noviembre de 2015). Utilizacion de la Capacidad Instalada . Obtenido de <http://www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>
- ❖ Loja, G. P. (2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la provincia de Loja . Loja.
- ❖ Lledó, P. (Marzo de 2010). Analisis de sensibilidad. Obtenido de <http://www.masconsulting.com.ar/anterior/Sensibilidad%20%20Lledo>.
- ❖ Novas, N. c. (2009). Promocion y venta de servicios turisticos.
- ❖ Nunes, P. (diciembre de 2015). Capacidad Instalada . Obtenido de <http://know.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>
- ❖ Orlich, J. (s.f.). El analisis FODA. Obtenido de <http://www.uci.ac.cr/descargas/AE/FODA%28SWOT%29.pdf>
- ❖ Ponce, H. (2008). La Matriz FODA: una alternativa para realizar diagnosticos y determinar estrategias de intervencion en las organizaciones productivas y sociales . Mexico : Prentice Hall .
- ❖ Puyango, G. M. (2014). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Puyango .
- ❖ Reyes, A. (Mayo de 2011). evaluacion de impactos Obtenido de <http://www.academia.edu/7812700/>
- ❖ Ricaurte, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local .
- ❖ Rojas, F. (14 de Noviembre de 2013). Formulacion de Proyectos. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/demanda>
- ❖ Sancho, A. (2010). Introduccion al turismo. SBN: 978-92-844-0269-4.
- ❖ Thompson, I. (2012). Demanda . Obtenido de <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- ❖ Treviño, A. (febrero de 2013). Matriz FODA y Estrategias . Obtenido de <http://www.google.com.ec/search?sourceid=chrome&ie=UTF>
- ❖ Turismo, M. (2015). Boletín de Estadísticas Turísticas. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismocifras/BoletinesEstadisticos/Anuario/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2010-2014.pdf>
- ❖ Turismo, M. d. (26 de septiembre de 2010). PLANDETUR.
- ❖ Valdivieso, M. B. (2013). Contabilidad de costos. Obtenido de [http://redbiblioucacue.com/opac\\_css/index.php?lvl=author\\_see&id=4618](http://redbiblioucacue.com/opac_css/index.php?lvl=author_see&id=4618)
- ❖ Velayos, V. (2014). El VAN y el TIR. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- ❖ Villaran, K. W. (2009). Plan de Negocios Herramienta para Evaluar la Viabilidad de un Negocio. Lima .
- ❖ Viniegra, S. (2011). Entendiendo el plan de negocios . Obtenido de <http://librosen-pdf.blogspot.com/2014/09/entendiendo-el-plan-de-negocios-en-pdf.html>

11. ANEXOS

Anexo N° 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 “BALZAL” DE LA PARROQUIA CIANO,  
CANTÓN PUYANGO, PROVINCIA DE LOJA”**

Proyecto de tesis previa a la  
obtención del Grado de  
Ingeniera en Administración  
Turística

**AUTORA:** Karla Patricia Granda Granda

**DIRECTOR:** Ing. Patricio Enrique Villavicencio Cobos, Mg.Sc

**Loja - Ecuador**

**2016**

## **1. TÍTULO**

“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA “BALZAL” DE LA PARROQUIA CIANO, CANTÓN PUYANGO, PROVINCIA DE LOJA.”

## **2. PROBLEMÁTICA.**

El turismo en la actualidad es uno de los sectores con mayor crecimiento en el ámbito económico, ambiental y sociocultural, además se ha convertido en una de las estrategias fundamentales de desarrollo y una significativa fuerza económica en el mundo. (Turismo, 2014)

Ecuador es un país mágico, escenario de una sorprendente naturaleza, de culturas diversas y de las más variadas costumbres. Ubicado al noreste de Sudamérica cuenta con cuatro regiones naturales como son: Costa, Andes, Amazonía y Galápagos, regiones que sin lugar a duda hacen de éste un país muy rico y apropiado para el desarrollo turístico. (Turismo, 2014)

Al sur del Ecuador se encuentra la provincia de Loja, privilegiada por su exuberante vida natural, abundantes manifestaciones culturales, poblaciones indígenas que mantienen intactas algunas de sus tradiciones, particular circunstancia que ha permitido a la provincia convertirse en una interesante zona para el turismo. Está conformada por 16 cantones entre los cuales se encuentra Puyango conocido también como “Tierra del Café y del Bosque Petrificado”. (Villavicencio, 2009)

Puyango está situado en el extremo sur occidental de la provincia de Loja su gente mayoritariamente se dedica a la agricultura y ganadería. Por ser limítrofe con la provincia de El Oro, mantiene un intercambio comercial lo cual le ha permitido en el tiempo mantener una economía estable. Está dividido políticamente en seis parroquias entre ellas se encuentra Ciano, lugar que goza de un excelente clima, con un entorno natural

extraordinario para quienes aman la naturaleza; la vegetación es exuberante al igual que su fauna; cuenta con cascadas, ríos, pero sobretodo con grandes campos cultivados orgánicamente, lo cual representa una gran ventaja competitiva para el turismo. (Canton Puyango , 2014). Dentro la parroquia se encuentra la finca “Balzal”, cuenta con aproximadamente 15 hectáreas la mayor parte está cubierta de plantaciones de café, también se cultiva en pequeño porcentaje caña de azúcar, además sus propietarios se dedican la crianza de ganado porcino y aves de corral; anualmente la finca produce alrededor de 30 quintales de café orgánico los cuales son vendidos a la Asociación Agroartesanal de Café de Altura Puyango (PROCAP), asociación que se encarga que el producto de sus socios sea comercializado a nichos de mercados nacionales e internacionales a un buen precio.

Este lugar a pesar de contar con un extenso e importante campo agrícola propicio para crear nuevas alternativas de turismo, así como también ofrecer al visitante la posibilidad de conocer la forma de vida en el campo y aprender sobre las prácticas tradicionales de los cultivos, cosechas y procesamiento de los productos del sector; éstas no han podido ser aprovechadas ni por su propia población ni por turistas que visitan la zona, esto se debe particularmente a múltiples razones entre las cuales se puede mencionar: desconocimiento por parte de los propietarios de la finca acerca de la importancia y ventajas que puede ofrecer la actividad turística al ser incorporada en el agro, este problema se ha suscitado debido a que la población ha dedicado sus actividades netamente a la agricultura, la cual a su vez ha sido por mucho tiempo el único sustento económico;

La falta de capacitación sobre el turismo por parte de las autoridades pertinentes a los habitantes es un problema evidente lo que provoca que exista deficiente práctica y adelanto en la zona; otro inconveniente que se presenta es el poco apoyo de entidades financieras para proyectos turísticos lo que ocasiona desinterés por parte de los habitantes en

emprender en pequeños negocios turísticos; a esto finalmente se suma la falta inversión en el sector turístico por parte de instituciones públicas y privadas lo que conlleva a un bajo crecimiento económico y turístico del lugar.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente el problema principal radica en que el lugar no cuenta con productos turísticos para el desarrollo socioeconómico de la fincas en la parroquia Ciano.

Ante la necesidad de mejorar los problemas descritos y con la finalidad de promover el desarrollo turístico y económico del sector, se ha creído conveniente realizar el siguiente trabajo de investigación: **“Plan de Negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja.”**

### **3. JUSTIFICACIÓN.**

#### **Justificación Académica**

La Universidad Nacional de Loja, exige la elaboración de un trabajo de investigación, que justifique los conocimientos alcanzados y su relación con la práctica, previo a la obtención del título profesional de Ingeniería en Administración Turística.

Con el fin de cumplir con este requerimiento se pretende elaborar el presente proyecto de tesis denominado: Plan de Negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja el cual reflejará el conocimiento adquirido durante toda la carrera universitaria y a la vez contribuirá a la solución de los distintos problemas que se suscitan en el sector turístico.

#### **Justificación Social**

Desde el punto de vista social el trabajo de investigación se convertiría en un medio para organizar e incentivar a las personas que viven en el



sector y se dedican a la actividad agrícola-ganadera para se enfoquen en otro tipo de negocios relacionados directamente con el turismo y vean a esta actividad como una oportunidad para mejorar su calidad de vida.

### **Justificación Económica.**

Económicamente con la presente propuesta se lograría una mayor atracción de turistas nacionales y extranjeros que buscan nuevas alternativas de turismo, los cuales generarían ingresos económicos considerables para todos los sectores productivos de la parroquia, además de crear nuevas fuentes de empleo ligadas principalmente a la actividad turística, contribuyendo de esta manera al cambio de la matriz productiva del sector.

### **Justificación Turística.**

Turísticamente se justifica ya que permitirá que se desarrolle un nuevo concepto de la creación de espacios turísticos con un servicio eficaz y eficiente, en los cuales los visitantes puedan entrar en contacto directo con la naturaleza, y a la vez tengan la posibilidad de interactuar y divertirse aprendiendo en conjunto con las familias de la zona sobre la vida en el campo.

Con el proyecto también se logrará establecer pautas para orientar a los propietarios de la finca sobre el movimiento que conlleva la práctica de la actividad turística, además permitirá que la comunidades rurales cercanas tomen conciencia de que su desarrollo no se dará dentro de sí mismas y que deben movilizar sus recursos locales mediante la implementación de actividades económicas que pueden ser competitivas como lo es el turismo. Así mismo contribuirá directamente para que el sector se convierta en un destino turístico donde propios y extraños conozcan y valoren la riqueza natural y cultural que posee el lugar

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 Objetivo General**

Elaborar un Plan de Negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja.

### **4.2 Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico turístico de la situación actual de la finca “Balzal” de la parroquia Ciano.
- Proponer el plan de negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja.
- Socializar la propuesta con el personal de la finca “Balzal” y autoridades de la parroquia Ciano.

## **5. MARCO TEÓRICO**

### **5.1. Marco Conceptual**

5.1.1. Turismo

5.1.2. Turista

5.1.3. Atractivo turístico

5.1.4. Producto Turístico

5.1.5. Finca

5.1.6. Diagnóstico turístico

5.1.7. Plan de negocios

5.1.7.1. Importancia de un plan de negocios

5.1.7.2. Objetivo de un plan de negocios

5.1.7.3. Estructura de un plan de negocios

5.1.8. Estudio de mercado

5.1.9. Demanda

5.1.9.1. Tipos de demanda

5.1.10. Oferta

- 5.1.11. Marketing Mix
- 5.1.12. Capacidad Instalada
- 5.1.13. Entrevista
- 5.1.14. Encuesta
- 5.1.15. FODA
- 5.1.16. Matriz de Estrategias FODA

## **5.1. Marco Referencial**

- 5.1.1. Datos generales del cantón Puyango
- 5.1.2. Datos generales de la parroquia Ciano
- 5.1.3. Datos generales de la finca “Balza”

## **6. METODOLOGÍA**

### **6.1. Métodos**

En la presente investigación se utilizarán los siguientes métodos y técnicas con el fin de facilitar el desarrollo adecuado del proyecto.

- **Método Deductivo:** Parte de datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales (Moran, 2010). Este método se lo utilizará para recoger información a partir de datos generales con la finalidad de llegar a ideas más específicas, permitirá además realizar las respectivas conclusiones en base a la problemática que tengan criterios técnicos para beneficio del área de estudio.
- **Método Inductivo:** va de lo particular a lo general. Se basa en la observación, el estudio y la experimentación de diversos sucesos reales para poder llegar a una conclusión que involucre a todos esos casos (Moran, 2010). Con este método se logrará estudiar las particularidades del sitio en estudio con la finalidad de determinar su incidencia social y económica en el sector.

- **Método Analítico:** Proceso cognoscitivo que consiste en descomponer un objeto de estudio mediante la separación de cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual (Moran, 2010). Este método permitirá realizar un análisis exhaustivo de los factores internos y externos que inciden en la finca “Balzal”; además se utilizará para la interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas aplicadas a los turistas, población y autoridades de la localidad.
- **Método Científico:** La aplicación de este método permitirá confrontar teorías desarrolladas con la observación de la realidad y a partir de ello buscar soluciones a los principales problemas que se presentaran durante el transcurso de la investigación.
- **Método Descriptivo:** Implica la recopilación y presentación sistemática de datos para dar una idea clara de una determinada situación. (Behar, 2008). Con la aplicación de este método se logrará describir las características del área de estudio, y presentar sistemáticamente los resultados del diagnóstico de la situación actual de la finca.

## 6.2. Técnicas

- **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 (Villafuerte, 2010). Con esta técnica se logrará evidenciar el estado actual de la finca y a la vez se determinará las necesidades que tiene y que estrategias se deberían implementar para su desarrollo turístico.
- **Entrevista:** Es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información versará en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando. (Villafuerte, 2010).Se

aplicará esta técnica con el fin de obtener información real a través de las personas involucradas directamente con la finca y autoridades de la localidad, dicha información será de gran valía para el proceso de la investigación.

- **Encuesta:** Técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador (Villafuerte, 2010). En el caso del proyecto de plan negocios para la finca “Balzal” las encuestas se aplicaran a los turistas y población económicamente activa del cantón Puyango, con el propósito de obtener datos cuantitativos y cualitativos de la demanda e identificar los deseos y preferencias de la misma y en base a ello proponer algunas pautas para un correcto manejo del plan de negocios y una adecuada aceptación de la finca
- **Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (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 (URD, 2002). Se pondrá en práctica en el tercer objetivo y servirá para socializar los resultados de la investigación de manera directa con las personas implicadas, permitiendo de esta manera tomar sus opiniones acerca del presente trabajo.

### 6.3. Metodología por Objetivos

Para dar cumplimiento al primer objetivo: **Realizar un diagnóstico turístico de la situación actual de la finca “Balzal” de la parroquia Ciano**, se utilizará los métodos descriptivo, científico y analítico los cuales servirán para desglosar toda la información que se obtendrá del lugar y permitir a la vez conocer la realidad del mismo.

Se empleará la técnica de observación directa, ésta permitirá conocer la realidad de la finca, así como también realizar la ficha de atractivos turísticos de Ministerio de Turismo y a la vez validar la jerarquía en la que

se encuentra ubicados los mismos. Además se usará la ficha descriptiva de Atractivos Turísticos, la cual servirá para describir los diferentes atractivos que se encuentran dentro del entorno. Se tomará como fuentes principales tesis, trabajos investigativos e información proporcionada por la Mancomunidad “Las Meliponas”.

Se realizará entrevistas al propietario y demás personas vinculadas con el sitio, con el propósito de obtener información valiosa que contribuya al desarrollo del proyecto de investigación, así mismo se aplicaran encuestas a los turistas que visitan el cantón Puyango y a la Población Económicamente Activa del mismo.

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir la cantidad de personas a encuestar se considerará como universo a la Población Económica Activa (PEA) del cantón Puyango proyectada para el año 2016, la misma que se realizó con la tasa de crecimiento poblacional de la provincia de Loja (1,15%) dato proporcionado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos). A si mismo se tomará en consideración el número de turistas que visitaron el canton Puyango en el año 2015 información otorgada por el GAD Municipal del Cantón Puyango, dicho dato fue proyectado con la tasa de crecimiento de turistas de la provincia de Loja que de acuerdo al Ministerio de Turismo es de 0,53%. A continuación se muestra la proyección de la Población Económicamente Activa del cantón Puyango hasta el año 2016.

**Cuadro N° 121: Proyección del PEA del cantón Puyango**

Cantón	PEA 2010	Tasa de crecimiento	Año	Proyección PEA
Puyango	5587	1,15%	2011	5.651
			2012	5.716
			2013	5.782
			2014	5.848
			2015	5.916
			2016	5.984

**Fuente:** INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

En el siguiente cuadro se indica la proyección de turistas al año 2016

**Cuadro N° 122: Proyección de turistas que visitan Puyango**

Año	Turistas	% Tasa de crecimiento
2015	3496	0,53%
2016	3515	0,53%

Fuente: GAD Municipal del cantón Puyango  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Cuadro N° 123: Turistas y PEA del cantón Puyango**

Universo	Total
Turistas	3.515
Población Económica Activa) del cantón Puyango	5.984
<b>TOTAL</b>	<b>9.499</b>

Fuente: Cuadro N°1 y 2  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Por consiguiente se empleó la fórmula de universos conocidos para conocer el número real de encuestas a aplicar

$$n: \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Reemplazando:

**z:** nivel de confianza 1.96

**q:** probabilidad de fracaso 0.5

**p:** probabilidad de éxito 0.5

**N:** universo

**e:** error estándar (0.05)

Desarrollo de la formula:

$$n: \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n: \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 9499}{(0,05)^2(9499 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n: \frac{3,8416 * 2374,75}{23,7475 + 0,9604}$$

$$n: \frac{9122,8396}{24,7054}$$

$$n = 369$$

### Distribución muestral

La distribución muestral se la realizará con el fin de conocer de una forma más detallada las encuestas que se debían aplicar a los turistas y PEA del canton Puyango como se detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 124: Distribución muestral**

Universo	N° de personas	Porcentaje	N° Encuestas
PEA Puyango	5.984	63%	232
Turistas	3.515	37%	137
<b>Total</b>	<b>9.499</b>	<b>100%</b>	<b>369</b>

Fuente: Cuadro N°3

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Para cumplir con el segundo objetivo **Proponer el plan de negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja**, se aplicará los métodos deductivo e inductivo, estos ayudarán a simplificar la información obtenida. También se utilizará los datos proporcionados a través de las encuestas y entrevistas, los mismos que permitirán realizar los diferentes estudios que contemplará la propuesta del plan de negocios



En el tercer objetivo **Socializar la propuesta con el personal de la finca “Balzal” y autoridades de la parroquia Ciano**, se empleará la técnica MARPP la misma que se hará en tres fases:

Primera: Se convocará a los actores involucrados con la investigación

Segunda: Se presentará la propuesta del proyecto a todos los asistentes

Tercera: Se recopilará todas las conclusiones y recomendaciones como resultado de la presentación de la propuesta.

## 7. Cronograma

**Cuadro N° 3: 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 Trabajo de campo Aplicación de encuestas							X	X	X	X										
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	

**Fuente:** metodología de investigación

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

## 8. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizarán los siguientes recursos:

### 8.1. Presupuesto

**Cuadro N° 4: Presupuesto**

<b>Ingresos</b>		
Autofinanciamiento		\$ 1058,03
<b>Total Ingresos</b>		<b>\$ 1058,03</b>
<b>Egresos</b>		
<b>Equipo Técnico</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario \$</b>	<b>Costo total \$</b>
Cámara fotográfica	300,00	300,00
Grabadora	150,00	150,00
Flash memory	20,00	20,00
Internet	22,00	88,00
Alquiler de infocus	15,00	30,00
	<b>Total</b>	<b>588,00</b>
<b>Logística</b>		
Alimentación	2,25	56,25
Transporte	7,50	200,00
	<b>Total</b>	<b>256,25</b>
<b>Materiales de oficina</b>		
Resma de papel	4,00	8,00
Esferográficos	0,35	2,10
Copias	0,01	25,00
Impresiones	0,10	25,00
Empastados	25,00	100,00
Cuadernos	0,80	2,40
Carpetas	0,45	0,90
	<b>Total</b>	<b>163,40</b>
	<b>Subtotal</b>	<b>1.007,65</b>
	Imprevistos 5 %	50,38
	<b>Total Egresos</b>	<b>1.058,03</b>

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### 8.2. Financiamiento

El costo del proyecto de investigación será asumido en su totalidad con recursos económicos de la propia tesista.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Moran, G. (2010). Metodos de Investigacion . Mexico : Pearson .
- ✓ Carla, R. Q. (2009). Manual para el Diagnostico Turístico Local .
- ✓ Ciano, G. P. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Ciano
- ✓ Villaran, K. W. (2009). Plan de Negocios Herramienta para Evaluar la Viabilidad de un Negocio. Lima .
  
- ✓ Lorenzo, A. F. (2012). Metodología para elaborar Planes de Negocio.
  
- ✓ Garcia, I. d. (2006). Plan de Negocios una Herramienta Indispensable . Madrid .
- ✓ Flores, J. (2006). Manual para elaborar un plan de negocios . Santa Cruz .
- ✓ Dickson, G. B. (2008). Como preparar un plan de negocios exitoso. Mexico : McGraw-Hill.
- ✓ Rodriguez, C. O. (2013). Guia para la elaboracion de proyectos de tesis de grado . Loja .
- ✓ Turismo, M. d. (2014). Proyecto Ecuador Potencia Turistica . Obtenido de Proyecto Ecuador Potencia Turistica: <http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- ✓ Cantón Puyango (2014). Obtenido de <http://www.viajandox.com/loja/puyangocanton.htm?id=63&Itemid=55>
- ✓ Villafuerte, C. (2010). Las Tecnicas de Investigacion . Obtenido de <http://www.eumed.net/librosgratis/2010e/816/TECNICAS%20DE%20INVESTIGACION.htm>
- ✓ URD, G. (Julio de 2002). EL MÉTODO DE ANALISIS RAPIDA Y PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA (MARPP). Obtenido de <http://www.globalstudyparticipation.org/espanol/methodo/marp.htm>

## Anexo N°2: Encuesta Cualitativa



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

---

Estimado (a) Señor (a)

La presente encuesta tiene como finalidad obtener información valiosa para el desarrollo del presente trabajo de tesis denominado “Plan de negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja”; razón por la cual solicito a usted de la manera más respetuosa se digne otorgar la información necesaria, la misma que será utilizada con fines académicos, agradezco su colaboración al dar respuesta a las siguientes preguntas.

### Datos Generales

Edad: .....

Nacionalidad: .....

Sexo: .....

Ocupación: .....

1. ¿Usted alguna vez ha realizado turismo en una finca?

Si ( ) No ( )

2. Dentro de la parroquia Ciano cantón Puyango se encuentra la finca “Balzal” (lugar con bondades turísticas) ¿Estaría usted dispuesto a visitarla?

Si ( ) No ( )

¿Por qué?

.....  
.....

3. ¿Qué tipo de servicios turísticos considera usted que se pueden implementar dentro de la finca

.....  
.....

4. ¿Qué actividades turísticas le agradaría realizar en la finca “Balzal”?

.....  
.....

5. ¿Qué consideraciones tomaría en cuenta para visitar la finca “Balzal”?

.....  
.....

6. ¿Con que frecuencia usted visitaría la finca?

.....

**7. ¿Qué días le gustaría ir de visita a la finca?**

.....  
.....

**8. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la finca?**

.....  
.....

**9. ¿Al momento de visitar la finca con quien lo haría?**

.....  
.....

**10. ¿Con cuantas personas usted visitaría la finca?**

.....  
.....

**11. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar cuando haga su visita en la finca?**

.....  
.....

**12. ¿Por qué medios le gustaría recibir información sobre la finca cafetalera Balzal?**

.....  
.....

**13. ¿Cómo le gustaría que se promocióne todo lo que puede ofrecer la finca?**

.....  
.....

**14. ¿Cree usted que la finca cafetalera podría aportar al desarrollo turístico de la zona?**

.....  
.....

**15. ¿Qué sugerencias usted puede aportar para el desarrollo turístico de la finca?**

.....  
.....

**Gracias por su Colaboración**

### Anexo N°3: Encuesta Cuantitativa



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

---

Estimado (a) Señor (a)

La presente encuesta tiene como finalidad obtener información valiosa para el desarrollo del presente trabajo de tesis denominado “Plan de negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja”; razón por la cual solicito a usted de la manera más respetuosa se digne otorgar la información necesaria, la misma que será utilizada con fines académicos, agradezco su colaboración al dar respuesta a las siguientes preguntas.

#### Indicaciones:

Lea detenidamente cada una de las siguientes preguntas y marque con una (X) su respuesta.

#### 3. ¿Cuál es su edad?

- |                |                       |
|----------------|-----------------------|
| a) 18 – 25 ( ) | d) 42- 49 ( )         |
| b) 26 – 33 ( ) | e) 50- 57 ( )         |
| c) 34 – 41 ( ) | f) 58 – 65 ( )        |
|                | g) 66 en adelante ( ) |

#### 2. Sexo:

- a) Hombre ( )      b) Mujer ( )

#### 3. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

.....

#### 4. ¿Cuál es su actividad económica?

- |                           |                                   |
|---------------------------|-----------------------------------|
| a) Empleado/a público ( ) | c) Trabajador/a independiente ( ) |
| b) Empleado/a privado ( ) | d) Jubilado/a ( )                 |

#### 5. ¿Cuánto percibe en ingresos mensualmente?

- |                      |                             |
|----------------------|-----------------------------|
| a) \$366 - \$566 ( ) | d) \$969 - \$1169 ( )       |
| b) \$567 - \$767 ( ) | e) \$1.170 - \$1.370 ( )    |
| c) \$768 - \$968 ( ) | f) \$ 1.371 en adelante ( ) |

#### 6. ¿Ha visitado alguna vez fincas cafetaleras dedicadas al turismo?

- Si ( )                      No ( )

7. ¿La finca cafetalera que usted visitó es ubicada a nivel nacional o internacional?

.....

8. ¿Qué tipos de servicios turísticos le ofreció la finca que usted visitó?

.....

9. En la parroquia Ciano, cantón Puyango se encuentra la finca cafetalera “Balzal”, en el caso de que esta finca implementara servicios turísticos de calidad y con instalaciones adecuadas ¿Usted haría uso de sus servicios? Si su respuesta es afirmativa continua con la siguiente pregunta.

Si ( )

No ( )

10. ¿Qué actividades turísticas le agradaría realizar en la finca “Balzal”?

- a) Caminatas ( ) e) Paseo a caballo ( )  
b) Observación de flora y fauna ( ) f) Observación del procesamiento del café ( )  
c) Recolección y degustación de frutos de la finca ( )  
d) Siembra y Recolección de café ( ) Otros ¿Cuál?

11. ¿Qué tipo de servicio turístico le gustaría recibir al momento de visitar la finca “Balzal”?

- a) Guianza ( )  
b) Alimentación ( )  
c) Hospedaje ( )

12. ¿Qué consideraciones tomaría en cuenta para visitar la finca “Balzal”?

- a) Clima ( )  
b) Servicios ( )  
c) Precio ( )  
d) Vías de acceso ( )  
e) Ubicación ( )

13. ¿Cuántas veces usted visitaría la finca “Balzal” anualmente?

- a) 1 a 2 veces ( )  
b) 3 a 4 veces ( )  
c) 5 a 6 veces ( )

14. ¿Qué días le gustaría ir de visita a la finca “Balzal”? Elija una opción

- a) Lunes a Viernes ( )  
b) Fines de semana ( )  
c) Feriados ( )



**15. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la finca “Balzal”?**

- a) 1 a 2 días ( )
- b) 3 a 4 días ( )
- c) 5 a 6 días ( )

**16. ¿Al momento de visitar la finca “Balzal” con quien lo haría?**

- a) Familiares ( )
- b) Amigos ( )
- c) Solo ( )

**17. Al ofrecerse el servicio de alimentación en la finca ¿Qué tipo de comida le gustaría recibir? Elija una opción**

- a) Típica ( )
- b) Tradicional ( )
- c) Gourmet ( )
- d) Rápida ( )

**18. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre la finca “Balzal”?**

- a) Internet ( )
- b) Radio ( )
- c) Televisión ( )
- d) Prensa ( )
- e) Hojas volantes ( )
- f) Afiches ( )
- g) Trípticos ( )

**19. ¿Cómo le gustaría que se promocióne a la finca “Balzal”?**

- a) Souvenirs ( )
- b) Bolsos ( )
- c) Camisetas ( )
- d) Fotos postales ( )

**¡Gracias por su colaboración!**

## Anexo N°4: Entrevista 1



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

---

Estimado entrevistado en calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja, de la Carrera Administración Turística, solicito a usted de la manera más comedida se digne responder los siguientes interrogantes, las mismas que proporcionarían información de gran importancia para desarrollar con éxito el tema de tesis “Plan de negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja”.

**Nombre del entrevistado:** Juan Ernesto Granda Córdova

**Cargo:** Propietario de la Finca “Balzal”

### 1. ¿Cómo surgió la finca?

Justamente por la historia de nuestro cantón Puyango, rico en recursos naturales y entre ellos el clima apto para la producción de café, todos los integrantes de nuestra familia nos interesamos en la producción de café y durante el transcurso del tiempo incluirle también otros complementos como cacao, caña de azúcar, formando también una finca integral con aves cerdos, justamente por lo que el clima que aquí se percibe es óptimo para este tipo de especies tanto animales como vegetales.

En la finca se viene trabajando alrededor de 30 años en lo que es finca cafetalera y con especies de cerdos y aves cerca de 15 años. Este lugar antes de ser una finca de este tipo, casi todo el terreno estaba lleno de cañaverales.

### 2. ¿Cuáles son las principales actividades que se realizan en su finca cafetalera?

Como ya le mencione las principales actividades justamente es la productividad del café, siendo este a su vez el producto base para el sustento de la familia, así mismo se ha incluido la producción del banano caña de azúcar, yuca y plantas frutales como cultivos alternativos.

### **3. ¿Dispone su finca de los servicios básicos?**

En la actualidad aun no dispone de todos los servicios básicos, aunque el agua se la obtiene de una microcuenca, la finca además posee una batería sanitaria conectada a pozo séptico.

### **4. ¿Cómo se financian las actividades que se realizan en su finca cafetalera?**

La familia financia la finca a través de la mano de obra propia y cuando ha existido la oportunidad con entidades financieras en este caso con el Banco de Loja y BanEcuador.

### **5. De acuerdo a su criterio. ¿Qué es lo más relevante que existe dentro su finca cafetalera?**

Lo más relevante que existe es la belleza geográfica porque disponemos de un clima espectacular, también a pocos metros se encuentra un río para actividades turísticas, y en sí dentro de la finca lo más relevante es el cultivo del café.

### **6. Desde su punto vista ¿Cuáles cree usted que serían las dificultades a las que se enfrenta la finca cafetalera?**

Las dificultades a los que nos enfrentamos sería un fenómeno extremado de escasez de agua podría ser considerado, otro factor o patógeno con respecto al cultivo del café que sucedió anteriormente fue la roya, o el exceso de lluvias, es decir todo lo que no podemos controlar que son los fenómenos naturales serían los problemas a los que se enfrentaría la finca.

### **7. Según su opinión ¿Por qué considera que su finca tiene potencial para el turismo?**

Tiene potencial por el clima muy especial que posee ya que es una combinación del clima de la costa y la sierra, por la geografía del lugar que permite apreciar los puntos más altos y bajos, por todo lo que existe alrededor de la finca como la quebrada y lagunas con aguas cristalinas y tiene también potencial por la belleza que muestra el cafetal dentro de la finca.

**8. ¿Ha pensado alguna vez en emprender en proyectos turísticos en su finca cafetalera?**

Si tenemos ese sueño de hacer un proyecto integral con la finalidad de ofrecer al turista algo atractivo, algo para que se divierta y disfrute de la riqueza que tenemos en la finca

**9. Al incorporar la actividad turística en su finca ¿Cuáles cree usted que serían los beneficios que se obtendrían?**

El primer beneficio que obtendríamos es en los ingresos, ya que todo inversionista lo primero que anhela es tener retribución por todo lo que invierte, y también otras de las ventajas que obtendríamos es ser reconocidos turísticamente por lo que hacemos y producimos.

**10. ¿Qué atractivos turísticos usted considera que se encuentran dentro de la finca cafetalera?**

Dentro de la finca cafetalera se tiene también un pequeño bosque con flora y fauna característica del bosque seco, el trapiche, las abejas, el cultivo del café y muy cerca también se encuentra el Bosque Petrificado de Puyango.

**11. ¿Qué actividades considera que podrían realizar los turistas dentro de su finca?**

Las actividades que podrían realizar son desde percibir un café espectacular que se produce en nuestra zona, recorrido al interior de la finca, observación de especies de flora y fauna y muy cerca de la finca se puede tomar un baño en la quebrada y disfrutar de las lagunas que en ésta se encuentra

**12. ¿Cuál cree usted que es la época más apropiada para visitar a su finca?**

Todo el año sería, como ya lo mencione la temperatura no varía mucho es adecuada y en estación de verano existe mucha floración y cosecha de productos de la zona, mientras que en invierno se puede apreciar el verdor de los campos, por lo que todo esto sería muy llamativo para los turistas.

**13. ¿Cuál sería el periodo menos apropiado para visitar su finca?**

Dentro de año se consideraría el mes de febrero y el mes de mayo por las condiciones climatológicas misma son un poco complicadas, exceso de humedad y poca influencia del sol por lo que se consideraría esos dos meses de año como menos apropiados para visita.

**14. ¿Cómo le gustaría que se dé a conocer a los turistas las bondades que posee su finca?**

Me gustaría muchísimo que intervenga la empresa privada a través del capital financiero ya que es lo que más se necesita y tener buena infraestructura no tanto en la infraestructura hotelera sino más bien en lo referente a movilización, porque hasta nuestro sector adolece de ello, otro manera que nos interesaría muchísimo sería en trabajar en campañas de publicidad ya que por este medio se diera a conocer no solo lo que existe en nuestra finca sino también de los que se encuentra cerca de ella.

**15. ¿Cuenta usted con algún presupuesto para emprender en proyectos turísticos dentro de su finca cafetalera?**

Por el momento no, por lo que todos los recursos que tenemos como familia los implementamos netamente en lo que es sector productivo.

**16. Para finalizar ¿Cree usted que el plan de negocios que se está realizando sea un aporte importante para fomentar el turismo en su finca cafetalera?**

Eso es indudable por lo que el sector turístico hoy en día está creciendo y lo que tenemos que hacer apoyar al desarrollo de proyector que fortalezca aún más este sector y a mas ello poner también nuestro contingente y capacitarnos para poder ofrecer algo atractivo y así los turistas se lleven una imagen buena de lo que es la riqueza de nuestro lugar y de Puyango.

## Anexo N°5: Entrevista 2



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

---

Estimado entrevistado en calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja, de la Carrera Administración Turística, solicito a usted de la manera más comedida se digne responder los siguientes interrogantes, las mismas que proporcionarían información de gran importancia para desarrollar con éxito el tema de tesis “Plan de negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja”.

**Nombre del entrevistado:** Sr. Johnson Granda Dávila

**Cargo:** Gerente de la Mancomunidad “Las Meliponas”

**1. Según su opinión ¿Considera que la finca “Balzal” tiene potencial para desarrollarse turísticamente?**

Si tiene mucho potencial turístico principalmente por la zona en la que está ubicada, su clima, su flora y fauna endémica y por la producción cafetera que existe en la finca y porque se encuentra bastante cerca de la vía principal que conduce a la costa

**2. Desde su punto de vista ¿Qué cree que es lo más importante que existe en la finca “Balzal”?**

Me parece que lo más importante es la parte productiva ligada al café, las abejas meliponas, la parte cultural de su gente que tienen como campesinos y los escenarios naturales que se encuentran dentro y cerca de la finca.

**3. ¿Cuáles cree usted que serían las dificultades a las que se enfrenta la finca?**

Creo que internamente los dueños de la finca todavía no tienen clara la idea de cuánto la finca posee en el aspecto turístico, la belleza paisajística y cuanto puede ofrecer de lo que se produce y de lo que tiene como escenario natural.

**4. ¿Cuáles cree usted que serían las oportunidades que tendría la finca “Balzal” si se desarrollara el turismo?**

Considero que muchas oportunidades, principalmente ser reconocida por el café que se produce, que su belleza paisajística sea apreciada nivel local y nacional, además que sea considerada como un lugar tranquilo para hacer turismo y para los propietarios la gran oportunidad de ver al turismo como fuente generadora de recursos.

**5. ¿Cree que la finca “Balzal” tiene las condiciones necesarias para ser visitada?**

Si, vuelvo a reiterar porque se encuentra cerca de la vía principal y cuenta con atracciones importantes para llamar la atención de los turistas.

**6. ¿Qué atractivos turísticos usted considera que se encuentran dentro de la finca?**

La finca tiene un pequeño bosque natural que la familia lo conserva, el cultivo de café, las abejas meliponas, la molienda o trapiche, también tiene el manejo de animales menores y cerca de ella se encuentra la quebrada Cochurco y una gran belleza natural como es “La Chorrea”

**7. ¿Considera usted que la finca cafetalera pueda incluirse dentro de una ruta turística?**

Si, puede incluirse muy bien porque está dentro del área cafetera del cantón, se puede incluirla en una ruta que no solo promocioe el café, sino también que promocioe los paisajes naturales, la forma de vida en el campo y la práctica de la apicultura.

**8. ¿Qué actividades considera usted que podrían realizar los turistas dentro de la finca “Balzal”?**

Se puede incluir el tema de caminatas dentro de la finca, recolección de frutos, experimentar actividades productivas como cosecha del café, cosecha de miel de abeja, alimentación de los animales de granja luego de terminar todas estas

actividades en la finca ir a la quebrada a refrescarse con un baño, creo que estas serían las actividades más importantes que se podrían desarrollar.

**9. En el caso de emprenderse en proyectos turísticos en la finca "Balzal" ¿Existiría el apoyo de la mancomunidad?**

Si, la mancomunidad tiene una propuesta respecto a este tema en el plan estratégico, se está elaborando un proyecto en ese sentido, y la finca "Balzal" es un punto de referencia y visita dentro del proyecto.

**10. Desde su punto de vista ¿Cree que la finca "Balzal" podría contribuir al desarrollo turístico de la zona?**

Sí, porque dentro de la jurisdicción de la mancomunidad esta la finca, además hay que considerarla a la finca dentro de un escenario mucho más amplio como un lugar propicio para el turismo ya que tiene mucho que ofrecer.

**11. De acuerdo a su criterio ¿Cree que la finca "Balzal" podría llegar a ser un lugar turístico reconocido?**

Si, especialmente por el tema del café ya este se produce de buena calidad, recordemos que el año pasado nuestro cantón fue el ganador de la tasa dorada y ahora está viniendo mucha gente por comprar nuestro producto y a esta gente se podría mostrar a la finca como un punto turístico.

**12. ¿Cuál sería el aporte de la mancomunidad si se incorporara el turismo en la finca "Balzal"?**

La mancomunidad tiene un proyecto con un componente que es la capacitación y se está pensando en incorporar a los dueños de la finca en este aspecto para que sean capacitados en todo lo referente a turismo, este sería un primer aporte, y luego ver la posibilidad a través de los recursos gestionados a la cooperación internacional o a través de un crédito apoyar en la infraestructura, porque como está ahora la finca no se puede ofrecer muchos servicios, en este sentido la mancomunidad está pensando aportar.



**13. ¿Cuál cree usted que sería la mejor forma de promocionar turísticamente la finca “Balzal” y el sector en general?**

Actualmente el mejor medio es a través de las redes sociales, porque es un instrumento muy bueno que influye mucho en la gente, otra forma sería hacer campañas publicitarias a nivel provincial y nacional enfocadas primeramente al turismo local o turismo interno y luego de esto trabajar a nivel internacional.

**14. Para finalizar ¿Cree usted que el plan de negocios que se está realizando sea un aporte importante para el fomento del turismo en la finca “Balzal”?**

Por supuesto que sería un buen aporte, porque no existe ninguna referencia, ninguna investigación, y la mancomunidad necesita de estos proyectos para tener indicadores de cómo trabajar en turismo y sobretodo para poder a través de estos estudios poder realizar una buena propuesta a la cooperación internacional.

## Anexo N° 6: Fichas de Inventario, jerarquización y fotografías de atractivos turísticos

 																																																
<b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA</b> <b>CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA</b> Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos																																																
<b>1. DATOS GENERALES.</b> 1.1. ENCUESTADOR: Karla Patricia Granda Granda. <span style="float: right;">1.2. FICHA N°: 001</span> 1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio <span style="float: right;">1.4. FECHA: 25- 06- 2016</span> 1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada "La Chorrera" <span style="float: right;">1.6. PROPIETARIO: GAD Parroquial Ciano</span> 1.7. CATEGORÍA: Sitios Naturales <span style="float: right;">1.8. TIPO: Ríos</span> <span style="float: right;">1.9. SUBTIPO: Cascada</span>																																																
<b>2. UBICACIÓN</b> 2.1. PROVINCIA: Loja <span style="float: right;">2.2. CANTÓN: Puyango</span> <span style="float: right;">2.3. LOCALIDAD: Ciano</span> 2.4. SECTOR: Guajalanche <span style="float: right;">2.5. NÚMERO:</span> 2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA: LATITUD: - 3.9 ° <span style="float: right;">LONGITUD: -79.9667°</span>																																																
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b> 3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Alamor <span style="float: right;">DISTANCIA: 20 km</span> 3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Las Lajas <span style="float: right;">DISTANCIA: 30 km</span>																																																
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b> 4.1. ALTURA: 1200 m.s.n.m. <span style="float: right;">4.2. TEMPERATURA: 20°C-24°C.</span> <span style="float: right;">4.3. PRECIPITACIÓN: 1250 a 1500 mm</span>  La cascada "La Chorrera" está formada por aguas de la quebrada denominada Nubes, tiene aproximadamente seis metros; consta de una caída que da lugar a una laguna de ocho metros de ancho con una profundidad de seis metros, debido a la formación rocosa y el cauce del agua, ésta laguna forma a su vez dos chorreras de un metro y medio, formando finalmente estas dos una pequeña laguna. A su alrededor se puede observar una gran variedad de plantas, aves e insectos típicos de la zona, es un lugar ideal para disfrutar de un refrescante baño y para entrar en contacto directo con la naturaleza. Para acceder a esta cascada se debe caminar 35 minutos desde el sitio por un sendero que se encuentra en estado regular																																															
	<b>5. USOS (SIMBOLISMO).</b>  Toma de un refrescante baño Observación de flora y fauna y fotografía   ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)																																															
<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>  ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> CAUSAS:																																															
	<b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> <b>NOMBRE:</b> <b>FECHA DE DECLARACIÓN:</b> <b>CATEGORÍA:</b> Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>																																															
	<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>  ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> CAUSAS: Expansión de la frontera agrícola																																															
<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>																																																
<b>APOYO</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">TIPO</th> <th rowspan="2">SUBTIPO</th> <th colspan="3">ESTADO DE LAS VÍAS</th> <th rowspan="2">TRANSPORTE</th> <th colspan="4">FRECUENCIAS</th> <th rowspan="2">TEMPORALIDAD DE ACCESO</th> </tr> <tr> <th>B</th> <th>R</th> <th>M</th> <th>D</th> <th>S</th> <th>M</th> <th>E</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">Terrestre</td> <td>Asfaltado</td> <td style="text-align: center;">X</td> <td></td> <td></td> <td>Bus</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3" style="text-align: center;">Días al año 365 días</td> </tr> <tr> <td>Lastrado</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Automóvil</td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">X</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Empedrado</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>4 x 4</td> <td></td> <td style="text-align: center;">X</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	B	R	M	D	S	M	E	Terrestre	Asfaltado	X			Bus					Días al año 365 días	Lastrado				Automóvil			X		Empedrado				4 x 4		X		
	TIPO			SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO																																			
		B	R		M	D	S		M	E																																						
	Terrestre	Asfaltado	X			Bus					Días al año 365 días																																					
Lastrado					Automóvil			X																																								
Empedrado					4 x 4		X																																									

	Sendero		X		Tren							
Acuático	Marítimo				Barco							Días al mes Culturales: Naturales: 30 días
	Fluvial				Bote							
						Canoa						
Aéreo					Otros							Horas al día Culturales: Naturales: 10 horas
					Avión							
					Avioneta							
					Helicóptero							

Siglas: **B**: bueno; **R**: regular; **M**: malo; **D**: diaria; **S**: semanal; **M**: mensual; y, **E**: eventual.  
**OBSERVACIONES:** se puede acceder en automóvil desde la ciudad de Alamor por la vía que conduce a la costa en un recorrido aproximadamente de 25 minutos hasta la altura del sitio denominado Nubes desde este lugar ingresar por un sendero que tiene cerca de 1 km

**9. FACILIDADES TURÍSTICAS**

SERVICIOS	C A T E G O R Í A S										O T R O S	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas		
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

AGENCIAS DE VIAJES:       ALMACENES DE ARTESANIAS:   
CORREOS:       TELÉFONOS. FAX.:   
**OBSERVACIONES:**

**10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**10.1. AGUA**  
POTABLE:  TRATADA:  ENTUBADA:  DE POZO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:**  
SISTEMA INTERCONECTADO:  GENERADOR:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.3. ALCANTARILLADO:**  
RED PÚBLICA:  POZO CIEGO:  POZO SÉPTICO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

**10.4. PRECIO**  
SI:  NO:  ENTRADA LIBRE:  OTROS: .....

**Observaciones:**

**11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS**

**NOMBRE**  
Quebrada Cochurco  
Finca "Balzal"

**DISTANCIA:**  
7 km  
2 km

**12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO**

SIGNIFICACIÓN	LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>
	PROVINCIAL:	<input type="checkbox"/>
	NACIONAL:	<input type="checkbox"/>
	INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>

Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos

.....  
**Firma : SUPERVISOR EVALUADOR**

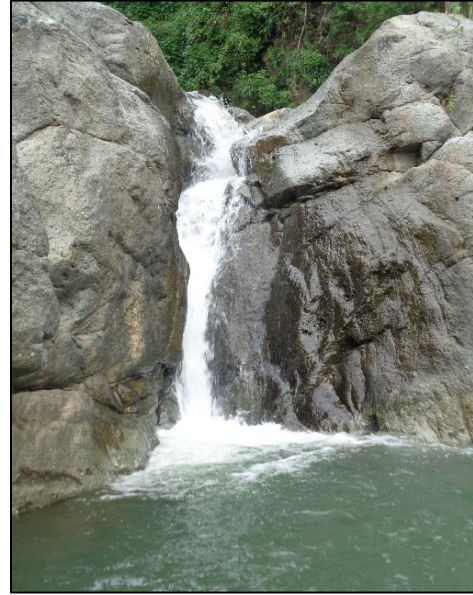
**DATOS GENERALES**

Nombre del Atractivo: Cascada "La Chorrera"

Jerarquía: I

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	5
	b) Valor Extrínseco	3
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o organización	6
	<b>Subtotal</b>	<b>17</b>
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
	<b>Subtotal</b>	<b>6</b>
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
	<b>Subtotal</b>	<b>1</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

**FOTOGRAFÍAS:** Cascada “La Chorrera”



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



**1. DATOS GENERALES.**  
 1.1. ENCUESTADOR: Karla Patricia Granda Granda. **1.2. FICHA N°:** 002  
 1.4. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio **1.4. FECHA:** 25- 06- 2016  
 1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Quebrada Cochurco **1.6. PROPIETARIO:** GAD Parroquial Ciano  
 1.7. CATEGORÍA: Sitios Naturales **1.8. TIPO:** Ríos **1.9. SUBTIPO:** Riachuelo o arroyo

**2. UBICACIÓN**  
 2.1. PROVINCIA: Loja **2.2. CANTÓN:** Puyango **2.3. LOCALIDAD:** Ciano  
 2.4. SECTOR: Alto de la Cruz **2.5. NÚMERO:**  
 2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:  
 LATITUD: - 3.9 ° **LONGITUD:** -79.9667°

**3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**  
 3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Alamor **DISTANCIA:** 25 km  
 3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Las Lajas **DISTANCIA:** 35 km

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**  
 4.1. ALTURA: 1200 m.s.n.m. **4.2. TEMPERATURA:** 20°C-24°C. **4.3. PRECIPITACIÓN:** 1250 a 1500 mm

**VALOR INTRÍNSECO**  
 Su nombre proviene de dos palabras quichuas Kucha + Urco, Kucha: lago, vertiente, charco, laguna, Urku: cerro, monte, colina, por los tanto Cochurco en quichua significa el Cerro de la Laguna.  
 Se encuentra situada a la entrada del barrio de Alto de la Cruz, es una quebrada que en la parte alta da lugar al balneario Cochurco formado por piscinas naturales con grande rocas; mientras que en la parte baja con un gran caudal y tan solo a 15 km aguas abajo hace unión con uno de los ríos más importantes de la provincia de Loja como lo es el río Puyango, además en dicha quebrada se puede encontrar también restos de conchas, árboles y caracoles petrificados vale destacar que esta quebrada que en sus estribaciones aún conserva la belleza natural de su vegetación que sirve de albergue para la biodiversidad de la zona.

**VALOR EXTRÍNSECO**

**5. USOS (SIMBOLISMO).**  
 Caminata, observación de conchas y caracoles petrificados, toma de un refrescante baño, observación de flora y fauna, fotografía.

**ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)**

**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**

ALTERADO  NO ALTERADO   
 CONSERVADO  DETERIORADO   
 EN PROCESO DE DETERIORO:   
 CAUSAS:

**6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)**  
 NOMBRE:  
 FECHA DE DECLARACIÓN:  
 CATEGORÍA:  
 Patrimonio de la Humanidad:   
 Patrimonio del Ecuador:

**7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO**

ALTERADO  NO ALTERADO   
 CONSERVADO  DETERIORADO   
 EN PROCESO DE DETERIORO:   
 CAUSAS: Expansión de la frontera agrícola

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		D	S	M	E	
Terrestre	Asfaltado	X			Bus	X				Días al año 365 días
	Lastrado				Automóvil	X				
	Empedrado				4 x 4	X				

	Sendero	X			Tren												
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes Culturales: Naturales: 30 días							
	Fluvial				Bote												
					Canoa												
Aéreo					Otros												
					Avión					Horas al día Culturales: Naturales: 10 horas							
					Avioneta												
				Helicóptero													
<p>Siglas: <b>B</b>: bueno; <b>R</b>: regular; <b>M</b>: malo; <b>D</b>: diaria; <b>S</b>: semanal; <b>M</b>: mensual; y, <b>E</b>: eventual.  <b>OBSERVACIONES:</b> se puede acceder en automóvil desde la ciudad de Alamor por la vía que conduce a la costa en un recorrido aproximadamente de 35 minutos hasta llegar a la entrada que conduce al barrio Alto de la Cruz</p>																	
<b>9. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>																	
SERVICIOS	<b>C A T E G O R Í A S</b>										O T R O S						
	<b>LUJO</b>		<b>PRIMERA</b>		<b>SEGUNDA</b>		<b>TERCERA</b>		<b>CUARTA</b>								
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas							
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
AGENCIAS DE VIAJES: <input type="checkbox"/> ALMACENES DE ARTESANIAS: <input type="checkbox"/> CORREOS: <input type="checkbox"/> TELÉFONOS. FAX.: <input type="checkbox"/> <b>OBSERVACIONES:</b>																	
<b>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>																	
<b>10.1. AGUA</b>																	
POTABLE: <input type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>																	
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>																	
SISTEMA INTERCONECTADO: <input type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>																	
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>																	
RED PÚBLICA: <input type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>																	
<b>10.4. PRECIO</b>																	
SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input checked="" type="checkbox"/>																	
<b>Observaciones:</b>																	
<b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>																	
<table style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>NOMBRE</b></td> <td style="text-align: center;"><b>DISTANCIA:</b></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Cascada "La Chorrera"</td> <td style="text-align: center;">7 km</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Bosque Petrificado Puyango</td> <td style="text-align: center;">2 km</td> </tr> </table>												<b>NOMBRE</b>	<b>DISTANCIA:</b>	Cascada "La Chorrera"	7 km	Bosque Petrificado Puyango	2 km
<b>NOMBRE</b>	<b>DISTANCIA:</b>																
Cascada "La Chorrera"	7 km																
Bosque Petrificado Puyango	2 km																
<b>SIGNIFICACIÓN</b>	<b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>																
	LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>															
	PROVINCIAL:	<input type="checkbox"/>															
	NACIONAL:	<input type="checkbox"/>															
	INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>															
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos																	
..... <b>Firma : SUPERVISOR EVALUADOR</b>																	

**DATOS GENERALES**

Nombre del Atractivo: Quebrada Cochurco

Jerarquía: I

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	b) Valor Intrínseco	5
	c) Valor Extrínseco	2
	d) Entorno	4
	e) Estado de Conservación y/o organización	6
	<b>Subtotal</b>	<b>17</b>
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
	<b>Subtotal</b>	<b>6</b>
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
	<b>Subtotal</b>	<b>1</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>24</b>



**FOTOGRAFÍAS:** Quebrada Cochurco



**Fuente:** Trabajo de Campo  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>											
1.1. ENCUESTADOR: Karla Patricia Granda Granda.			1.2. FICHA N°: 003								
12.1. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio			1.4. FECHA: 25- 06- 2016								
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiesta en Honor a Santa Rosa de Lima											
1.6. PROPIETARIO: Barrio Las Cochas											
1.7. CATEGORÍA: Manifestaciones culturales			1.8. TIPO: Acontecimientos programados								
1.9. SUBTIPO: Fiestas religiosas											
<b>2. UBICACIÓN</b>											
2.1. PROVINCIA: Loja		2.2. CANTÓN: Puyango		2.3. LOCALIDAD: Ciano							
2.4. SECTOR: Las Cochas		2.5. NÚMERO:									
2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:											
LATITUD: - 3.9 °			LONGITUD: -79.9667°								
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>											
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Alamor			DISTANCIA: 25 km								
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Las Lajas			DISTANCIA: 40 km								
<b>CALIDAD</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>										
	4.1. ALTURA: 1200 m.s.n.m. 4.2. TEMPERATURA: 20°C-24°C. 4.3. PRECIPITACIÓN: 1250 a 1500 mm										
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	Esta fiesta se festeja el 30 de agosto de cada año en honor a Santa Rosa de Lima patrona del sector, es una celebración que se hace desde la década de los 40; para llevar a cabo esta festividad todos los moradores del barrio y comunidad migrante en otras ciudades y países se reúnen con un mes de anticipación a través del comité Pro-Mejoras con el fin de planificar, organizar y coordinar las distintas actividades que se realizaran en los días de fiesta. Se da inicio el 29 de agosto con un juegos tradicionales, pregón, noche cultural y baile popular; el 30 de agosto es el día central de la fiesta, se inicia por la mañana con una caminata y celebración de la misa en honor a Santa Rosa, posterior a ello se realizan la tradicional lidia de gallos, juegos deportivos de índor, futbol y ecuavoley y por la noche se realiza el gran baile popular; es importante mencionar que estas fiestas son unas de las más reconocidas del cantón.										
<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO).</b>			<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>							
	Presentación de programas artísticos - culturales			ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>							
	<b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>			<b>6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador: <input type="checkbox"/>							
<b>APOYO</b>	<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>										
	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>										
<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>											
<b>APOYO</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VÍAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>		<b>D</b>	<b>S</b>	<b>M</b>	<b>E</b>	
	Terrestre	Asfaltado				Bus	X				Días al año 3 días
	Lastrado	X			Automóvil	X					

	Empedrado				4 x 4	X					
	Sendero	X			Tren						
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes Culturales: 3 días Naturales:	
					Bote						
	Fluvial				Canoa						
					Otros						
Aéreo					Avión					Horas al día Culturales: 10 horas Naturales:	
					Avioneta						
					Helicóptero						
<b>Siglas:</b> B: bueno; R: regular; M: malo; D: diaria; S: semanal; M: mensual; y, E: eventual. <b>OBSERVACIONES:</b> se puede acceder en automóvil desde la ciudad de Alamor por la vía que conduce al barrio Las Cochas el recorrido dura aproximadamente 30 minutos											
<b>9. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
SERVICIOS	C A T E G O R Í A S										O + 2 0 0 0
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AGENCIAS DE VIAJES: <input type="checkbox"/> ALMACENES DE ARTESANÍAS: <input type="checkbox"/> CORREOS: <input type="checkbox"/> TELÉFONOS. FAX.: <input type="checkbox"/> <b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>											
<b>10.1. AGUA</b>											
POTABLE: <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA: <input type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>											
SISTEMA INTERCONECTADO: <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>											
RED PÚBLICA: <input checked="" type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.4. PRECIO</b>											
SI: <input checked="" type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>Observaciones:</b>											
<b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
<b>NOMBRE</b> Aguas sulfurosos de El Arenal											
<b>DISTANCIA:</b> 5 KM											
SIGNIFICACIÓN	<b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
	LOCAL: <input checked="" type="checkbox"/>										
	PROVINCIAL: <input type="checkbox"/>										
	NACIONAL: <input type="checkbox"/>										
	INTERNACIONAL: <input type="checkbox"/>										
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos											
..... <b>Firma : SUPERVISOR EVALUADOR</b>											

**DATOS GENERALES**

**Nombre del Atractivo:** Fiesta en Honor a Santa Rosa de Lima

**Jerarquía:** I

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	5
	b) Valor Extrínseco	4
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o organización	4
	<b>Subtotal</b>	<b>16</b>
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	1
	<b>Subtotal</b>	<b>8</b>
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
	<b>Subtotal</b>	<b>1</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>25</b>

**FOTOGRAFÍAS:** Fiesta en Honor a Santa Rosa de Lima



Fuente: Trabajo de Campo  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>											
1.1. ENCUESTADOR: Karla Patricia Granda Granda.					1.2. FICHA N°: 004						
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio					1.4. FECHA: 25- 06- 2016						
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bosque Petrificado de Puyango											
1.6. PROPIETARIO: GAD Parroquial Ciano											
1.7. CATEGORÍA: Sitios Naturales			1.8. TIPO: Bosques			1.9. SUBTIPO: Petrificado					
<b>2. UBICACIÓN</b>											
2.1. PROVINCIA: Loja			2.2. CANTÓN: Puyango			2.3. LOCALIDAD: Ciano					
2.4. SECTOR: Puyango Nuevo			2.5. NÚMERO:								
2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:											
LATITUD: - 3.9 °					LONGITUD: -79.9667°						
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>											
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Alamor					DISTANCIA: 30 km						
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Las Lajas					DISTANCIA: 30 km						
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>											
4.1. ALTURA: 1200 m.s.n.m. 4.2. TEMPERATURA: 20°C-24°C. 4.3. PRECIPITACIÓN: 1250 a 1500 mm											
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	El Bosque Petrificado de Puyango posee 2.658 hectáreas de las cuales 125 ha pertenecen al territorio de la parroquia Ciano. El bosque toma este nombre por existir flora y fauna convertidos en piedra debido a que hace 300 millones de años existieron un sin fin de número de volcanes submarinos que evolucionaron varias veces pasando por los 4 periodos geológicos (deuónico, triásico, jurásico y cretácico). Estos fenómenos naturales cubrieron con sus materias volcánicas todo lo que estaba compuesto por materia orgánica. El mineral de lava ingreso a los poros de los seres vivos (flora y fauna) y lo petrifico. Dentro de flora que se encuentra en el bosque tenemos petrinos, ceibos, potos, guapala, pechiche, hualtaco, puyangos, guayacanes, laureles, guácimos, faiques, cedros, palo santo, higuerón, limoncillo (pequeños) amancay, bejuco, orquídeas, hortiga, matico. La fauna es característica del bosque seco entre las que se destacan aves con más de 130 especies siendo las más comunes: la perdiz, tórtolas, pájaro bobo, tijeretas, carpintero, chilalo, cacique, chiroca, en cuanto a mamíferos existen: venados, tigrillos, ardillas, sajinos, zorros, armadillos, guatusas y en reptiles encontramos: lagartijas, iguanas, serpientes y lagartos.									
		<b>5. USOS (SIMBOLISMO).</b>  Caminata, observación de flora y fauna, senderismo, interpretación ambiental e investigación científica				<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>					
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>				ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>					
						<b>6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> NOMBRE: Bosque Petrificado de Puyango FECHA DE DECLARACIÓN: 1988-03-21 CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio del Ecuador: (X)					
<b>APOYO</b>	<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>										
					ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS</b>						
<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>											
<b>APOYO</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VÍAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>		<b>D</b>	<b>S</b>	<b>M</b>	<b>E</b>	

Terrestre	Asfaltado	X			Bus	X				Días al año 365 días	
	Lastrado	X			Automóvil	X					
	Empedrado				4 x 4	X					
	Sendero		X		Tren						
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes Culturales: Naturales: 30 días	
					Bote						
	Fluvial				Canoa						
					Otros						
Aéreo					Avión					Horas al día Culturales: Naturales: 8 horas	
					Avioneta						
					Helicóptero						
Siglas: <b>B:</b> bueno; <b>R:</b> regular; <b>M:</b> malo; <b>D:</b> diaria; <b>S:</b> semanal; <b>M:</b> mensual; y, <b>E:</b> eventual. <b>OBSERVACIONES:</b> Se puede acceder en automóvil o bus desde la ciudad de Alamor por la vía que conduce a la costa en un recorrido aproximadamente de 30 minutos hasta la altura del sitio denominado Puyango Nuevo y desde este lugar caminar cerca de 10 minutos hasta el ingreso del bosque											
<b>9. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
SERVICIOS	<b>C A T E G O R Í A S</b>										O T R O S
	<b>LUJO</b>		<b>PRIMERA</b>		<b>SEGUNDA</b>		<b>TERCERA</b>		<b>CUARTA</b>		
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AGENCIAS DE VIAJES:	<input type="checkbox"/>		ALMACENES DE ARTESANIAS:								<input type="checkbox"/>
CORREOS:	<input type="checkbox"/>		TELÉFONOS. FAX.:								<input type="checkbox"/>
<b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>											
<b>10.1. AGUA</b>											
POTABLE:	<input type="checkbox"/>	TRATADA:	<input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA:	<input type="checkbox"/>	DE POZO:	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>	OTROS: .....	<input type="checkbox"/>
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>											
SISTEMA INTERCONECTADO:	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR:	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>	OTROS: .....	<input type="checkbox"/>				
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>											
RED PÚBLICA:	<input type="checkbox"/>	POZO CIEGO:	<input type="checkbox"/>	POZO SÉPTICO:	<input checked="" type="checkbox"/>	NO EXISTE:	<input type="checkbox"/>	OTROS: .....	<input type="checkbox"/>		
<b>10.4. PRECIO</b>											
SI:	<input checked="" type="checkbox"/>	NO:	<input type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE:	<input type="checkbox"/>	OTROS: .....	<input type="checkbox"/>				
Observaciones:											
<b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA:</b>					
Quebrada Cochurco						15 km					
Cascada la Chorrera						2 km					
<b>SIGNIFICADO</b>	<b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
	LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>									
	PROVINCIAL:	<input checked="" type="checkbox"/>									
	NACIONAL:	<input checked="" type="checkbox"/>									
	INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>									
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos											
..... Firma : SUPERVISOR EVALUADOR											

**DATOS GENERALES**

**Nombre del Atractivo:** Bosque Petrificado de Puyango

**Jerarquía:** II

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	7
	b) Valor Extrínseco	7
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o organización	7
	<b>Subtotal</b>	<b>26</b>
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
	<b>Subtotal</b>	<b>14</b>
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	3
	c) Nacional	1
	d) Internacional	0
	<b>Subtotal</b>	<b>7</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>47</b>



**FOTOGRAFÍAS:** Bosque Petrificado de Puyango



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>											
1.1. ENCUESTADOR: Karla Patricia Granda Granda.			1.2. FICHA N°: 005								
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio			1.4. FECHA: 25- 06- 2016								
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Finca "Balzal"											
1.6. PROPIETARIO: Familia Granda Córdova											
1.7. CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales			1.8. TIPO: Realizaciones técnicas y científicas								
1.9. SUBTIPO: Explotaciones agropecuarias											
<b>2. UBICACIÓN</b>											
2.1. PROVINCIA: Loja		2.2. CANTÓN: Puyango		2.3. LOCALIDAD: Ciano							
2.4. SECTOR: Guajalanche		2.5. NÚMERO:									
2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:											
LATITUD: 3°56'39,88" S			LONGITUD: 80°00'80" O								
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>											
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Alamor			DISTANCIA: 20 km								
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Las Lajas			DISTANCIA: 30 km								
<b>CALIDAD</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>										
	4.1. ALTURA: 1200 m.s.n.m. 4.2. TEMPERATURA: 20°C-24°C. 4.3. PRECIPITACIÓN: 1250 a 1500 mm										
	La finca "Balzal", es una finca familiar cuenta con 15 hectáreas, en donde diez de ellas están desatinadas para la agricultura orgánica. Este espacio ha pertenecido a la familia Granda Córdova desde hace 30 años, tiempo que le ha servido para adquirir la suficiente experiencia en el cultivo, producción y comercialización de café de altura. Dentro de los predios de la finca se encuentra una molinenda, la misma que es utilizada para la transformación de la caña de azúcar en panela, en la finca también se dedican a la crianza de abejas si aguijón (meliponicultura), esto junto con la elaboración de panela se realiza únicamente para el consumo interno. La finca además posee un bosque primario de cuatro hectáreas en el que se puede encontrar flora y fauna característica de la zona Para dirigirse a este lugar desde la ciudad de Alamor se puede tomar el eje vial 25 llamado "Troncal de la Costa", hasta llegar al sitio denominado Nubes, desde donde se continúa por una vía de tercer orden que tiene aproximadamente 2 km la misma que conduce hasta la finca "Balzal".										
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO).</b>			<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>							
	Caminata, Observación de flora y fauna, recolección de frutos, observación del procesamiento de caña de azúcar, degustación de guarapo y miel de abeja y fotografía			ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>							
<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>			<b>6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>							
				NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio del Ecuador:							
<b>APOYO</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>										
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VÍAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>			
			<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>		<b>D</b>	<b>S</b>	<b>M</b>	<b>E</b>	
Terrestre	Asfaltado					Bus					Días al año 365 días
	Lastrado	X				Automóvil		X			

	Empedrado				4 x 4		X					
	Sendero		X		Tren							
Acuático	Marítimo				Barco						Días al mes Culturales: 30 días Naturales:	
					Bote							
	Fluvial				Canoa							
					Otros							
Aéreo					Avión						Horas al día Culturales: Naturales: 9horas	
					Avioneta							
					Helicóptero							
<p>Siglas: <b>B:</b> bueno; <b>R:</b> regular; <b>M:</b> malo; <b>D:</b> diaria; <b>S:</b> semanal; <b>M:</b> mensual; y, <b>E:</b> eventual.  <b>OBSERVACIONES:</b> Se puede acceder en automóvil o bus desde la ciudad de Alamor por la vía que conduce a la costa en un recorrido aproximadamente de 25 minutos hasta la altura del sitio denominado Nubes, y desde este lugar ingresar por una carretera que tiene una distancia de 2 km y precisamente termina en la finca</p>												
<b>9. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>												
SERVICIOS	C A T E G O R Í A S										O T R O S	
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA			
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas		
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
AGENCIAS DE VIAJES:	<input type="checkbox"/>		ALMACENES DE ARTESANIAS:		<input type="checkbox"/>		CORREOS:		<input type="checkbox"/>		TELÉFONOS. FAX.:	<input type="checkbox"/>
<b>OBSERVACIONES:</b>												
<b>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>												
<b>10.1. AGUA</b>												
POTABLE: <input type="checkbox"/> TRATADA: <input checked="" type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>												
SISTEMA INTERCONECTADO: <input type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>												
RED PÚBLICA: <input type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>10.4. PRECIO</b>												
SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>												
<b>Observaciones:</b>												
<b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
<b>NOMBRE</b>						<b>DISTANCIA:</b>						
Quebrada Cochurco						7 km						
Cascada la Chorrera						2 km						
SIGNIFICACIÓN	<b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>											
	LOCAL:		<input checked="" type="checkbox"/>									
	PROVINCIAL:		<input type="checkbox"/>									
	NACIONAL:		<input type="checkbox"/>									
	INTERNACIONAL:		<input type="checkbox"/>									
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos												
..... Firma : SUPERVISOR EVALUADOR												

**DATOS GENERALES**

Nombre del Atractivo: Finca "Balzal"

Jerarquía: I

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	5
	b) Valor Extrínseco	4
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o organización	6
	<b>Subtotal</b>	<b>17</b>
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	1
	<b>Subtotal</b>	<b>6</b>
SIGNIFICADO	a) Local	1
	d) Provincial	0
	e) Nacional	0
	f) Internacional	0
	<b>Subtotal</b>	<b>1</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>24</b>

**FOTOGRAFÍAS:** Finca "Balzal"



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



<b>1. DATOS GENERALES.</b>											
1.1. ENCUESTADOR: Karla Patricia Granda Granda.					1.2. FICHA N°: 006						
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio					1.4. FECHA: 25- 06- 2016						
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cultivo de café orgánico											
1.6. PROPIETARIO: Familia Granda Córdova											
1.7. CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales					1.8. TIPO: Realizaciones técnicas y científicas						
1.9. SUBTIPO: Explotaciones agropecuarias											
<b>2. UBICACIÓN</b>											
2.1. PROVINCIA: Loja			2.2. CANTÓN: Puyango			2.3. LOCALIDAD: Ciano					
2.4. SECTOR: Guajalanche			2.5. NÚMERO:								
2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:											
LATITUD: 3°56'39,88" S					LONGITUD: 80°00'80" O						
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>											
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Alamor					DISTANCIA: 20 km						
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Las Lajas					DISTANCIA: 30 km						
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>											
4.1. ALTURA: 1200 m.s.n.m.    4.2. TEMPERATURA: 20°C-24°C.    4.3. PRECIPITACIÓN: 1250 a 1500 mm											
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	<p>La finca "Balzal" por ubicarse en una zona altitudinal media de 1200 msnm posee una precipitación anual de 1250 a 1500 mm y goza de un clima templado con una temperatura que va desde los 20°a 24°C, todos estos factores climáticos hacen de éste un lugar propicio para la producción de café. De las 15 ha que la finca posee diez de ellas están cubiertas en su mayoría por 18.000 plantas de café salchimor; también se cultivan especies de ciclo corto y árboles frutales pues además de ser un sustentó para la familia también sirven de sombra para las plantaciones de café. Anualmente todas las plantaciones en conjunto producen alrededor de 30 quintales de café, los mismos que después de un proceso que va desde la cosecha (recolección del café maduro de las plantaciones), boyado, despulpado, clasificación del café despulpado, fermentación natural, lavado, secado y selección del café, son vendidos al mercado nacional e internacional, es muy importante mencionar que todos estos procesos son realizados con herramientas apropiadas para obtener un café en óptimas condiciones y con el suficiente cuidado puesto que un descuido en cualquier etapa puede causar la pérdida de la calidad del producto</p>									
		<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO).</b>  Observación del procesamiento del café, observación de flora y fauna				<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>  ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>				
<b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>				<b>6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio del Ecuador:							
				<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>  ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>							
<b>APOYO</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>										
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VÍAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>		<b>D</b>	<b>S</b>	<b>M</b>	<b>E</b>	

Terrestre	Asfaltado				Bus					Días al año 365 días	
	Lastrado	X			Automóvil		X				
	Empedrado				4 x 4		X				
	Sendero		X		Tren						
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes Culturales: 30 días Naturales:	
					Bote						
	Fluvial				Canoa						
					Otros						
Aéreo					Avión					Horas al día Culturales: 9 horas Naturales:	
					Avioneta						
					Helicóptero						
<p>Siglas: <b>B</b>: bueno; <b>R</b>: regular; <b>M</b>: malo; <b>D</b>: diaria; <b>S</b>: semanal; <b>M</b>: mensual; y, <b>E</b>: eventual.  <b>OBSERVACIONES:</b> Se puede acceder en automóvil o bus desde la ciudad de Alamor por la vía que conduce a la costa en un recorrido aproximadamente de 25 minutos hasta la altura del sitio denominado Nubes, y desde este lugar ingresar por una carretera que tiene una distancia de 2 km y precisamente termina en la finca</p>											
<b>9. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
SERVICIOS	C A T E G O R Í A S										O T R O S
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AGENCIAS DE VIAJES: <input type="checkbox"/> ALMACENES DE ARTESANÍAS: <input type="checkbox"/> CORREOS: <input type="checkbox"/> TELÉFONOS. FAX.: <input type="checkbox"/> <b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>											
<b>10.1. AGUA</b>											
POTABLE: <input type="checkbox"/> TRATADA: <input checked="" type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>											
SISTEMA INTERCONECTADO: <input type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>											
RED PÚBLICA: <input type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.4. PRECIO</b>											
SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>Observaciones:</b>											
<b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
<b>NOMBRE</b> Quebrada Cochurco Cascada la Chorrera											
<b>DISTANCIA:</b> 7 km 2 km											
SIGNIFICANCIA	<b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
	LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>									
	PROVINCIAL:	<input type="checkbox"/>									
	NACIONAL:	<input type="checkbox"/>									
	INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>									
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos											
..... <b>Firma : SUPERVISOR EVALUADOR</b>											

**DATOS GENERALES**

Nombre del Atractivo: Cultivo de café orgánico

Jerarquía: I

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	4
	b) Valor Extrínseco	4
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o organización	5
	<b>Subtotal</b>	<b>15</b>
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
	<b>Subtotal</b>	<b>6</b>
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
	<b>Subtotal</b>	<b>1</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>22</b>



**FOTOGRAFÍAS:** Cultivo de café orgánico



Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**  
 Ficha para Inventario de Atractivos Turísticos



**1. DATOS GENERALES.**  
 1.1. ENCUESTADOR: Karla Patricia Granda Granda. 1.2. FICHA N°: 007  
 1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio 1.4. FECHA: 25- 06- 2016  
 1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Trapiche  
 1.6. PROPIETARIO: Familia Granda Córdova  
 1.7. CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales 1.8. TIPO: Realizaciones técnicas y científicas  
 1.9. SUBTIPO: Explotaciones agropecuarias

**2. UBICACIÓN**  
 2.1. PROVINCIA: Loja 2.2. CANTÓN: Puyango 2.3. LOCALIDAD: Ciano  
 2.4. SECTOR: Guajalanche 2.5. NÚMERO:  
 2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:  
 LATITUD: 3°56'39,88" S LONGITUD: 80°00'80" O

**3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**  
 3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Alamor DISTANCIA: 20 km  
 3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Las Lajas DISTANCIA: 30 km

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**  
 4.1. ALTURA: 1200 m.s.n.m. 4.2. TEMPERATURA: 20°C-24°C. 4.3. PRECIPITACIÓN: 1250 a 1500 mm

**VALOR INTRÍNSECO**  
 Se encuentra a pocos metros de la vivienda de la finca, tiene alrededor de 30 años, posee cerca de media hectárea dividida entre las instalaciones del trapiche o molienda y el cañaveral cultivado orgánicamente. Dentro de estas instalaciones construidas con materiales del lugar se encuentra el ramal lugar donde se recepta y almacena la materia prima para la panela (caña de azúcar) y se ubica la máquina para extraer el jugo de caña; además cuenta con un área de evaporación y concentración de jugos donde se maneja el jugo de caña desde la limpieza hasta el punteó, también posee un área de batido y moldeo, lugar en donde se realiza las etapas de batido, vertimiento de miel en los moldes y enfriamiento donde se obtiene el producto final listo para ser consumido.

**VALOR EXTRÍNSECO**  
**5. USOS (SIMBOLISMO).**  
 Degustación de guarapo, observación del procesamiento de caña de azúcar y fotografía

**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**  
 ALTERADO  NO ALTERADO   
 CONSERVADO  DETERIORADO   
 EN PROCESO DE DETERIORO:   
**CAUSAS:**

**ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)**

**6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)**  
 NOMBRE:  
 FECHA DE DECLARACIÓN:  
 CATEGORÍA:  
 Patrimonio de la Humanidad:  
 Patrimonio del Ecuador:

**7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO**  
 ALTERADO  NO ALTERADO   
 CONSERVADO  DETERIORADO   
 EN PROCESO DE DETERIORO:   
**CAUSAS:**

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
			B	R	M		D	S	M	E	
			Terrestre	Asfaltado					Bus		
Lastrado	X				Automóvil		X				
Empedrado					4 x 4		X				
Sendero		X			Tren						

Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes Culturales: 30 días Naturales:
					Bote					
	Fluvial				Canoa					
					Otros					
Aéreo					Avión					Horas al día Culturales: 6 horas Naturales:
					Avioneta					
					Helicóptero					

Siglas: **B**: bueno; **R**: regular; **M**: malo; **D**: diaria; **S**: semanal; **M**: mensual; y, **E**: eventual.

**OBSERVACIONES:** Se puede acceder en automóvil o bus desde la ciudad de Alamor por la vía que conduce a la costa en un recorrido aproximadamente de 25 minutos hasta la altura del sitio denominado Nubes, y desde este lugar ingresar por una carretera que tiene una distancia de 2 km y precisamente termina en la finca

### 9. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	C A T E G O R Í A S										O T R O S
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

AGENCIAS DE VIAJES:

CORREOS:

**OBSERVACIONES:**

ALMACENES DE ARTESANIAS:

TELÉFONOS. FAX.:

### 10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

#### 10.1. AGUA

POTABLE:  TRATADA:  ENTUBADA:  DE POZO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

#### 10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:

SISTEMA INTERCONECTADO:  GENERADOR:  NO EXISTE:  OTROS: .....

#### 10.3. ALCANTARILLADO:

RED PÚBLICA:  POZO CIEGO:  POZO SÉPTICO:  NO EXISTE:  OTROS: .....

#### 10.4. PRECIO

SI:  NO:  ENTRADA LIBRE:  OTROS: .....

**Observaciones:**

### 11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

**NOMBRE**

Quebrada Cochurco  
Cascada la Chorrera

**DISTANCIA:**

7 km  
2 km

SIGNIFICADO	<b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>	
	LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>
	PROVINCIAL:	<input type="checkbox"/>
	NACIONAL:	<input type="checkbox"/>
	INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>

Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos

.....  
Firma : SUPERVISOR EVALUADOR

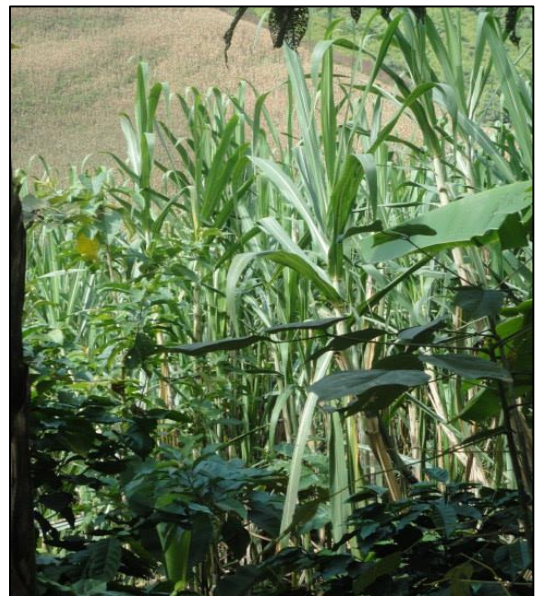
**DATOS GENERALES**

Nombre del Atractivo: Trapiche

Jerarquía: I

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	4
	b) Valor Extrínseco	3
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o organización	4
	<b>Subtotal</b>	<b>13</b>
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
	<b>Subtotal</b>	<b>6</b>
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
	<b>Subtotal</b>	<b>1</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>20</b>

**FOTOGRAFÍAS:** Trapiche



Fuente: Trabajo de campo  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda



<b>1. DATOS GENERALES.</b>											
1.1. ENCUESTADOR: Karla Patricia Granda Granda.					1.2. FICHA N°: 008						
1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio					1.4. FECHA: 25- 06- 2016						
1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Meliponario de Abejas											
1.6. PROPIETARIO: Familia Granda Córdova											
1.7. CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales					1.8. TIPO: Realizaciones técnicas y científicas			1.9.			
SUBTIPO: Explotaciones agropecuarias											
<b>2. UBICACIÓN</b>											
2.1. PROVINCIA: Loja			2.2. CANTÓN: Puyango			2.3. LOCALIDAD: Ciano					
2.4. SECTOR: Guajalanche			2.5. NÚMERO:								
2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:					LONGITUD: 80°00'80" O						
LATITUD: 3°56'39,88" S											
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>											
3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Alamor					DISTANCIA: 20 km						
3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Las Lajas					DISTANCIA: 30 km						
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>											
4.1. ALTURA: 1200 m.s.n.m.    4.2. TEMPERATURA: 20°C-24°C.    4.3. PRECIPITACIÓN: 1250 a 1500 mm											
<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	En la finca "Balzal" sus propietarios aparte de realizar labores agrícolas y pecuarias también se dedican a la crianza de abejas sin aguijón, en pequeña escala, es decir no es una actividad de la que dependen económicamente, esto lo hacen únicamente para el consumo interno de la familia, a esta actividad se la ha incorporado en este sitio principalmente para aprovechar el principal recurso de las abejas sin aguijón como lo es la flora y vegetación existentes en la zona tanto del bosque nativo como de las plantaciones de la finca. El meliponario cuenta con alrededor de 30 cajas de abejas de las especies Meliponas indecisas (cananambo) y Scaptotrigona postica popularmente conocida como catana; el producto que se obtiene de éstas se lo hace de manera tradicional y es considerado como la mejor miel de abejas nativas del sur occidente de la provincia de Loja, debido no solo a su exquisito sabor sino también a sus propiedades medicinales que posee la miel, cera y el polen o propóleo producidos por estas especies.										
	<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO).</b>				<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>					
Observación de extracción de miel de abeja				ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>							
<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</b>				<b>6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>						
					NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio del Ecuador:						
<b>VALOR EXTRÍNSECO</b>	<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>										
	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> <b>CAUSAS:</b>										
<b>APOYO</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>										
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VÍAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>		<b>D</b>	<b>S</b>	<b>M</b>	<b>E</b>	

Terrestre	Asfaltado				Bus					Días al año 30 días	
	Lastrado	X			Automóvil		X				
	Empedrado				4 x 4		X				
	Sendero		X		Tren						
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes Culturales: 30 días Naturales:	
					Bote						
	Fluvial				Canoa						
					Otros						
Aéreo					Avión					Horas al día Culturales: 2 horas Naturales:	
					Avioneta						
					Helicóptero						
<p>Siglas: <b>B</b>: bueno; <b>R</b>: regular; <b>M</b>: malo; <b>D</b>: diaria; <b>S</b>: semanal; <b>M</b>: mensual; y, <b>E</b>: eventual.  <b>OBSERVACIONES:</b> Se puede acceder en automóvil o bus desde la ciudad de Alamor por la vía que conduce a la costa en un recorrido aproximadamente de 25 minutos hasta la altura del sitio denominado Nubes, y desde este lugar ingresar por una carretera que tiene una distancia de 2 km y precisamente termina en la finca</p>											
<b>9. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
SERVICIOS	C A T E G O R Í A S										O T R O S
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
AGENCIAS DE VIAJES: <input type="checkbox"/> ALMACENES DE ARTESANIAS: <input type="checkbox"/> CORREOS: <input type="checkbox"/> TELÉFONOS. FAX.: <input type="checkbox"/> <b>OBSERVACIONES:</b>											
<b>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>											
<b>10.1. AGUA</b>											
POTABLE: <input type="checkbox"/> TRATADA: <input checked="" type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>											
SISTEMA INTERCONECTADO: <input type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>											
RED PÚBLICA: <input type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.4. PRECIO</b>											
SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input checked="" type="checkbox"/>											
<b>Observaciones:</b>											
<b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
<b>NOMBRE</b> <b>DISTANCIA:</b> Quebrada Cochurco      7 km Cascada la Chorrera      2 km											
SIGNIFICA	<b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
	LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>									
	PROVINCIAL:	<input type="checkbox"/>									
	NACIONAL:	<input type="checkbox"/>									
	INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>									
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos   <p style="text-align: right;">..... Firma : SUPERVISOR EVALUADOR</p>											

**DATOS GENERALES**

**Nombre del Atractivo:** Meliponario de abejas

**Jerarquía:** I

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	3
	b) Valor Extrínseco	4
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o organización	4
	<b>Subtotal</b>	<b>13</b>
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
	<b>Subtotal</b>	<b>6</b>
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
	<b>Subtotal</b>	<b>1</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>20</b>



**FOTOGRAFÍAS:** Meliponario de abejas



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**1. DATOS GENERALES.**  
 1.1. ENCUESTADOR: Karla Patricia Granda Granda. 1.2. FICHA N°: 009  
 1.3. SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Patricio Villavicencio 1.4. FECHA: 25- 06- 2016  
 1.5. NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bosque  
 1.6. PROPIETARIO: Familia Granda Córdova  
 1.7. CATEGORÍA: Sitios Naturales 1.8. TIPO: Bosques 1.9. SUBTIPO: Bosque húmedo pre montano

**2. UBICACIÓN**  
 2.1. PROVINCIA: Loja 2.2. CANTÓN: Puyango 2.3. LOCALIDAD: Ciano  
 2.4. SECTOR: Guajalanche 2.5. NÚMERO:  
 2.6. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:  
 LATITUD: 3°56'39,88" S LONGITUD: 80°00'80" O

**3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO**  
 3.1. NOMBRE DEL POBLADO: Alamor DISTANCIA: 20 km  
 3.2. NOMBRE DEL POBLADO: Las Lajas DISTANCIA: 30 km

**4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**  
 4.1. ALTURA: 1200 m.s.n.m. 4.2. TEMPERATURA: 20°C-24°C. 4.3. PRECIPITACIÓN: 1250 a 1500 mm

**VALOR INTRÍNSECO**  
 El bosque posee una extensión de cuatro hectáreas y se encuentra dentro de la zona de vida del Bosque Húmedo Pre Montano, este bosque nativo conserva una variedad de especies de árboles entre las que sobresalen: chaquinos, canelo, higuerón, cedro, roblón, amarillo, balsa, petrino, pechiche, guayacán faique, zambumba, vainillo, etc. Dentro de la fauna más representativa se puede encontrar mamíferos como: perezoso, gato del monte, guanchaca, guatusa, yamala, fraile, , venado, armadillo, zorro, ardilla; en cuanto a aves sobresalen: chiroca, tucán, búho, perico, chilalo, carpintero, gorrión, pasacha, paloma, perdiz, canario, etc.

**VALOR EXTRÍNSECO**  
**5. USOS (SIMBOLISMO).**  
 Caminatas, observación de flora y fauna

**6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO**  
 ALTERADO  NO ALTERADO   
 CONSERVADO  DETERIORADO   
 EN PROCESO DE DETERIORO:   
**CAUSAS:**

**ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)**

**6.1. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)**  
**NOMBRE:**  
**FECHA DE DECLARACIÓN:**  
**CATEGORÍA:**  
 Patrimonio de la Humanidad:  
 Patrimonio del Ecuador:

**7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO**  
 ALTERADO  NO ALTERADO   
 CONSERVADO  DETERIORADO   
 EN PROCESO DE DETERIORO:   
**CAUSAS:**

**8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO**

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
		B	R	M		D	S	M	E	
Terrestre	Asfaltado				Bus					Días al año 365días
	Lastrado	X			Automóvil		X			
	Empedrado				4 x 4		X			
	Sendero		X		Tren					
Acuático	Marítimo				Barco					Días al mes
					Bote					
	Fluvial				Canoa					

					Otros						Culturales: Naturales: 20 días
Aéreo					Avión						Horas al día Culturales: Naturales: 8 horas
					Avioneta						
					Helicóptero						
<p>Siglas: <b>B</b>: bueno; <b>R</b>: regular; <b>M</b>: malo; <b>D</b>: diaria; <b>S</b>: semanal; <b>M</b>: mensual; y, <b>E</b>: eventual.  <b>OBSERVACIONES:</b> Se puede acceder en automóvil o bus desde la ciudad de Alamor por la vía que conduce a la costa en un recorrido aproximadamente de 25 minutos hasta la altura del sitio denominado Nubes, y desde este lugar ingresar por una carretera que tiene una distancia de 2 km y precisamente termina en la finca</p>											
<b>9. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>											
SERVICIOS	C A T E G O R Í A S										O T R O S
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		
	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	No Estable	Plazas	
ALOJAMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ALIMENTACIÓN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ESPARCIMIENTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
<p>AGENCIAS DE VIAJES: <input type="checkbox"/> ALMACENES DE ARTESANÍAS: <input type="checkbox"/>  CORREOS: <input type="checkbox"/> TELÉFONOS. FAX.: <input type="checkbox"/>  <b>OBSERVACIONES:</b></p>											
<b>10. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>											
<b>10.1. AGUA</b>											
POTABLE: <input type="checkbox"/> TRATADA: <input checked="" type="checkbox"/> ENTUBADA: <input type="checkbox"/> DE POZO: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.2. ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>											
SISTEMA INTERCONECTADO: <input type="checkbox"/> GENERADOR: <input type="checkbox"/> NO EXISTE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.3. ALCANTARILLADO:</b>											
RED PÚBLICA: <input type="checkbox"/> POZO CIEGO: <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO: <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE: <input type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>10.4. PRECIO</b>											
SI: <input type="checkbox"/> NO: <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE: <input checked="" type="checkbox"/> OTROS: ..... <input type="checkbox"/>											
<b>Observaciones:</b>											
<b>11. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
<b>NOMBRE</b> Quebrada Cochurco Cascada la Chorrera											
<b>DISTANCIA:</b> 7 km 2 km											
SIGNIFICADO	<b>12. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>										
	LOCAL:	<input checked="" type="checkbox"/>									
	PROVINCIAL:	<input type="checkbox"/>									
	NACIONAL:	<input type="checkbox"/>									
	INTERNACIONAL:	<input type="checkbox"/>									
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos											
..... Firma : SUPERVISOR EVALUADOR											

**DATOS GENERALES**

Nombre del Atractivo: Bosque

Jerarquía: I

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor Intrínseco	4
	b) Valor Extrínseco	5
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o organización	4
	<b>Subtotal</b>	<b>16</b>
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
	<b>Subtotal</b>	<b>6</b>
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
	<b>Subtotal</b>	<b>1</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>23</b>

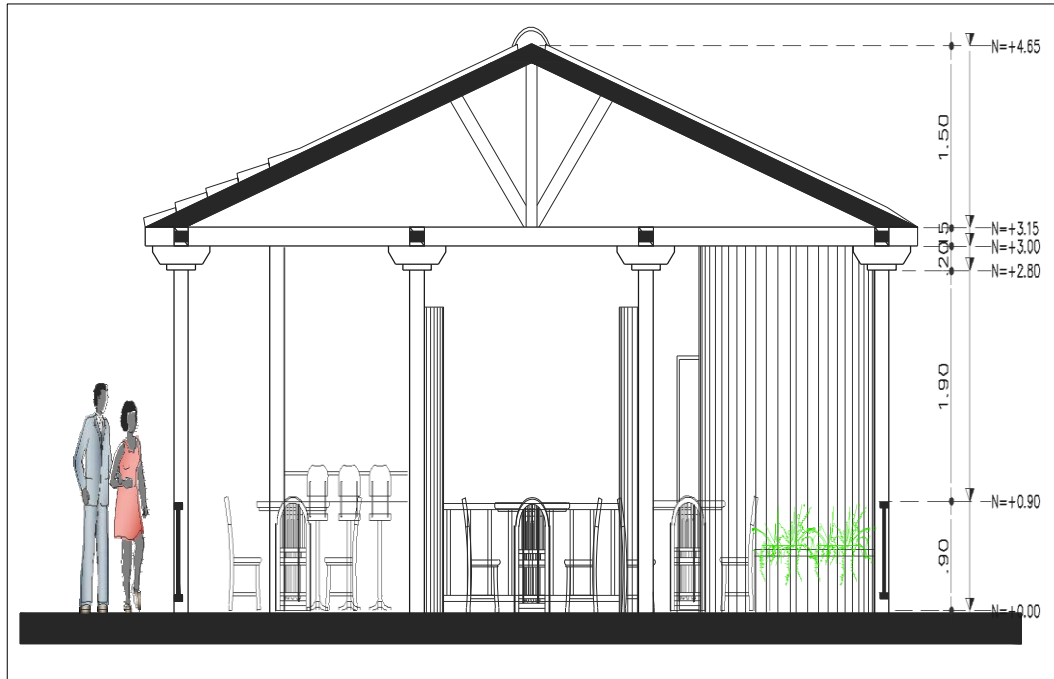
**FOTOGRAFÍAS:** Bosque



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

### Anexo N° 7: Corte arquitectónico



Fuente: Arq. Edin Cumbicus  
 Elaboración: Arq. Edin Cumbicus

### Anexo N°8: Presupuesto de construcción

<b>Presupuesto</b>					
<b>Proyecto:</b> Restaurante para la Finca Balzal					
<b>Presupuesto:</b> General					
<b>Ubicación:</b> Parroquia Ciano, Cantón Puyango, Provincia de Loja					
<b>Cálculo:</b> Arq. Edin Cumbicus			<b>Fecha de elaboración:</b> 22 de agosto del 2016		
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Sub Total
1	Área de Cocina	M2	19,00	\$ 272,00	5.168,00
2	Área de Comedor	M2	5,00	\$ 272,00	1.360,00
3	Batería Sanitaria	M2	36,00	\$ 272,00	9.792,00
<b>TOTAL:</b>					16.320,00
<b>SON: DIECISEIS MIL TRESCIENTOS VEINTE DÓLARES</b>					

Fuente: Arq. Edin Cumbicus  
 Elaboración: Arq. Edin Cumbicus

### Anexo N° 9: Recetas estándar

<b>Caldo de gallina criolla</b>				
<b>Pax: 1</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Gallina criolla	gr	155	0,0045	0,70
Cebolla paiteña	gr	5	0,001	0,01
Arveja tierna	gr	20	0,003	0,06
Papa	gr	35	0,0018	0,06
Zanahoria	gr	15	0,001	0,02
Culantro	gr	5	0,001	0,005
Ajo	gr	6	0,01	0,06
Refrito	gr	1	0,001	0,001
Sal	gr	4	0,001	0,004
Cebolla blanca	gr	3	0,03	0,09
Pimiento	gr	4	0,01	0,04
<b>Costo total de preparación</b>				<b>1,04</b>
<b>Costo total de preparación 10 personas</b>				<b>10,41</b>

Fuente: Mercado Municipal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

<b>Arveja con guineo</b>				
<b>Pax: 1</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Guineo verde	Unidad	1	0,1	0,1
Arveja seca	gr	85	0,002	0,17
Quesillo	gr	40	0,004	0,16
Culantro	gr	18	0,001	0,02
Sal	gr	3	0,001	0,003
Refrito	gr	3	0,001	0,003
Cebolla paiteña	gr	2	0,001	0,002
Ajo	gr	4	0,01	0,040
<b>Costo total de preparación</b>				<b>0,50</b>
<b>Costo total de preparación 10 personas</b>				<b>4,96</b>

Fuente: Mercado Municipal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

<b>Repe blanco</b>				
<b>Pax: 1</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Guineo verde	Unidad	1	0,1	0,1
Leche	MI	45	0,002	0,09
Quesillo	Gr	55	0,004	0,22
Culantro	Gr	10	0,001	0,01
Sal	Gr	4	0,001	0,004
Cebolla blanca	Gr	3	0,03	0,09
Ajo	Gr	4	0,01	0,04
			0,004	0,00
<b>Costo total de preparación</b>				<b>0,55</b>
<b>Costo total de preparación 10 personas</b>				<b>5,54</b>

Fuente: Mercado Municipal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

<b>Longaniza</b>				
<b>Pax: 1</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Carne de cerdo	Gr	145	0,003	0,44
Arroz	Gr	75	0,002	0,15
Fréjol	Gr	40	0,01	0,40
Tomate	Gr	6	0,01	0,06
Sal	Gr	8	0,001	0,01
Ajo	Gr	4	0,01	0,04
Limón	Unidad	1	0,05	0,05
Cebolla paiteña	Gr	4	0,001	0,00
Culantro	Gr	2	0,001	0,00
Aceite	MI	5	0,01	0,05
Pimiento	Gr	3	0,01	0,03
Comino	Gr	1	0,02	0,02
<b>Costo total de preparación</b>				<b>1,25</b>
<b>Costo total preparación 10 personas</b>				<b>12,49</b>

Fuente: Mercado Municipal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda



<b>Seco de gallina criolla</b>				
<b>Pax: 1</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Gallina criolla	Gr	155	0,0045	0,70
Arroz	Gr	75	0,002	0,15
Yuca	Gr	22	0,002	0,04
Lechuga	Gr	7	0,002	0,01
Comino	Gr	3	0,01	0,03
Cebolla paiteña	Gr	6	0,001	0,01
Pimiento	Gr	4	0,01	0,04
Ajo	Gr	4	0,01	0,04
Refrito	Gr	3	0,001	0,00
Aceite	MI	5	0,01	0,05
Sal	Gr	10	0,001	0,01
Perejil	Gr	2	0,01	0,02
<b>Costo total de preparación</b>				<b>1,10</b>
<b>Costo total de preparación 10 personas</b>				<b>11,05</b>

Fuente: Mercado Municipal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

<b>Chanfaina</b>				
<b>Pax: 1</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Carne de cerdo	Gr	160	0,003	0,48
Arroz	Gr	75	0,002	0,15
Plátano verde	Unidad	1	0,1	0,10
Perejil	Gr	5	0,01	0,05
Cebolla paiteña	Gr	4	0,001	0,00
Orégano	Gr	4	0,01	0,04
Sal	Gr	20	0,001	0,02
Hierba buena	Gr	5	0,01	0,05
Pimiento	Gr	5	0,01	0,05
Ajo	Gr	5	0,001	0,01
Col morada	Gr	7	0,02	0,14
Limón	Unidad	1	0,05	0,05
Aceite	MI	6	0,01	0,06
Achiote	Gr	2	0,002	0,004
<b>Costo total de preparación</b>				<b>1,20</b>
<b>Costo total de preparación 10 personas</b>				<b>12,03</b>

Fuente: Mercado Municipal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

<b>Fritada</b>				
<b>Pax: 1</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Carne de cerdo	Gr	185	0,003	0,56
Mote	Gr	50	0,001	0,05
Yuca	Gr	35	0,002	0,07
Plátano maduro	Gr	2	0,1	0,20
Cebolla	Gr	8	0,001	0,01
Ajo	Gr	3	0,01	0,03
Limón	Unidad	1	0,05	0,05
Pimiento	Gr	5	0,01	0,05
Pepino	Gr	15	0,01	0,15
Aceite	MI	60	0,001	0,06
Sal	Gr	30	0,001	0,03
<b>Costo total de preparación</b>				<b>1,25</b>
<b>Costo total de preparación 10 personas</b>				<b>12,53</b>

Fuente: Mercado Municipal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

<b>Tamal</b>				
<b>Pax: 1</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Maíz amarillo	Gr	100	0,001	0,10
Manteca de cerdo	Gr	15	0,001	0,02
Carne de cerdo	Gr	60	0,003	0,18
Cebolla	Gr	10	0,001	0,01
Pimiento	Gr	6	0,01	0,06
Arveja tierna	Gr	4	0,003	0,01
Zanahoria	MI	4	0,001	0,00
Hojas de achira	unidad	1	0,1	0,10
Ajo	Gr	2	0,001	0,002
Manteca de color	Gr	5	0,001	0,005
Sal	Gr	12	0,001	0,01
Perejil	Gr	1	0,003	0,00
<b>Costo total de preparación</b>				<b>0,50</b>
<b>Costo total de preparación 10 personas</b>				<b>5,03</b>

Fuente: Mercado Municipal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Humitas				
<b>Pax: 1</b>				
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Choclo tierno	Gr	65	0,001	0,07
Huevos	Unidad	1	0,25	0,25
Manteca de cerdo	Gr	5	0,001	0,005
Mantequilla	Gr	5	0,006	0,03
Azúcar	Gr	3	0,001	0,003
Sal	Gr	1	0,001	0,001
Cebolla	Gr	2	0,001	0,002
Quesillo	Gr	6	0,004	0,02
<b>Costo total de preparación</b>				<b>0,38</b>
<b>Costo total de preparación 10 personas</b>				<b>3,80</b>

Fuente: Mercado Municipal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Sango				
<b>Pax: 1</b>				
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Harina de maíz	Gr	140	0,0023	0,32
Huevo	Unidad	1	0,25	0,25
Quesillo	Gr	30	0,004	0,12
Cebolla paiteña	Gr	5	0,001	0,01
Ajo	Gr	3	0,01	0,03
Yuca	Gr	30	0,002	0,06
Sal	Gr	8	0,001	0,01
Manteca de cerdo	Gr	2	0,001	0,002
<b>Costo total de preparación</b>				<b>0,80</b>
<b>Costo total de preparación 10 personas</b>				<b>7,97</b>

Fuente: Mercado Municipal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

Café				
<b>Pax: 1</b>				
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Café	Gr	22	0,006	0,13
Azúcar	Gr	10	0,001	0,01
<b>Costo total de preparación</b>				<b>0,14</b>
<b>Costo total de preparación 10 personas</b>				<b>1,42</b>

Fuente: Mercado Municipal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

<b>Jugo de naranja</b>				
<b>Pax: 1</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Zumo de naranja	Unidad	2	0,05	0,10
Azúcar	Gr	12	0,001	0,01
<b>Costo total de preparación</b>				<b>0,11</b>
<b>Costo total de preparación 10 personas</b>				<b>1,34</b>

Fuente: Mercado Municipal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

<b>Jugo de mora</b>				
<b>Pax: 1</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Mora	Gr	22	0,005	0,11
Azúcar	Gr	11	0,001	0,01
<b>Costo total de preparación</b>				<b>0,12</b>
<b>Costo total de preparación 10 personas</b>				<b>1,45</b>

Fuente: Mercado Municipal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

<b>Horchata</b>				
<b>Pax: 1</b>				
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Hierbas de horchata	Gr	23	0,005	0,12
Azúcar	Gr	11	0,001	0,01
<b>Costo total de preparación</b>				<b>0,13</b>
<b>Costo total de preparación 10 personas</b>				<b>1,26</b>

Fuente: Mercado Municipal

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### Anexo N° 10: Determinación de materia prima y materiales indirectos

Descripción	Costo materia prima y materiales indirectos	Valor mensual	Valor Anual
<b>Desayunos</b>			
Humitas	3,80	65,87	790,40
Tamales	5,03	87,19	1.046,24
Sango	7,97	138,15	1.657,76
<b>Sopas</b>			
Caldo de gallina	10,41	180,35	2.164,24
Arveja con guineo	4,96	85,97	1.031,68
Repe blanco	5,54	96,03	1.152,32
<b>Platos fuertes</b>			
Longaniza	12,49	216,49	2.597,92
Seco de gallina	11,05	191,45	2.297,36
Fritada	12,53	217,19	2.606,24
Chanfaina	12,03	208,52	2.502,24
<b>Bebidas</b>			
Café	1,42	24,61	295,36
Jugo de naranja	1,34	23,30	279,55
Jugo de mora	1,45	25,17	302,02
Horchata	1,26	21,84	262,08
<b>Total</b>		<b>1.582,12</b>	<b>18.985,41</b>

Fuente: Recetas Estándar

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### Anexo N° 11: Invitación a socialización



**La Carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja en coparticipación con la Mancomunidad de Gobiernos Parroquiales Rurales "Las Meliponas"**



Se complacen en invitar a usted a la socialización del proyecto denominado: *"Plan de negocios para productos turísticos en la finca "Balzal" de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja"*

**Fecha :** 18 de Noviembre del 2016

**Lugar :** Instalaciones de la Mancomunidad "Las Meliponas"

**Hora :** 09h00 am

Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

## Anexo N° 12: Oficio previo a la socialización



Universidad Nacional de Loja  
Área Jurídica, Social Administrativa  
Carrera de Administración Turística

Loja, 14 de noviembre del 2016

Sr. Ingeniero.  
Johnson Erroll Granda Dávila  
**GERENTE DE LA MANCOMUNIDAD DE GOBIERNOS PARROQUIALES  
RURALES "LAS MELIPONAS"**  
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Por medio de la presente reciba un cordial saludo y a la vez los mejores deseos de su función es al frente de tan prestigiosa institución.

Yo Karla Patricia Granda Granda con C.I. N° 1105766602, egresada de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, comunico a usted, que una vez realizada la investigación y propuesta "Plan de negocios para productos turísticos en la finca "Balzal" de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja", cúpleme en invitar a su persona y a los involucrados del proyecto a la socialización de la investigación, con el propósito de cumplir con los objetivos propuestos en la misma.

Con estos antecedentes me permito solicitar a usted muy comedidamente se autorice a quien corresponda se me den las facilidades del caso para cumplir con los resultados obtenidos y así efectivizar los productos de investigación a favor de la comunidad y la institución

Por la favorable acogida a la presente, le anticipo mis más sinceros agradecimientos

Atentamente

Karla Patricia Granda Granda  
C.I. N° 1105766602  
**Estudiante de la UNL**

Anexo N° 13: Hoja de registro de la socialización



Universidad Nacional de Loja  
 Área Jurídica, Social Administrativa  
 Carrera de Administración Turística

REGISTRO DE ASISTENCIA

N°	Nombres y Apellidos	Cargo	N° de Cédula	Firma
	Wilman Sánchez	PRESIDENTE GADP CIANO	0703676619	
	José Cárdenas	Vocalidad El Arsenal	1719746180	
	Milton Goaidra	PRESIDENTE ONDP-ARIMAL	1103796114	
	Ernesto Grande		0705405785	
	Johnson Yrondo Davila	Técnicos Monitoreo de "CAS MELIPONAR"	7702775630	
	Moritzo Ramirez		0705063642	

## Anexo N° 14: Certificado de socialización



MANCOMUNIDAD "LAS MELIPONAS"  
Reg. Ofic. 548  
Reg. Nro. Reg. CNC. MANC-035-2015-CNC

### LA MANCOMUNIDAD DE GOBIERNOS PARROQUIALES RURALES DE ARENAL, CIANO Y VICENTINO DEL CANTÓN PUYANGO "LAS MELIPONAS"

#### CERTIFICA:

Que la señorita KARLA PATRICIA GRANDA GRANDA, portadora de cédula de ciudadanía número 1105766602, egresada de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, **realizó con éxito la socialización del proyecto de tesis titulado: PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA "BALZAL" DE LA PARROQUIA CIANO, CANTÓN PUYANGO, PROVINCIA DE LOJA, en las instalaciones de la Mancomunidad, mediante el diseño de un adecuado asesoramiento y acompañamiento a lo largo de todo el proceso, adicionalmente la estudiante ha demostrado alto grado de responsabilidad y compromiso con la actividad planificada.**

Es todo cuanto certificar en honor a la verdad, autorizo a la interesada hacer uso de la presente como lo estime conveniente.

Alamor, 21 de Noviembre del 2016

Atentamente.



**Ing. Johnson Erroll Granda Dávila**  
C.I. 1102775630  
**GERENTE GENERAL DE LA MANCOMUNIDAD**  
**"LAS MELIPONAS"**



## Anexo N° 15: Respaldo fotográfico

### Figura N° 2: Aplicación de encuestas



Fuente: Observación Directa  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

### Figura N° 3: Aplicación de encuesta cuantitativa



Fuente: Observación Directa  
Elaboración: Karla Patricia Granda Granda

**Figura N° 4: Aplicación de entrevista**



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Figura N° 5: Salida de campo**



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Figura N° 6: Trabajo de campo**



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Figura N° 7: Socialización de la investigación**



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Figura N° 8: Asistentes de la socialización**



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda

**Figura N° 9: Exposición de la socialización**



**Fuente:** Observación Directa  
**Elaboración:** Karla Patricia Granda Granda



## Proforma de equipo de computación

C O M P U C Y T

**PATRICIA ELIZABETH RODRIGUEZ RODRIGUEZ**

**RUC: 1104225808001**

*Dirección: Bolivar 05-99 y Colon, Edif. Arroyo*

*Telf: 2575579*

**VENTA, MANTENIMIENTO Y ACTUALIZACION DE EQUIPOS INFORMATICO Y CELULARES**

**SEÑORES:**  
**RUC:**  
**Dirección:**

**PROFORMA**  
**Fecha:** 26 DE SEPTIEMBRE DEL  
2016  
**Teléfono:**

CANTID	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. VENTA
1	Computadora de escritorio Intel core I3	\$508,77	\$508,77
	PROCESADOR INTEL CORE I3 3.7Ghz		
	MB BIOSTAR H81MLV3		
	DISCO DURO 1000GB 7200 RPM		
	MEMORIA 4 GB DDR3		
	TECLADO, MOUSE Y PARLANTES		
	DVD REW LG 24X		
	LECTOR DE MEMORIAS		
	MONITOR LG LED 20"		
1	IMPRESORA EPSON L220 CON SISTEMA DE TINTA ORIGINAL	\$263.16	\$263.16

**GARANTIA:** 1 años contra defectos de fabrica

<b>SUBTOTAL</b>	\$771,93
<b>IVA.....%</b>	
<b>IVA 14%</b>	\$108,07
<b>TOTAL</b>	\$880,00

\_\_\_\_\_  
F. AUTORIZADA



## Proformas de promoción



### PROFORMA 501-LP-2016

**CLIENTE:** Karla Granda  
**FECHA:** 29/09/2016

CANT.	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
100	Cajas en mdf con logo corporativo	1,50	150,00
50	Porta Tarjetas de presentación en mdf con logo corporativo	1,5	75,00
100	Llaveros en mdf de 4,5x4,5 cm con logo corporativo	0,65	65,00
		TOTAL	290,00

Precios incluyen IVA, incluye diseño, TIEMPO DE ENTREGA 4 DIAS APROBADO EL DISEÑO  
Atentamente,

Trglo. Pablo Alúlima  
RUC 1104813835001  
**Gerente Propietario**  
0994982946

MIGUEL RIOFRIO ENTRE BOLIVAR Y BERNARDO VALDIVIESO / 072 586 759





**PROFORMA N° 007**  
Fecha Emisión: 28 de Septiembre de 2016

**DESTINATARIO**

**Nombre:** Karla Granda  
**Dirección:**  
**Ciudad:** Loja

**Teléfono:**  
**Celular:** 0985287587

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO UNIT.	TOTAL
1	Millar <b>Tarjetas de Presentación</b> [8,5 x 5 cm] en papel couche 300gr. laminado mate	55,00	55,00
10	Millares <b>Tarjetas Postal</b> [13,8 x 8,9 cm] en papel couche 300gr. laminado mate	21,00	210,00

---

<b>Nota:</b>	<b>Total:</b>	<b>265,00</b>
	<b>IVA (14%):</b>	<b>37,10</b>
	<b>Total (USD):</b>	<b>\$ 302,10</b>

**Tigo. Luis A. Maldonado N.**  
GERENTE



Juan José Peña y Miguel Riofrío  
lumadisoja@hotmail.com  
0980936625  
(07) 2575949

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>PORTADA</b> .....	<b>i</b>
<b>CERTIFICACIÓN</b> .....	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA</b> .....	<b>iii</b>
<b>CARTA DE AUTORIZACIÓN</b> .....	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>v</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>1. TÍTULO</b> .....	<b>1</b>
<b>2. RESUMEN</b> .....	<b>2</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>3</b>
<b>3. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>4</b>
<b>4. REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....	<b>7</b>
4.1. Marco Conceptual .....	7
4.1.1. Turismo .....	7
4.1.2. Turista .....	7
4.1.3. Atractivo Turístico .....	8
4.1.4. Producto Turístico .....	9
4.1.5. Servicio turístico .....	10
4.1.6. Paquete turístico .....	11
4.1.7. Finca .....	11
4.1.8. Diagnóstico Turístico .....	12
4.1.9. Plan de negocios .....	12
4.1.9.1. Objetivo de un plan de negocios .....	13
4.1.9.2. Importancia de un plan de negocios .....	13
4.1.9.3. Beneficios de un plan de negocios .....	14
4.1.9.4. Tamaño del plan de negocio .....	14
4.1.10. Estructura de un plan de negocios .....	15
4.1.10.1. Resumen ejecutivo .....	15
4.1.10.2. Descripción de la empresa .....	16
4.1.10.3. Estudio de mercado .....	16
4.1.10.4. Estudio Técnico .....	20
4.1.10.5. Estudio Administrativo .....	21

4.1.10.6. Estudio Financiero .....	21
4.1.10.7. Estudio Ambiental.....	28
4.1.11. Capacidad Instalada.....	29
4.1.12. Capacidad Utilizada .....	29
4.1.13. Entrevista .....	30
4.1.14. Encuesta .....	30
4.1.15. FODA .....	30
4.1.16. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) .....	31
4.1.17. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE).....	32
4.1.18. Matriz de Estrategias FODA.....	33
4.2. Marco Referencial.....	34
4.2.1. Datos generales de la provincia de Loja .....	34
4.2.2. Datos generales del cantón Puyango.....	37
4.2.3. Datos generales de la parroquia Ciano .....	39
4.2.4. Datos generales de la finca “Balzal” .....	42
<b>5. MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>44</b>
5.1. Materiales .....	44
5.1.1. Materiales bibliográficos .....	44
5.1.2. Materiales de oficina .....	44
5.1.3. Materiales tecnológicos.....	44
5.2. Métodos .....	44
5.2.1. Método analítico .....	44
5.2.2. Método Descriptivo.....	45
5.2.3. Método Deductivo .....	45
5.2.5. Método Inductivo .....	45
5.3. Técnicas .....	45
5.3.1. Observación Directa.....	45
5.3.2. Entrevista .....	46
5.3.3. Encuesta .....	46
5.3.4. Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARPP) .....	46
5.4. Metodología por objetivos.....	46

<b>6. RESULTADOS.....</b>	<b>51</b>
6.1. Diagnóstico turístico de la situación actual de la finca “Balzal” de la parroquia Ciano. ....	51
6.1.1. Análisis Externo.....	51
6.1.1.1. Factor Demográfico .....	51
6.1.1.2. Factor Económico.....	55
6.1.1.3. Factor Político.....	64
6.1.1.4. Factor Tecnológico .....	65
6.1.1.5. Factor Socio - Cultural .....	66
6.1.1.6. Factor Ambiental.....	69
6.1.2. Análisis e interpretación de la Encuesta.....	71
6.1.3. Análisis Interno.....	90
6.1.4. Entrevista .....	93
6.1.5. Atractivos Turísticos .....	96
6.1.6. Fichas de Resumen de los Atractivos Turísticos.....	97
6.1.7. Análisis FODA de la finca “Balzal”.....	106
6.1.8. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE).....	107
6.1.9. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) .....	108
6.1.10. Matriz de estrategias FODA. ....	109
6.2. Plan de negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango.....	110
6.2.1. Descripción del Negocio.....	110
6.2.2. Estudio de Mercado .....	114
6.2.2.1. Análisis de la demanda.....	114
6.2.2.2. Análisis de la oferta .....	117
6.2.3. Estudio Técnico.....	132
6.2.3.1. Implementación de infraestructura adecuada para la prestación del servicio de alimentación.....	133
6.2.3.2. Elaboración de un paquete turístico para la finca .....	140
6.2.3.3. Capacitación al Talento Humano en talleres de atención al cliente, seguridad alimentaria y técnicas de guianza. ....	152
6.2.4. Estudio Administrativo.....	160

6.2.4.1.	Estructura Organizacional.....	160
6.2.4.2.	Estructura Legal.....	170
6.2.5.	Estudio Financiero.....	173
6.2.5.1.	Inversión .....	173
6.2.5.2.	Financiamiento .....	190
6.2.5.3.	Depreciaciones de Activos Fijos .....	191
6.2.5.4.	Ingresos.....	196
6.2.5.5.	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	197
6.2.5.6.	Punto de Equilibrio.....	198
6.2.5.7.	Evaluación Financiera .....	200
6.2.6.	Estudio de impacto ambiental .....	207
6.3.	Socialización de la propuesta con el personal de la finca “Balzal” y autoridades de la parroquia Ciano.....	213
6.3.1.	Fase 1 (Preparación Previa) .....	213
6.3.2.	Fase 2 Socialización .....	214
6.3.3.	Fase 3: Resultados de la Socialización.....	216
<b>7.</b>	<b>DISCUSIÓN .....</b>	<b>217</b>
<b>8.</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>219</b>
<b>9.</b>	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>220</b>
<b>10.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>221</b>
<b>11.</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>223</b>
Anexo N° 1:	Anteproyecto .....	223
Anexo N°2:	Encuesta Cualitativa.....	239
Anexo N°3:	Encuesta Cuantitativa.....	241
Anexo N°4:	Entrevista 1.....	244
Anexo N°5:	Entrevista 2.....	248
Anexo N° 6:	Fichas de Inventario, jerarquización y fotografías de atractivos turísticos.....	252
Anexo N° 7:	Corte arquitectónico.....	288
Anexo N° 9:	Recetas estándar .....	289
Anexo N° 10:	Determinación de materia prima.....	295
Anexo N° 11:	Invitación a socialización.....	295

Anexo N° 12 Oficio previo a la socialización.....	296
Anexo N° 13 Hoja de registro de la socialización.....	297
Anexo N° 14 Certificado de socialización.....	298
Anexo N° 15 Respaldo fotográfico.....	299
Anexo N° 16 Proformas.....	303
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS .....</b>	<b>308</b>
<b>ÍNDICE DE CUADROS.....</b>	<b>313</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>316</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>317</b>
<b>ÍNDICE DE FICHAS.....</b>	<b>318</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Proyección del PEA del cantón Puyango .....	47
Cuadro N° 2: Proyección de turistas que visitan Puyango .....	48
Cuadro N° 3: Turistas y PEA del cantón Puyango .....	48
Cuadro N° 4: Distribución muestral .....	49
Cuadro N° 5: Proyección de la población del cantón Puyango .....	51
Cuadro N° 6: Población Económicamente Activa del cantón Puyango..	52
Cuadro N° 7: Proyección de la población de la parroquia Ciano .....	52
Cuadro N° 8: Población por edad y sexo de la parroquia Ciano .....	53
Cuadro N° 9: Centros poblados de la parroquia Ciano .....	54
Cuadro N° 10: Población Económicamente Activa .....	58
Cuadro N° 11: Establecimientos de alojamiento de la ciudad de Alamor	61
Cuadro N° 12: Establecimientos de la ciudad de Alamor.....	61
Cuadro N° 13: Establecimientos de esparcimiento y recreación de la ciudad de Alamor .....	62
Cuadro N° 14: Empresas de transporte terrestre de Alamor .....	63
Cuadro N° 15: Edad.....	71
Cuadro N° 16: Sexo .....	72
Cuadro N° 17: Lugar de procedencia.....	73
Cuadro N° 18: Actividad Económica .....	74
Cuadro N° 19: Ingreso mensual.....	75
Cuadro N° 20: Visita a fincas cafetaleras.....	76
Cuadro N° 21: Ubicación de finca cafetalera .....	77
Cuadro N° 22: Servicios turísticos .....	78
Cuadro N° 23: Visita a la finca “Balzal” .....	79
Cuadro N° 24: Actividades turísticas.....	80
Cuadro N° 25: Servicios turísticos .....	81
Cuadro N° 26: Consideraciones para visitar la finca.....	82
Cuadro N° 27: Frecuencia de visita la finca “Balzal” .....	83
Cuadro N° 28: Días de visita a la finca “Balzal” .....	84
Cuadro N° 29: Tiempo de permanencia en la finca “Balzal” .....	85
Cuadro N° 30: Con quien visitaría la finca “Balzal” .....	86
Cuadro N° 31: Tipo de comida.....	87
Cuadro N° 32: Medios de comunicación y publicitarios .....	88
Cuadro N° 33: Promoción de la finca “Balzal” .....	89
Cuadro N° 34: Flora representativa de la finca “Balzal” .....	92
Cuadro N° 35: Fauna Representativa de la finca “Balzal” .....	93
Cuadro N° 36: Análisis FODA.....	106
Cuadro N° 37: Matriz de Evaluación de Factores Externos .....	107
Cuadro N° 38: Matriz de Evaluación de Factores Internos .....	108
Cuadro N° 39: Matriz de Estrategias FODA.....	109
Cuadro N° 40: Proyección de la demanda potencial PEA .....	115
Cuadro N° 41: Proyección de la demanda potencial turistas .....	115
Cuadro N° 42: Proyección de la demanda potencial total.....	116
Cuadro N° 43: Proyección de demanda real.....	116
Cuadro N° 44: Proyección de la demanda efectiva.....	117
Cuadro N° 45: Proyección demanda efectiva total.....	117

Cuadro N° 46: Demanda insatisfecha.....	118
Cuadro N° 47: Souvenirs .....	129
Cuadro N° 48: Capacidad instalada servicio de alimentación.....	138
Cuadro N° 49: Capacidad utilizada servicio de alimentación.....	138
Cuadro N° 50: Participación en el mercado .....	139
Cuadro N° 51: Guión turístico .....	143
Cuadro N° 52: Capacidad instalada del paquete turístico.....	149
Cuadro N° 53: Capacidad utilizada paquete turístico.....	149
Cuadro N° 54: Participación en el mercado .....	150
Cuadro N° 55: Presupuesto de capacitación .....	153
Cuadro N° 56: Estructura y contenidos de los talleres.....	154
Cuadro N° 57: Manual de funciones para Junta de socios .....	163
Cuadro N° 57: Manual de funciones para administrador .....	164
Cuadro N° 58: Manual de funciones para recepcionista/cajero .....	165
Cuadro N° 59: Manual de funciones para Jefe de cocina .....	166
Cuadro N° 59: Manual de funciones para cocinero.....	167
Cuadro N° 60: Manual de funciones para mesero .....	168
Cuadro N° 61: Manual de funciones para guía turístico.....	169
Cuadro N° 62: Terreno.....	174
Cuadro N° 63: Construcción .....	174
Cuadro N° 64: Maquinaria y equipo .....	174
Cuadro N° 65: Muebles y enseres .....	175
Cuadro N° 66: Equipo de oficina.....	175
Cuadro N° 67: Equipo de seguridad .....	175
Cuadro N° 68: Equipo de computación.....	176
Cuadro N° 69: Resumen de activos fijos .....	176
Cuadro N° 70: Estudio preliminar.....	177
Cuadro N° 71: Gastos de constitución .....	177
Cuadro N° 72: Gastos instalación .....	177
Cuadro N° 73: Resumen de activos diferidos .....	178
Cuadro N° 74: Amortización del activo diferido.....	178
Cuadro N° 75: Materia prima .....	179
Cuadro N° 76: Mano de obra directa primer año .....	180
Cuadro N° 77: Mano de obra directa segundo año.....	180
Cuadro N° 78: Resumen de costo primo .....	181
Cuadro N° 79: Materiales indirectos .....	181
Cuadro N° 80: Menaje .....	182
Cuadro N° 81: Material de combustión .....	183
Cuadro N° 82: Indumentaria .....	183
Cuadro N° 83: Agua.....	183
Cuadro N° 84: Energía eléctrica .....	184
Cuadro N° 85: Mantenimiento de maquinaria y equipo.....	184
Cuadro N° 86: Resumen gastos indirectos .....	184
Cuadro N° 87: Sueldos y salarios primer año .....	185
Cuadro N° 88: Sueldos y salarios segundo año .....	185
Cuadro N° 89: Útiles de oficina .....	186
Cuadro N° 90: Teléfono .....	186
Cuadro N° 91: Útiles de aseo .....	187



Cuadro N° 92: Internet .....	187
Cuadro N° 93: Resumen de gastos administrativos .....	187
Cuadro N° 94: Promoción .....	188
Cuadro N° 95: Servicio de transporte .....	188
Cuadro N° 96: Resumen de Gastos de ventas .....	188
Cuadro N° 97: Activo circulante o capital de trabajo .....	189
Cuadro N° 98: Resumen de inversión.....	189
Cuadro N° 99: Financiamiento de la inversión .....	190
Cuadro N° 100: Amortización del préstamo .....	190
Cuadro N° 101: Depreciaciones de activos fijos .....	191
Cuadro N° 102: Reinversión equipo de computación .....	192
Cuadro N° 103: Presupuesto de costos .....	192
Cuadro N° 104: Costos fijos y variables.....	194
Cuadro N° 105: Ingresos por alimentación .....	196
Cuadro N° 106: Ingresos por la venta de paquetes turísticos .....	196
Cuadro N° 107: Ingresos totales.....	197
Cuadro N° 108: Estados de pérdidas y ganancias.....	197
Cuadro N° 109: Flujo de caja .....	200
Cuadro N° 110: VAN (Valor Actual Neto).....	201
Cuadro N° 111: Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	202
Cuadro N° 112: Relación Beneficio- Costo .....	203
Cuadro N° 113: Periodo de Recuperación de Capital.....	204
Cuadro N° 114: Análisis de sensibilidad con incremento del 12,29% en los costos.....	205
Cuadro N° 115: Análisis de sensibilidad con la disminución del 9,60% en los ingresos.....	206
Cuadro N° 116: Matriz Cualitativa de Interacción Causa - Efecto.....	208
Cuadro N° 117: Matriz de Leopold de evaluación del proyecto: Plan de negocios para productos turísticos en la finca “Balzal” de la parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja.....	209
Cuadro N° 118. Agenda de Socialización .....	215

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Mapa de la provincia de Loja.....	34
Gráfico N° 2: Mapa del cantón Puyango.....	37
Gráfico N° 3: Mapa de la parroquia Ciano .....	39
Gráfico N° 4: Mapa de ubicación de la finca “Balzal” .....	42
Gráfico N° 5: Sexo .....	72
Gráfico N° 6: Lugar de procedencia.....	73
Gráfico N° 7: Actividad Económica .....	74
Gráfico N° 8: Visita a fincas cafetaleras.....	76
Gráfico N° 9: Ubicación de finca cafetalera .....	77
Gráfico N° 10: Visita a la finca “Balzal” .....	79
Gráfico N° 11: Días de visita a la finca “Balzal” .....	84
Gráfico N° 12: Tipo de comida.....	87
Gráfico N° 13: Macro localización.....	132
Gráfico N° 14: Micro localización .....	133
Gráfico N° 15: Punto de equilibrio.....	199

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Cascada “La Chorrera” .....	97
Figura N° 2: Quebrada Cochurco.....	98
Figura N° 3: Caminata con la imagen de Santa Rosa de Lima .....	99
Figura N° 4: Finca “Balzal” .....	101
Figura N° 5: Cultivo de café .....	102
Figura N° 6: Trapiche.....	103
Figura N° 7: Abejas sin aguijón.....	104
Figura N° 8: Árbol Petrino .....	105
Figura N° 9: Marca de la Finca “Balzal” .....	113
Figura N° 10: Diseño de menú.....	119
Figura N° 11: Página web sección inicio.....	122
Figura N° 12: Página web sección nosotros .....	123
Figura N° 13: Página web sección turismo .....	123
Figura N° 14: Red social facebook.....	124
Figura N° 15: Red social Instagram .....	124
Figura N° 16: Red social Twitter .....	125
Figura N° 17: Postal flor de café .....	125
Figura N° 18: Postal abejas Meliponas .....	126
Figura N° 19: Postal café orgánico .....	126
Figura N° 20: Frutos de café .....	126
Figura N° 21: Flor de badea.....	127
Figura N° 22: Cacao orgánico .....	127
Figura N° 23: Cañaveral .....	127
Figura N° 24: Bosque Primario .....	128
Figura N° 25: Tarjeta de presentación .....	128
Figura N° 26: Hoja volante parte anversa .....	130
Figura N° 27: Hoja volante parte reversa.....	131
Figura N° 28: Planta arquitectónica del restaurante.....	135
Figura N° 29: Elevación principal del restaurante .....	136
Figura N° 30: Perspectiva del restaurante .....	137
Figura N° 31: Diagrama del proceso del servicio de alimentación .....	139
Figura N° 32: Diagrama de procedimiento de la venta del paquete.....	150
Figura N° 33: Diagrama de procedimiento de servicio de guianza .....	151
Figura N° 34: Modelo de certificado.....	159
Figura N° 35: Organigrama de la finca “Balzal” .....	161

## ÍNDICE DE FICHAS

Ficha N° 1: Cascada “La Chorrera” .....	97
Ficha N° 2: Quebrada Cochurco .....	98
Ficha N° 3: Fiesta en honor a Santa Rosa de Lima .....	99
Ficha N° 4: Bosque Petrificado de Puyango .....	100
Ficha N° 5: Finca “Balzal” .....	101
Ficha N° 6: Cultivo de café orgánico de la finca “Balzal” .....	102
Ficha N° 7: Trapiche .....	103
Ficha N° 8: Meliponario de Abejas.....	104
Ficha N° 9: Bosque .....	105