



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

TÍTULO:

“Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “León Toledo” Pertenciente a la Parroquia San Pedro de Vilcabamba, Cantón Loja”

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

AUTORA:

Claudia del Cisne Neira Calderón

DIRECTORA:

Ing. Melva Jaramillo Hidalgo, Mg.Sc.

1859

LOJA _ ECUADOR
2017

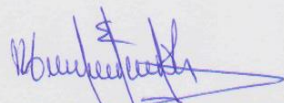
CERTIFICACIÓN

Ing. Melva Jaramillo Hidalgo, MG. SC DOCENTE DE LA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Haber dirigido, orientado y corregido el trabajo de tesis titulado "PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA "LEÓN TOLEDO" PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA, CANTÓN LOJA", elaborado por la Srta. Claudia del Cisne Neira Calderón, previó a obtener el grado de Ingeniera en Administración Turística, ha sido orientada y supervisada bajo mi dirección; por lo que se autoriza la presentación y defensa ante el tribunal de grado.

Loja, abril del 2017



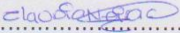
Ing. Melva Jaramillo Hidalgo, Mg. Sc.

Directora de Tesis

AUTORÍA

Yo, **Claudia del Cisne Neira Calderón** 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

Firma: 

Autora: Claudia del Cisne Neira Calderón

Cédula: 1104732456

Fecha: Loja, abril de 2017

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

Yo, **Claudia del Cisne Neira Calderón**, declaro ser autora de la tesis titulada **“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA “LEÓN TOLEDO” PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA, CANTÓN LOJA**” Como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración Turística, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la Ciudad de Loja, a los 27 días del mes de abril del 2017, firma la autora.

Firma: 

Autora: Claudia del Cisne Neira Calderón

Cédula: 110473245-6

Dirección: Loja, Manuel Zambrano 18-06 y Abraham Lincoln

Correo electrónico: clauneira168@gmail.com

Teléfono: 2-546766

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora de Tesis: Ing. Melva Jaramillo Hidalgo, Mg. Sc.

Tribunal de grado:

Dra. Roció Toral Tinitana, Mg. Sc	Presidenta
Ing. Patricio Villavicencio Cobos, Mg. Sc	Vocal
Lic. Karina Morillo Ramón, Mg. Sc	Vocal

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por guiarme en cada paso que doy, por fortalecer mi fe e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido soporte y compañía durante este periodo de estudio.

Con inmenso amor, dedico esta tesis principalmente a mis padres, Víctor y Cecilia, por su apoyo incondicional, dedicación, sacrificio y mucho esfuerzo a lo largo de mi vida, les debo todo lo que soy.

A mis hermanos David y Daniela por ser mi apoyo en todo momento.

Claudia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja principalmente a la planta docente de la Carrera de Administración Turística por los conocimientos impartidos durante mi formación universitaria, de igual forma agradezco de manera especial a la Ing. Melva Jaramillo por su apoyo para la culminación del presente trabajo

A Dios

Por haberme permitido llegar hasta esta instancia, por darme salud para lograr cada uno de mis objetivos, gracias por sus bendiciones, por transitar conmigo este camino sin dejarme sola, por su infinita bondad y amor.

A mis Padres y hermanos

Mi más grande agradecimiento a mi familia que me han apoyado toda la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme día a día y darme la mano en los momentos difíciles, a ustedes por siempre en mi corazón y gratitud.

A la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja

Por darme la oportunidad de desarrollar un proyecto innovador, de igual manera a la Ing. Ximena León por darme las facilidades para la realización de la investigación.

Claudia

1. TÍTULO

“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA “LEÓN TOLEDO” PERTENECIENTE A LA PARROQUIA DE SAN PEDRO DE VILCABAMBA, CANTÓN LOJA”

2. RESUMEN

El turismo se ha convertido en uno de los principales actores en el comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las mayores fuentes de ingresos para muchos países en desarrollo.

En el Ecuador existen varias iniciativas de planes de negocios enfocados al turismo, con el propósito de aumentar el número de viajeros, acrecentando la oferta de servicios, promocionando los destinos, así como también potencializando el desarrollo sostenible y mejorando la calidad de vida de los pobladores.

Al sur del cantón Loja se encuentra la parroquia rural San Pedro de Vilcabamba la cual cuenta con gran riqueza natural y cultural es aquí donde se encuentra la finca cafetalera “León Toledo” misma que presenta una ubicación estratégica, favorable clima e inigualable vegetación, pero aún no se ha insertado en la actividad turística razón por la cual se planteó realizar un Plan de Negocios para productos turísticos en la finca cafetalera “León Toledo” perteneciente a la parroquia San Pedro de Vilcabamba, cantón Loja.

Para llevar a cabo el presente proyecto de investigación titulado: Plan de Negocios para productos turísticos en la finca cafetalera “León Toledo” perteneciente a la parroquia San Pedro de Vilcabamba, cantón Loja, se estableció como objetivo general: Elaborar un Plan de Negocios para productos turísticos en la finca cafetalera “León Toledo” del mismo se derivan tres objetivos específicos, el primero estuvo enfocado a **Realizar un diagnóstico turístico de la situación actual de la finca cafetalera “León Toledo”**; para lo cual se aplicó el método deductivo el mismo que fue enfocado para conocer la situación en la que se encuentra la finca y la parroquia; así como también, el método inductivo el cual permitió abordar datos reales de la parroquia y sus atractivos, el método analítico que sirvió para realizar un análisis profundo de la realidad de cada uno de los atractivos turísticos de la parroquia, además se aplicó técnicas como observación directa, encuesta, entrevista, así mismo se emplearon fichas de inventario de atractivos turísticos del MINTUR y fichas de resumen para describir y evaluar los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en el lugar de estudio y en su entorno, finalmente se empleó la Matriz FODA y la matriz de estrategias.

El segundo objetivo consistió en **Proponer el plan de negocios para productos turísticos en la finca cafetalera “León Toledo”**; en el mismo se empleó el uso del método analítico el cual determinó el procesamiento adecuado de la información obtenida que está estructurado en varios estudios como el de mercado en donde se analizó la oferta y la demanda de la futura empresa de servicios turísticos.

El Estudio Técnico en donde se determinó el tamaño y la localización del proyecto, Estudio Administrativo en el cual se estableció la estructura

organizacional y como está constituida legalmente la empresa, Estudio Financiero se analizó la inversión inicial necesaria para la puesta en marcha del negocio con un monto de \$36.517,56 dólares, cuya evaluación financiera indica un VAN de \$30,617,36 dólares, un TIR del 41%, una RB/C de 0,70 centavos de dólar recuperándose la inversión en 2 años, 7 meses y 21 días, dada en una Sensibilidad de 36,35% en el incremento de los costos y un 24,27% en la disminución en los ingresos, finalmente el estudio ambiental en donde se detectaron impactos ambientales y como mitigarlos.

El tercer objetivo fue la **Socialización de la propuesta del Plan de Negocios para productos turísticos a las autoridades y comunidad**; Para ello se empleó el uso del método deductivo permitiendo establecer las conclusiones; Se determinó que el presente proyecto es un punto de partida para impulsar la actividad turística en la finca, quienes dieron su respaldo positivo a la presente propuesta.

Una vez realizado el trabajo de investigación se concluye la viabilidad y factibilidad del plan de negocios, la propuesta va encaminada a que, los propietarios de la finca puedan guiarse en el mismo y pongan en marcha la creación de una finca agroecológica, con estándares de calidad altos, en donde se pueda generar empleo, dinamizando el turismo de la zona.

Así mismo se recomienda al Gobierno Provincial de Loja, a ejecutar el proyecto, contribuyendo de esta forma al incentivo de sus tradiciones y a problemas económicos que afronta la parroquia.

ABSTRACT

Tourism has become one of the main axes of international trade, and represents at the same time one of the largest sources of income for many developing countries.

In Ecuador there are several business plan initiatives focused on tourism, with the purpose of increasing the number of travelers, increasing the supply of services, promoting destinations, as well as enhancing sustainable development and improving the quality of life of the habitants.

To the south of the Loja it's located San Pedro de Vilcabamba, which has a great natural and cultural wealth. Here you can find the "Leon Toledo" coffee farm, which has a strategic location, favorable climate and unparalleled vegetation. Has not been inserted in the tourist activity for which it was proposed to carry out a Business Plan for tourism products in the coffee farm "Leon Toledo"

To carry out the present research project entitled: Business Plan for tourism products in the coffee farm "Leon Toledo" belonging to the San Pedro de Vilcabamba, was established as general objective: Elaborate a Business Plan for products in the "León Toledo" coffee farm, three specific objectives were derived: the first one was to carry out a tourist diagnosis of the current situation of the "Leon Toledo" coffee plantation; For which the deductive method was applied the same one that was focused to know the situation in which is the property; As well as the inductive method which allowed us to approach real data of the parish and its attractions, the analytical method that served to carry out an in-depth analysis of the reality of each of the tourist attractions of the parish, as well as techniques such as observation Direct, survey, interview, as well as MINTUR tourist attraction inventory and summary to describe and evaluate the natural and cultural tourist attractions in the study site and in its surroundings, finally the FODA Matrix was used and matrix of strategies. The second objective was to propose the business plan for tourism products in the coffee farm "Leon Toledo"; In the same one was used the analytical method that determined the processing of the information that is structured in several studies like the market studies where the supply and the demand of the future company of tourist services was analyzed. Technical Study where the size and location of the project was determined, Administrative Study which the organizational structure was established as the company is legally constituted, Financial Study analyzed the investment necessary to start the business with an amount of \$36,517,56 , whose financial assessment indicates a VAN of \$ 30,617,36, a TIR of 41%, a RB / C of 0.70 cents, recovering the investment in 2 years, 7 months and 21 days, in a Sensitivity of 36,35% in increasing costs and a 24,27%. in the decline in income. The third objective was the socialization of the proposal of the business plan for tourist products to the authorities and community.

3. INTRODUCCIÓN

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico de los pueblos.

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 atractivos naturales y manifestaciones culturales que se encuentran en las cuatro regiones.

La parroquia San Pedro de Vilcabamba, es parte de un pequeño territorio con la vista panorámica de la zona sur oriental del cantón Loja, es una tierra con singulares encantos naturales únicos; es parte del valle de la Longevidad, está rodeada por pintorescas elevaciones, bañada por las aguas del cristalino Rio Uchima.

Al extremo Sur de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, está localizada la finca cafetalera “León Toledo” lugar que posee un clima cálido con especial paisaje y vegetación, la tranquilidad del lugar y la cercanía a los atractivos hace de esta propiedad familiar un lugar ideal para crear un nuevo entorno turístico, sin embargo, todo este potencial no se lo ha aprovechado debido a que los propietarios de la finca desconocen de los beneficios que el turismo puede proporcionar, así mismo el principal problema que presenta la zona de estudio es el escaso desarrollo turístico de la parroquia que ha limitado la promoción, difusión y el aprovechamiento de los recursos. Para dar un aporte al adelanto a la parroquia se ha creído conveniente realizar el proyecto de tesis titulado: Plan de Negocios para productos turísticos en la finca cafetalera “León Toledo” perteneciente a la parroquia San Pedro de Vilcabamba, cantón Loja, con lo cual se pretende

potencializar el sector turístico y, por consiguiente, contribuir al progreso económico y social de la finca y la comunidad.

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 resalta la importancia del tema investigativo; En cuanto a la revisión de literatura se presentan los contenidos teóricos relacionados con la temática de plan de negocios, así como también se describen los datos referenciales del lugar de estudio del proyecto.

Los Materiales y Métodos que se utilizaron para llevar a cabo la investigación son: materiales bibliográficos, oficina y tecnológicos, dentro de los métodos se emplearon: el deductivo, inductivo, analítico, histórico 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; el primer objetivo: Realizar un diagnóstico turístico de la situación actual de la finca cafetalera “León Toledo”, se encuentra estructurada del análisis externo de la parroquia y el análisis interno de la finca, el análisis e interpretación de la encuesta aplicada, de igual forma consta de las entrevistas dirigidas a los propietarios y barista de la finca; la identificación de los atractivos turísticos debidamente inventariados de acuerdo a la metodología del MINTUR y finalmente el análisis FODA y la matriz de estrategias con sus respectivos objetivos estratégicos. En el segundo objetivo: Proponer el plan de negocios para productos turísticos en la finca cafetalera “León Toledo”; Se indica la descripción del negocio.

El Estudio de Mercado de la finca en mismo que consta de: análisis de la demanda, en donde se describe el perfil del turista, la demanda potencial, real, efectiva, demanda insatisfecha análisis de la oferta y marketing mix. En el Estudio Técnico se determina el tamaño del proyecto, la capacidad instalada y utilizada, así como también se procede a desarrollo de objetivos estratégicos. En el Estudio Administrativo se expone la estructura organizacional del negocio, la estructura legal, nivel jerárquico, organigrama estructural, valores cooperativos y se incluye los manuales de funciones para cada empleado de la finca. El estudio financiero muestra la inversión del proyecto, el tipo de financiamiento que tendrá, presupuesto de costos e ingresos, así mismo muestra la evaluación financiera que se compone de indicadores financieros como: VAN, la TIR, el PRC y el análisis de sensibilidad con el incremento de los costos y la disminución de los ingresos. El Estudio Ambiental consta de las matrices cualitativa y cuantitativa de Leopold y las medidas de mitigación de impactos ambientales. En el tercer objetivo: Socializar la propuesta a las autoridades, propietarios como a la comunidad en general, consta de tres etapas en donde se indican las actividades que se realizaron antes y durante la socialización del proyecto, así como también conclusiones y recomendaciones obtenidas como resultado del mismo.

Finalmente se presenta la discusión y las respectivas conclusiones y recomendaciones del proyecto, de describe la bibliografía y se adjuntan los anexos que sustentan el procedimiento de la investigación.

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 a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros”. Turismo puede ser definido como el ejercicio de actividades varias, asociadas con el traslado de personas hacia distintos lugares que no sean las mismas de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

La OMT es la principal organización internacional en materia turística, su papel central y decisivo es la promoción del desarrollo del turismo responsable, sustentable y asequible para todos. A través del turismo mundial se pretende iniciar el incremento económico y aumento del empleo, estimular el amparo del medio ambiente y el patrimonio cultural, promover la paz, la prosperidad y el respeto por los derechos humanos. (OMT, 2012).

4.1.2. Tipos de Turismo

Consiste en la clasificación del turismo según las motivaciones y actividades de los turistas.

A. Turismo Rural

El turismo rural comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y del bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza (F.J. Jiménez Moreno, 2013).

Los diferentes conceptos de turismo rural, en su mayoría, contemplan el medio rural en sentido amplio: los paisajes naturales, campos, montañas, ríos y valles, la arquitectura típica, la flora y la fauna, las formas de vida tradicionales, el folklore, etc.

Todo aquello despierta el interés de personas que viven habitualmente en un medio urbano (Toribio, 2013).

• Oferta de Turismo Rural: Las diferentes modalidades que se desarrollan en el medio rural y natural (agroturismo, aventura, ecuestre, cultural, científico, educativo, eventos, gastronómico y ecoturismo), y que conforman los diversos segmentos dentro del turismo rural, constituyen formas de hacer turismo, cuya diferencia principal radica en sus actividades fundamentales, además de lo anterior, se estudian tres elementos que son comunes de acuerdo a (Oxinalde, 2012):

- Desarrollarse en el medio rural,
 - Contar con un diseño y gestión propia de modo de vida del campesino.
 - Presentarse bajo una orientación estratégica de desarrollo sostenible
- Demanda de Turismo Rural: Se realiza un análisis de las principales peculiaridades de la demanda del turismo rural generado por los cambios que se operan en esta característica, lo que conduce a afirmar que la demanda de la modalidad turística que se analiza, presenta un mercado de carácter urbano, además presenta un perfil heterogéneo.

B. Ecoturismo

El ecoturismo más que solo viajar y estar en contacto con la naturaleza, se enfoca en la conservación o minimización del impacto ambiental y cultural; es por eso que se define como ecoturismo el viajar con el propósito de realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma.

Entre las actividades de este tipo de turismo se encuentran: observación de flora y fauna, observación de ecosistemas, observación geológica,

senderismo interpretativo, rescate de flora y fauna, talleres de educación ambiental entre otros (SECTUR, 2013).

C. Turismo Comunitario

Se define al turismo comunitario como la actividad económica solidaria que involucra a las comunidades con los turistas desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, teniendo el manejo adecuado de los recursos naturales y la apreciación del patrimonio cultural y natural basados en un principio de equidad y en la distribución de los beneficios generados igualmente (FEPTCE, 2014).

El Turismo Comunitario es un reto y una oportunidad, ya que no solamente se debe ver la actividad como un medio para obtener riqueza y por lo tanto, con visión empresarial, sino que también se debe ver como una oportunidad para establecer eficientes mecanismos de organización y autogestión, a los efectos de preservar el patrimonio natural y cultural, costumbres y formas de vida de las propias comunidades (Casal, 2012).

Lo que distingue al Turismo Comunitario es la dimensión humana es decir crear un encuentro y diálogo entre personas de diferentes culturas en la óptica de conocer y aprender los modos de vida de la gente, la experiencia es lo que cautiva al turista y el valor agregado es la naturaleza. Algo singular del turismo comunitario es la preservación de la cultura, la valoración y trasmisión del patrimonio cultural en todas sus formas

De acuerdo con (Casal, 2012) existen principios del Turismo Comunitario que son:

- En lo socialmente solidario busca promover una efectiva cooperación, entre los miembros de la comunidad y entre comunidades, en la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios que genera la actividad turística.

- Ambientalmente responsable busca fomentar la conciencia respetuosa y formas de gestión sustentable del recurso natural y de la biodiversidad, creando así vínculos para defender los derechos de las tierras y los territorios ancestrales.
- En lo económico busca incorporar objetivos de gestión en el uso y valoración de los recursos que se movilizan, buscando así beneficios que permitan remunerar el trabajo y las inversiones que se realizan.
- En lo cultural propicia experiencias y encuentros interculturales de calidad entre los turistas y las comunidades, respetando las expresiones de la identidad cultural.

D. Agroturismo

El agroturismo es un tipo de turismo distinto, novedoso, que basa su propuesta en la acogida en un marco privilegiado en la naturaleza, dentro de ella, junto con quienes viven en las comunidades comparten experiencias y en donde se acoge al visitante a pernoctar en sus fincas o huertas.

En el agroturismo la acogida forma parte de la actividad agraria, ganadera o artesana, ya que el agricultor enseña su profesión y acerca y muestra al visitante un nuevo e insospechado mundo: la auténtica vida del campo, (actividades agrícolas, ganaderas, también la artesanía, etc.)

En el agroturismo la acogida forma parte de la actividad, el cual supone un intercambio y respeto mutuo y está abierto a todo tipo de personas.

Por otra parte, el agroturismo es un factor de desarrollo sostenible que garantiza la calidad de los productos que ofrece y propone un modo de vida acorde con el hábitat local.

En síntesis, el agroturismo es definido como las actividades realizadas en un establecimiento rural en producción y que ofrece al visitante una convivencia directa con la comunidad en la participación de sus actividades

culturales de predios productivos y alternativas de alimentación; de igual forma, participan en la elaboración de productos caseros y actividades complementarias como tracking (caminata) cabalgatas entre otros. Esta actividad integra a todas las familias campesinas de las diferentes comunidades rurales que resguardan sus costumbres y tradiciones, para compartirlas con los turistas (Eraso, 2015).

4.1.3. Productos Turísticos

En una concepción amplia, producto constituye, todo lo que favorece a la satisfacción de las necesidades de sus clientes o consumidores. En un análisis final, lo que se vende son satisfacciones que esperan obtenerse por el consumo de este producto.

El producto es el resultado de toda la acción del sistema, dentro de la actividad turística, está constituida por los atractivos, las facilidades y la accesibilidad; los tres aspectos que en la actualidad integran el Producto Turístico.

El producto turístico está conformado por los atractivos naturales, artificiales y los humanos, estos configuran la denominada hospitalidad.

Las facilidades se refieren al alojamiento en todas sus formas, a la industria de alimentos y bebidas. Al entretenimiento y diversión, agencias de viajes y en forma especial, al personal capacitado disponible para atender adecuadamente a los turistas.

Para completar el producto se requiere que los atractivos sean accesibles ya sea por barco, avión, autobús o automóvil, de ahí la denominación con que se le conoce actualmente: accesibilidad.

Los tres componentes del producto turístico son esenciales para realizar dicha actividad (Tabares, 2015).

4.1.4. Recursos Turísticos

Según la (OMT, 2012) (Organización Mundial del Turismo), los recursos turísticos son todos los bienes y servicios que, por medio de la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta, hacen posible la actividad turística y la satisfacción de las necesidades de la demanda.

Los recursos turísticos son todos aquellos bienes y servicios presentes en un determinado ámbito geográfico, capaces de atraer por sí mismo visitantes y que hacen posibles la actividad turística, satisfacen las necesidades de la demanda, mediante la actividad del hombre y de los medios con los que cuenta.

Por tanto, los recursos turísticos:

- Actúan como soporte de la actividad turística
- Indican en la calidad de la oferta

Al constituir el recurso turístico la materia prima del turismo, elemento fundamental de la oferta, su importancia es estratégica tanto en la configuración de la actividad turística, como en la determinación de la amplitud turística del territorio (Sanchez, 2013).

4.1.5. Estructura y Funcionamiento del Sistema Turístico

El sistema turístico está compuesto por seis elementos llamados subsistemas que agrupan a todos los actores sociales del turismo, así como a los atractivos, servicios turísticos que son necesarios para el funcionamiento de la actividad los que se detallan a continuación:

- **Gobernanza:** Es el subsistema regulador, se encarga de dirigir a la actividad turística y está compuesto por las organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales que toman decisiones o de alguna manera inciden en el desarrollo turístico. Se incluyen además los documentos

normativos como leyes, políticas, regulaciones, planes y proyectos que cumplen la misma función.

- **Comunidad receptora:** De acuerdo con la modalidad de gestión turística del territorio puede tener mayor o menor participación en el desarrollo. La comunidad receptora puede ser caracterizada por su nivel de participación en la dirección del sistema (en ese caso formaría parte de la superestructura) o por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos.
- **Atractivos turísticos:** Se los considera como el origen del sistema turístico ya que territorialmente, el sistema se genera alrededor de estos. Los atractivos pueden ser naturales o culturales y pueden ser jerarquizados de acuerdo a su capacidad de generar una demanda o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo.
- **Infraestructura:** Su función es sostener la producción, es decir apoyar a la oferta de servicios, por eso es considerado un elemento del sistema. Se incluyen servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y alcantarillado, pero también servicios de salud y gasolineras. Aquí se identifican además los servicios de transporte, vías y terminales que permiten la llegada de la demanda y su traslado desde y hacia otros espacios turísticos (Ricaurte, 2013).

4.1.6. Diagnóstico

Se define como un estudio previo a toda planificación o proyecto, consiste en la recopilación de información, su ordenamiento, su interpretación y la obtención de conclusiones e hipótesis. Permite analizar el proyecto, proponer cambios, y lograr resultados óptimos para beneficio de la empresa o del propio proyecto (Iglesias Tovar, 2010).

- Diagnóstico Turístico:

Según Carla Ricaurte Quijano (Ricaurte, 2013) El diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística oferta y demanda, del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar y se lo conoce también como línea base o estado de situación actual y lo que busca específicamente es definir la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación.

Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.

Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística (Iglesias Tovar, 2010).

4.1.7. Plan de Negocios

El plan de negocio es definido como un documento formal en el que se recogen por escrito, de forma coherente, realista, sistematizada y pormenorizada, las actuaciones a emprender y llevar a cabo, de manera controlada, por el empresario y sus colaboradores para la cosecución de unos objetivos específicos y unos resultados concretos.

El plan de negocios, por tanto, es un documento fundamental a la hora de crear una empresa, al fijar los objetivos a perseguir, así como las

estrategias, políticas, procedimientos, programas y presupuestos para su alcance, considerando los recursos disponibles y las oportunidades y amenazas del entorno, debiendo ser sencillo, claro, preciso, práctico, flexible y completo.

Con la elaboración del plan de negocios se pretende principalmente lo siguiente:

- Identificar las oportunidades mas interesantes para la empresa, así como las posibles amenazas del entorno
- Ofrecer un análisis de la situación de la competencia y de la demanda del mercado
- Identificar los recursos disponibles, evaluarlos y estudiar su mejor empleo,
- Especificar los objetivos, estrategias, políticas procedimientos, programas y presupuestos de la empresa.
- Con toda esta información se pretende reducir la incertidumbre respecto al futuro del negocio.

Este plan constituye un documento idoneo para informar y convencer sobre el interes del negocio a entidades para que nos financien o nos concedan autorizaciones y permisos, previos a la costitución de la empresa.

El plan de negocios se realiza generalmente para un periodo temporal de cinco años, no obstante, este horizonte temporal dependerá de las características del plan de negocio es algo vivo y dinámico, por lo que independientemente del horizonte temporal para el cual se elaboró en principio convendrá realizar revisiones al menos anualmente, para ajustarlo a las situaciones cambiantes de los mercados y de la propia empresa, es decir, hay que llevar a cabo un control de la ejecución del plan (Rojo, 2013).

4.1.8. Finca Cafetalera

Es la unidad agro productiva donde se cultiva el café el mismo que constituye una fuente de ingreso para la familia cafetalera, la cual tiene el cultivo de café como su principal producto, además de otros cultivos como los frutales, con el fin de de comercializar en el mercado local, nacional e internacional.

El café es, después del petróleo, el producto más intercambiado en el mercado internacional y uno de los más consumidos en el mundo. Cada segundo, 12.000 tazas de café están siendo bebidas, sobre todo en los países del Norte, aprovechando del trabajo de 125 millones de productores.

Así, la producción y la comercialización del café se han desarrollado en un contexto peculiar de grandiosa dimensión, consiguiendo fuente de ingresos y de empleos.

4.1.9. Importancia del Plan de Negocios

Hoy en día es muy común que cuando oímos hablar de un proyecto de inversión, se haga presente la palabra “Plan de Negocios”, cuando investigamos qué se requiere para poner en marcha un negocio y/o empresa, uno de los puntos importantes es el plan de negocios.

La importancia radica en su magnitud y alcances, su estructura permite cubrir prácticamente todas las áreas de negocio o empresa, facilitando y eficientando con esto el proceso de planeación.

El hecho de contar con un Plan de Negocios, asegura a un inversionista o institución crediticia que consideramos nuestra propuesta a detalle, por lo tanto tiene grandes posibilidades de éxito ya que para su desarrollo tuvimos que analizar que realmente el producto y/o servicio que estamos proponiendo tiene su mercado dispuesto a adquirirlo, que es rentable su comercialización y que vamos a operar y administrar la empresa o negocio

de una forma tal, que aseguramos su éxito a tiempo, lógico que todo lo anterior respaldado con información y en detalle.

Lo cual es un signo de confianza para un inversionista en cuanto a que su inversión esta bien canalizada y se reduce el mínimo de riesgo asociado con el fracaso y por ende la pérdida de su dinero, Desde el punto de vista de una institución financiera, el que contemos con un Plan de Negocios reduce el riesgo que no podamos cumplir con nuestro compromiso y se convierta en un mal negocio para ellos.

En ambos casos el Plan de Negocios demuestra con hechos y análisis lo que estamos proponiendo y la forma en la que lo vamos a llevar a cabo tiene grandes probabilidades de éxito (Sandoval, 2011).

4.1.10. Estructura del Plan de Negocios

Una estructura comúnmente utilizada en el desarrollo de un plan de negocios está compuesta por las siguientes partes:

- **Resumen Ejecutivo:** Es una presentación consisa de los puntos principales del plan de negocios, el objetivo del resumen ejecutivo es dar al lector una comprensión rápida de la propuesta, pero también puede servir para captar el interes del lector en el negocio.
- **Descripción del Negocio:** La descripción del negocio es otro resumen pero se centra más directamente en el conspeto de negocio mismo al entregar una visión breve pero informativa de la historia, la naturaleza básica y el objetivo del negocio, debería de declarar claramente cuáles son los objetivos del negocio y por qué éste será exitoso.
- **Estudio de Mercado:** Es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios al lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. El estudio de mercado puede ser utilizado para

determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos (Urbina, Evaluación de Proyectos , 2013).

El estudio de mercado comprende los siguientes elementos:

- Análisis de la industria: el análisis y descripción de la industria o sector en la cual va a operar el negocio (antecedentes, evolución, tamaño, perspectivas de crecimiento, principales actores, etc.).
- Definición y análisis del mercado objetivo: la definición del mercado al cual se va a dirigir el negocio, y el análisis y descripción del consumidor que lo conforma (ubicación, rango de edad, gustos, preferencias, deseos, comportamientos de compra, hábitos de consumo, costumbres, actitudes, etc.).
- Análisis de la competencia: el análisis y descripción de los futuros competidores del negocio (cantidad, líderes o principales, ubicación, experiencia, capacidad productiva, estrategias, precios, puntos de venta, medios publicitarios, fortalezas, debilidades, etc.).
- Análisis y pronóstico de la demanda: el análisis y pronóstico de la demanda que tendrá el negocio para el periodo de tiempo en que está proyectado el plan de negocios.
- Análisis de la comercialización: el análisis y desarrollo de las estrategias comerciales o estrategias de marketing que se utilizarán para atender el mercado objetivo.
- Analisis del Mercado y de la Empresa: Para el desarrollo del estudio de mercado es necesario realizar previamente una investigación de mercado en donde se utilicen técnicas de recolección de información tales como la encuesta y la entrevista.

La entrevista: Se la realiza en profundidad a expertos para conocer los aspectos más importantes de la industria.

- Grupos de enfoque para conocer la percepción de los potenciales clientes con respecto al nuevo producto o servicio.

La encuesta: con la finalidad de conocer la disposición de compra de los potenciales clientes y así estimular la demanda por el bien o servicio.

Factores Internos: El cuestionario de entrevistas son adecuadas para investigaciones de tipo cualitativo estas herramientas sirven para:

- Generar hipótesis de investigación que posteriormente puedan probarse cuantitativamente.
- Generar información útil para la elaboración de los cuestionarios de encuestas.
- Evaluar el concepto de productos nuevos sobre los que existe poca o ninguna información
- Generar ideas nuevas con respecto a productos ya existentes.

Factores Externos.- Las encuestas suelen ser más útiles cuando se quiere obtener información de tipo cuantitativa, generalmente el objetivo de la encuesta es cuantificar la disposición de la compra de un segmento en particular, la frecuencia de la compra y la calidad comprada. Esta información será válida para la estimulación de demanda y la proyección de los estados financieros. (Villarán, 2014).

- Estructura Administrativa

Describe la idea de negocio, así como los objetivos que se pretenden alcanzar.

- Nombre de la empresa: Éste debe reflejar de manera sencilla a lo que se dedica el negocio. Lo mejor es que sea corto, fácil de pronunciar y recordar.
- Misión: Es el propósito por el que surge una empresa y es lo que le da identidad. Se compone de tres elementos: descripción de lo que hace el negocio, a quién va dirigido el producto y/o servicio que ofrece, qué lo hace diferente frente a sus competidores.
- Visión. Es una imagen de la compañía a futuro y su función es inspirar a los colaboradores.
- Valores. Son las reglas bajo las que se conducirá la organización a la hora de cerrar un trato con clientes, proveedores, inversionistas y colaboradores. Lo importante de este apartado es que los valores siempre guiarán tus prácticas de negocio dentro y fuera de éste.

- **Estudio técnico**

Se asocia en conocer el comportamiento del sector al que pertenece la oferta, cómo se han comportado las ventas de productos y/o servicios similares a la empresa en los últimos 12 meses y qué es lo que demanda tu público meta, te ayudará a reafirmar si tu idea es viable o hay que reformularla.

Para comenzar a generar esta información, se realiza un análisis FODA. Esta metodología permite conocer, por un lado, las fuerzas y debilidades del negocio, es decir, variables internas que puedes controlar. Y aunque tanto las oportunidades como las amenazas son externas y más impredecibles, si cuentas con un plan previsor puedes aprovecharlas y evitarlas, respectivamente.

Objetivo del Estudio Técnico: Demostrar la viabilidad del proyecto, justificando la selección de la alternativa para abastecer al mercado. Y la recolección y análisis de información que permita determinar su factibilidad y rentabilidad.

Factibilidad Técnica : Consiste en la búsqueda de alternativas tecnológicas de tamaño y localización. Se debe analizar los siguientes aspectos: tecnologías existentes, proceso productivo, maquinarias y materias primas requeridas, Niveles de stock de materias primas.

Tecnología: Es la descripción detallada, paso a paso, de las operaciones individuales, que permiten la elaboración de un producto. Se debe analizar las tecnologías existentes y se debe elegir la tecnología más adecuada para el proyecto.

Tamaño de la Planta: La capacidad de producción es la cantidad de productos que el proyecto puede producir en un período de tiempo; Para determinar y optimizar la capacidad de una planta se debe analizar detalladamente la tecnología que se utilizará.

Localización del Proyecto : La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre capital (Criterio Privado) u obtener el costo unitario mínimo (Criterio Social).El objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta.

Organización del Recurso Humano: Una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente sobre la estructura de organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar cómo quedarán, los puestos y jerarquías dentro de la empresa (Ochoa, 2010).

- **Estudio Político – Legal**

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

- **Estudio Financiero**

Esta parte del estudio se refiere a las erogaciones que ocurren o se presentan en la fase pre-operativa y operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son : edificios, máquinas, terrenos, para gastos de constitución y para capital de trabajo etc.

Las inversiones se clasifican en tres categorías: activos fijos, activos diferidos , capital de operación, capital de trabajo, activo circulante o fondo de maniobra (Pasaca Mora, 2015).

- **Inversiones de Activos fijos:** Representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso productivo o son el complemento necesario para la operación normal de la empresa. Entre esta clase de activos tenemos: Los terrenos, obras físicas, equipamientos de la planta y la dotación de los principales servicios básicos, etc.

Las inversiones a realizar se indican a continuación:

- **Terreno:** Constituye el área física de terreno, que necesita la nueva unidad productiva para la construcción de la planta, donde se detallará el costo del terreno.
- **Construcciones:** Se refiere a la infraestructura con que será construida la nave industrial, distinguiendo las partes correspondientes a oficinas, áreas netamente de producción. El tipo de empresa que se pretenda implementar, debe contar con una infraestructura que sin llegar a restricciones, haga posible que todo el proceso productivo y la operación misma de la empresa cuente con las facilidades necesarias. Para determinar el costo del m² de construcción necesariamente debe contarse con el asesoramiento de un profesional del área de la construcción.

- Maquinaria y Equipo: Aquí se agrupa los valores correspondientes a las erogaciones para dotar a la planta de la tecnología para efectuar el proceso productivo. Se deberá detallar el costo de la Maquinaria y Equipo a utilizarse. Es conveniente realizar una descripción del componente tecnológico, a fin de que el inversionista conozca los elementos que se compone la tecnología a utilizar.
- Equipo de Oficina: Se incluyen en este rubro todos los valores correspondientes al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se cumplan eficientemente. Es indispensable detallar el costo de cada uno de los costos del equipo de oficina.
- 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. Se debe detallar el costo de cada uno de los muebles y enseres a utilizarse.
- Vehículo: Se refiere a las unidades móviles que permiten transportar ya sea la materia prima o el producto elaborado (Pasaca Mora, 2015).
- **Inversiones de Activos diferidos:** Bajo esta denominación se agrupan los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación. En estas inversiones podrían haber rubros como : estudios preliminares, gastos organizativos, registros, marcas, patentes etc.

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 período de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. El capital de operación se lo establece normalmente para un periodo de tiempo en que se espera que la empresa empiece a obtener ingresos provenientes de la venta de sus productos o servicios originarios (Pasaca Mora, 2015).

- **Inversiones en 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 periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. El capital de operación se lo establece normalmente para un período de tiempo en el que se espera que la empresa empiece a obtener ingresos provenientes de la venta de sus productos o servicios originarios. Entre los rubros que se podrían dar en el capital de trabajo tenemos a: materia prima directa, mano de obra directa, materiales indirectos, mano de obra indirecta, gastos generales de fabricación, gastos de administración, gastos de ventas, costos financieros, otros gastos, etc.
- **Financiamiento:** Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuentes:

 1. Fuente Interna: Constituida por el aporte de los socios.
 2. Fuente Externa: Constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas.
- **Análisis de Costos:** Para este análisis nos valeremos de la contabilidad de costos, la misma que es una parte especializada de la contabilidad y constituye un subsistema que hace el manejo de los costos de producción a efectos de determinar el costo real de producir o generar un bien o servicio, para con estos datos fijar el precio con el cual se pondrá en el mercado el nuevo producto. (Pasaca Mora, 2015).
- **Costos de Producción o Fabricación:** Están dados por los valores que fue necesario incurrir para la obtención de una unidad de costo, se incorpora en el producto y quedan capitalizados los inventarios hasta que se vendan los productos, por otro lado el costo está doado en base a una “unidad de costo” que se el actor que permite medir la producción de bienes o servicios (Pasaca Mora, 2015).

- **Costos de Operación:** Comprende los gastos administrativos, financieros, de ventas y otros no especificados.
- **Depreciación:** La utilización normal de los activos durante la etapa de operación de la empresa hace que los mismos sufran desgaste o pérdida vigencia y por lo mismo pierdan sus características de funcionalidad y operatividad; esto hace que deba preverse el reemplazo de los mismos una vez que su utilización deje de ser económicamente conveniente para los intereses de la empresa
- **Costo Total de Producción:** La determinación del costo, constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se consideran ciertos elementos entre los que tenemos: el costo de fabricación, los gastos administrativos, gastos de fabricación, gastos financieros, los gastos de ventas y otros gastos.
- **Clasificación de los Costos:** En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por lo cual se hace necesario clasificarlos en costos fijos y variables.
 - Costos Fijos: Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el sólo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción.
 - Costos Variables: Son aquellos valores que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa.
- **Presupuesto Projectado:** Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en la cual se estima los ingresos que se obtendrá en el proyecto como también los costos en que se incurrirá, el presupuesto debe costar necesariamente de dos partes, los ingresos y los egresos. Es el instrumento clave para planear y controlar (Pasaca Mora, 2015).

- **Estado de pérdidas y ganancias:** Nos permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio, mediante la comparación de ingresos y egresos.

- **Punto de equilibrio:** Es una herramienta financiera que permite a la Empresa, determinar el momento en el cual sus ventas cubrirán exactamente los costos, además permitirá dar a conocer si la empresa está ganando o perdiendo, dependiendo si el cliente adquiere o no el producto elaborado.

El punto de equilibrio es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por lo tanto no existe ni utilidad ni perdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos.

El punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de la siguiente formula:

$$P(\text{unidades}) = \frac{\text{Costos Fijos Totales (CF)}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variables Totales}}$$

- **Evaluación Financiera:** Esta evaluación busca analizar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar para cada uno de los inversiones del proyecto, tiene la función de medir tres aspectos fundamentales que son:

- Estructurar el plan de financiamiento, una vez medido el grado en que los costos pueden ser cubiertos por los ingresos.
- Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.
- Brindar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto, frente a otras alternativas de inversión.

Esta evaluación consiste en decidir si el proyecto es factible o no, combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación (Pasaca Mora, 2015).

Los criterios más utilizados son:

- Valor Actual neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Análisis de Sensibilidad
- Periodo de Recuperación de la Inversión

• **Flujo de caja:** Consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año. Estos se obtienen de los estudios técnicos de mercado, administrativo, Por lo tanto el flujo de caja puede considerarse como una síntesis de todos los estudios realizados como parte de la etapa de pre-inversión o como parte de la etapa de ejecución.

• **Valor actual neto:** El valor actual neto del proyecto representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de oportunidad.

Los valores obtenidos en el flujo de caja se convierten en valores actuales, mediante la aplicación de una fórmula matemática y luego se suman los resultados obtenidos.

El VAN se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor descuento, significa que se trasladan al año cero los gastos del proyecto para asumir el riesgo de la inversión.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

- Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. Ya que ello significa que el valor de la empresa aumentará; Si el VAN es positivo se acepta la inversión
- Si el VAN es negativo se rechazará la inversión ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.

- Si el VAN es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo (Pasaca Mora, 2015).

Fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Sumatoria de Flujos Netos} - \text{Inversión}$$

- **Tasa de Retorno (TIR):** Constituye la tasa de interés, a la cual debemos descontar los flujos de efectivo generados por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión.

Utilizando el TIR, como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si el TIR es mayor al costo de capital o al costo de oportunidad se acepta el proyecto
- Si el TIR es igual al costo del capital o el costo de oportunidad, la realización de la inversión es a criterio del inversionista.
- Si el TIR es menor al costo de capital o al costo de oportunidad se rechaza el proyecto (Pasaca Mora, 2015).

Fórmula:

$$\text{TIR} = \text{Tm} + \text{Dt} \left(\frac{\text{VANMenor}}{\text{VANMenor} - \text{VANMayor}} \right)$$

- **Periodo de recuperación de capital:** Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. Dependiendo del tipo y magnitud del proyecto el periodo de recuperación de capital puede variar (Pasaca Mora, 2015).

Fórmula

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la Inversión} \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Año que supera la inversión}}$$

- **Análisis de sensibilidad:**

Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento y disminución de los precios. Ahora bien lo preocupante es el impacto que tenga la rentabilidad del proyecto, siendo la finalidad del análisis de sensibilidad, medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es mayor a 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es menor a 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto (Pasaca Mora, 2015).

Fórmula:

$$(VAN_n - VAN_e) / VAN_e$$

Donde VAN_n es el nuevo VAN obtenido y VAN_e es el VAN que teníamos antes de realizar el cambio en la variable

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Porcentaje de Variación = $\text{Dif. TIR} / \text{TIR del Proyecto}$

Coefficiente de Sensibilidad = $\text{Porcent. Var.} / \text{Nueva TIR.}$

Estudio Ambiental

Actividad dirigida a identificar y predecir el impacto sobre la salud y el bienestar humano, de propuestas legislativas, políticas, programas y procedimientos operacionales y para interpretar y comunicar información sobre los aspectos

La evaluación consiste en establecer valores cuantitativos para parámetros seleccionados que indiquen la calidad del ambiente antes, durante y después de la acción.

La evaluación de impactos ambientales se basa en predicciones (no hechos) sobre los cambios en la calidad del ambiente (Mora, 2014).

4.1.11. Oferta

El análisis de la oferta también conocido como el análisis de la competencia, consiste en el estudio realizado a las empresas que competirán con la misma, ya sean empresas que produzcan o vendan productos o servicios similares al nuestro (competencia directa), o empresas que produzcan o vendan productos o servicios sustitutos al de la empresa (competencia indirecta); con el fin de saber si realmente se puede competir con ellos, y obtener información que permita hacerlo de la mejor manera posible

En esta parte del análisis de la oferta, se debe señalar cuántos son (o serán) los competidores, cuáles son los principales, dónde están ubicados, cuál es su capacidad, cuál es su experiencia, cuáles son sus principales estrategias, qué materiales o insumos usan para sus productos, cuáles son sus precios, cuáles son sus canales de distribución o puntos de ventas, qué medios publicitarios utilizan, cuáles son sus fortalezas y debilidades, etc. (Krugman, 2013).

4.1.12. Demanda

El análisis de la demanda es quizá la parte más importante del estudio de mercado, consiste en analizar el público objetivo al cual se va a dirigir, conocer sus principales características, y procurar descifrar qué tan dispuesto estaría en adquirir los productos o servicios.

Tipos de Demandas:

Demanda Satisfecha.- El producto o servicio es exactamente lo que el mercado requiere, se puede conocer dos tipos de demanda satisfecha: la saturada y la no saturada.

Demanda Insatisfecha.- El producto o servicio no alcanza a satisfacer al mercado. Para evitar esto se deberá lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente.

Demanda Potencial.- Es el consumo total de productos o servicios que pueden realizar a la empresa los clientes en un periodo de tiempo determinado, teniendo en cuenta el impacto que la competencia pueda tener sobre el segmento de mercado seleccionado. Esta cifra se determina según las proyecciones de crecimiento que manejará la empresa.

Demanda Real o Activa.- Los requerimientos de cualquier tipo de consumidor o en su defecto el requerimiento básico de un turista es un lugar donde pueda pernoctar.

Demanda Efectiva.- Es el deseo de adquirir un bien o servicio más la capacidad que tiene para hacerlo, punto de equilibrio entre la demanda global y la oferta global, es decir la combinación de puntos en donde el sector monetario y los sectores productivos y el empleo están en equilibrio (Krugman, 2013).

4.1.13. Marketing Turístico

El marketing turístico es la parte del marketing encargada de guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas y organizaciones que integran el sector turístico. Para ello se debe estudiar al consumidor turístico y sus necesidades y deseos. Además de conocer las características de los mercados y los entornos que rodean a las empresas y organizaciones del sector turístico y las estrategias y acciones de marketing a aplicar para el aprovechamiento, diseño, creación, distribución y comunicación de productos y servicios turísticos, de manera que satisfagan al turista mejor que sus competidores y así conseguir los objetivos de rentabilidad (Villarán, 2014).

4.1.14. Marketing Mix

Permite integrar y combinar las decisiones que la empresa debe adoptar acerca de los atributos de sus productos, los precios que establece para cada uno de ellos, el canal de distribución elegido para acercarlos al cliente y, por último, la comunicación o promoción que va a llevar a cabo para que sean conocidos y apreciados por el mercado.

Los elementos del Marketing Mix son los siguientes:

- a) Producto:** Es la primera decisión que se debe tener, se deben fijar las características que tiene el producto, como: diseño, estilo, color calidad, garantía, envase, etiqueta, marca, entre otras más, que permitirán atraer la demanda de sus potenciales clientes.
- b) Precio:** Es el segundo elemento del marketing mix, y está determinado por varios factores que a su vez están estrechamente relacionados con las decisiones estratégicas, que son determinantes para los consumidores, pues la política de precios es un factor muy variable, de ahí su importancia a la hora de fijarlos.

c) Distribución: Consiste en un conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta. La distribución es un factor clave en la gestión comercial de cualquier compañía. Su distribución dependerá de las características del mercado, del mismo producto y de los consumidores, y de los recursos disponibles.

d) Promoción: Permite dar a conocer las características del nuevo producto y las ventajas que ofrece con respecto a los productos de la competencia. Para ello existen diversos medios de comunicación como: campañas publicitarias, venta personal, promoción de ventas, marketing directo, relaciones públicas, entre otras (Colomer, 2015).

4.1.15. Capacidad

- Capacidad Instalada: Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.
- Capacidad Utilizada: Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. En proyectos nuevos esta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años y generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa esta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada (Pasaca Mora, 2015).

4.1.16. Análisis FODA

El FODA es una herramienta de análisis que permite el 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, la cual busca planificar una estrategia de futuro.

Durante la etapa de planificación estratégica y a partir del análisis DAFO se debe poder contestar cada una de las siguientes preguntas:

¿Cómo se puede destacar cada fortaleza?

¿Cómo se puede disfrutar cada oportunidad?

¿Cómo se puede defender cada debilidad?

¿Cómo se puede detener cada amenaza?

Este recurso fue creado a principios de la década de los setenta y produjo una revolución en el campo de la estrategia empresarial (Perez Moya, 2014).

Matriz FODA

Las matrices de análisis FODA son una herramienta objetiva, práctica y viable de diagnóstico de diferentes actividades.

La metodología consiste en identificar en la matriz las Fortalezas y Debilidades (análisis interno) y las Oportunidades y Amenazas (análisis externo), para poder en función de ellas elaborar estrategias que permitan a ciertas actividades desarrollarse de una forma competitiva dentro del contexto en el cual se encuentran (Perez Moya, 2014).

El análisis consta de cuatro pasos:

- Análisis Externo
- Análisis Interno
- Confección de la matriz DAFO
- Determinación de la estrategia a emplear

Análisis Externo

La Organización no existe ni puede existir fuera de un entorno, fuera de ese entorno que le rodea; así que el análisis externo permite fijar las oportunidades y amenazas que el contexto puede presentarle a una organización.

Si hay circunstancias o hechos presentes en el ambiente que representan una buena OPORTUNIDAD la organización podría aprovechar, ya sea para desarrollarse aún más o para resolver un problema; también, puede haber situaciones que más bien representen AMENAZAS para la organización y que puedan hacer más graves sus problemas.

Oportunidades:

Las oportunidades son aquellos factores, positivos, que generan en el entorno y que una vez identificados, pueden ser aprovechados.

Amenazas:

Las amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que, llegado el caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearlas.

Análisis Interno

Los elementos internos que se deben analizar durante el análisis DAFO corresponden a las fortalezas y debilidades que se tienen respecto a la disponibilidad de recursos de capital, personal, activos, calidad del producto, estructura interna y de mercado, percepción de los consumidores, entre otros.

El análisis interno permite fijar las fortalezas y debilidades de la organización, realizando un estudio que permite conocer la cantidad y calidad de los recursos y procesos con que cuenta el ente.

Para realizar el análisis interno de una corporación deben aplicarse diferentes técnicas que permitan identificar dentro de la organización qué atributos le permiten generar una ventaja competitiva sobre el resto de sus competidores.

Fortalezas

Las fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian la programa o proyecto de otros de igual clase.

Debilidades

Las debilidades se refieren, por el contrario, a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización.

También se pueden clasificar: aspectos del servicio que se brinda, aspectos financieros, aspectos de mercado, aspectos organizacionales, aspectos del control.

Las debilidades son problemas internos, que, una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse (Perez Moya, 2014).

4.1.17. Matriz de Estrategias

Es una herramienta fundamental que permite formular estrategias o alternativas para cada empresa, mismas que están directamente vinculadas a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

FO: Estas son las mejores estrategias para sacar el máximo provecho de las oportunidades que se presentan, estas estrategias, usan las fuerzas internas de la empresa para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas.

DO: Estas estrategias se generan para reducir o eliminar las debilidades de tal manera que no inhiban el aprovechamiento de las oportunidades que se tiene. Permite sacar el máximo provecho posible de las oportunidades que se presentan en el entorno.

FA: Estas estrategias se desarrollan para identificar las vías que se necesita para reducir los efectos negativos de las amenazas que se presentan en el entorno. Las fortalezas bien canalizadas, protegen y hacen menos vulnerables a estos factores, para mejorar las posibilidades de éxito en el entorno.

DA: Estas estrategias son muy importantes para prevenir que las amenazas debiliten a la empresa a través de la vulnerabilidad que las debilidades generan. Estas estrategias son hechas como un plan defensivo contra el entorno (Perez Moya, 2014).

4.1.18. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

Un paso resumido para realizar una auditoría interna de la administración estratégica consiste en constituir una matriz MEFI. Este instrumento se caracteriza en formular estrategias resumen y evalúa las fuerzas 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. Al elaborar una matriz MEFI es necesario aplicar juicios intuitivos, por lo que el hecho de que esta técnica tenga apariencia de un enfoque científico no se debe interpretar como si la misma fuera del todo contundente.

Es bastante más importante entender a fondo los factores incluidos que las cifras reales.

En una matriz de evaluación de factores internos, es necesario realizar una lista de amenazas y oportunidades decisivas del proyecto. El numero

recomendado de amenazas y oportunidades clave a incluir en la MEFE, varía de 5 a 20. Para visualizar mejor este proceso se trabaja paso a paso.

Asignar una ponderación a cada factor que oscila entre 0.0 (sin importancia) 1.0 (muy importante).

La ponderación dada a cada factor indica la importancia relativa de dicho factor en el éxito de una industria dada. La sumatoria de todas las ponderaciones dadas a los factores deberá ser de 1.0

Hacer una clasificación de 1 a 4 para indicar si dicha variable presenta:

- Una amenaza importante (1)
- Una amenaza menor (2)
- Una oportunidad menor (3)
- Una oportunidad importante (4)

Multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación, para establecer el resultado ponderado para cada variable

Sumar los resultados ponderados para cada variable con el fin de determinar el resultado ponderado para una organización.

Un resultado 4.0 indicará que una empresa compite en un ramo atractivo y que dispone de abundantes oportunidades externas, mientras que un resultado 1.0 mostraría una organización que está en una industria poco atractiva y que afronta graves amenazas externas (Miguel Ángel Crespo Cibrán- Cecilio Huarte Galbán- Cibrán Ferez & Pilar Prado Román, 2013).

4.1.19. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

El análisis de evaluación de factor externo permitirá a los estrategas resumir y evaluar toda la información externa, como son: las variables

ambientales decisivas, predicciones ambientales determinantes y la matriz de perfil competitivo.

Los procedimientos requeridos para la construcción de una MEFE son:

Hacer una lista de amenazas y oportunidades decisivas del proyecto.

El numero recomendado de amenazas y oportunidades clave a incluir en la MEFE, varia de 5 a 20. Para visualizar mejor este proceso se trabaja paso a paso.

Asignar una ponderación a cada factor que oscila entre 0.0 (sin importancia) 1.0 (muy importante).

La ponderación dada a cada factor indica la importancia relativa de dicho factor en el éxito de una industria dada. La sumatoria de todas las ponderaciones dadas a los factores deberá ser de 1.0

Hacer una clasificación de 1 a 4 para indicar si dicha variable presenta:

- Una amenaza importante (1)
- Una amenaza menor (2)
- Una oportunidad menor (3)
- Una oportunidad importante (4)

Multiplicar la ponderación de cada factor por su clasificación, para establecer el resultado ponderado para cada variable

Sumar los resultados ponderados para cada variable con el fin de determinar el resultado ponderado para una organización.

Un resultado 4.0 indicará que una empresa compite en un ramo atractivo y que dispone de abundantes oportunidades externas, mientras que un resultado 1.0 mostraría una organización que está en una industria poco

atractiva y que afronta graves amenazas externas (Miguel Ángel Crespo Cibrán- Cecilio Huarte Galbán- Cibrán Ferez & Pilar Prado Román, 2013).

4.1.20. Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARPP)

Se trata de un método de investigación participativa y una herramienta de aprendizaje que compensa la omisión de los métodos de investigación tradicionales, que no permiten entender mejor lo que puede ser la realidad rural. El MARPP es un conjunto de métodos y herramientas, usados para dar la oportunidad a las poblaciones rurales y urbanas de presentar un conocimiento de su propia situación y condiciones de vida. Esta técnica establece un proceso de comunicación más próxima y reveladora de la población que los cuestionarios.

Por tanto, el método MARPP, es un proceso de aprendizaje intensivo, iterativo y rápido, establecido para entender unas situaciones específicas. Este método usa pequeños grupos multidisciplinarios y una gran diversidad de medios, herramientas y técnicas para recoger informaciones.

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

Durante la fase de diagnóstico (misión de exploración)

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

Durante la fase de planificación

Durante la fase de evaluación de la acción.

Las Claves de MARPP

Este Proceso tiene las características siguientes:

Como proceso de aprendizaje, el análisis se hace durante la investigación no después

Lo que queda es el saber local, no la interpretación del encuestador.

- Es un método dinámico: las herramientas y técnicas varían según la situación.

- Es un método flexible
- La escucha y la interacción con la comunidad son imprescindibles
- Las personas de la comunidad no son unos objetos que estudian sino unos colaboradores de la investigación
- Los investigadores tienen que analizar e interpretar en tiempo efectivo y estar siempre listos para hacer preguntas
- El equipo de investigación tiene que ser multidisciplinario, mezclando una diversidad de ramas sociales y técnicas.
- Los resultados son útiles si están interpretados y utilizados de una manera rápida (Perez Moya, 2014).

4.2. Marco Referencial

4.2.1. Antecedentes de la Parroquia

Existen algunas versiones acerca del nombre de San Pedro de Vilcabamba en razón de que los conquistadores al fundar las poblaciones les adjudicaban la advocación de algún santo, de la Virgen o de Jesús.

Así nombraron a la población como San Pedro; y, para diferenciarla de otras comunidades con el mismo nombre le agregaron “de Vilcabamba”.

El capitán Fernando de la Vega, dueño de la hacienda Hatillo, a fines del siglo XVII, destinó las tierras de Mandango a los indios y mestizos de Vilcabamba y las de la otra orilla del río, a los de San Pedro con el título de comuna.

Las comunas eran regidas por cacicazgos, en la comuna de San Pedro el gobierno estaba constituido por el cabildo y sus regidores principales: gobernador, sacerdote, alcalde y el síndico de la iglesia.

Esta modalidad perduró hasta 1937, año en el que se promulgó la ley de comunas con la reorganización en la estructura del cabildo, la directiva quedó representada por: presidente, vicepresidente, síndico, procurador, secretario y vocales.

Finalmente, el 6 de febrero de 1756 el Abogado de la Real Audiencia de Quito, el General Joseph Gabriel de Piedrahita pronunció su sentencia señalando que las tierras pertenecientes a El Hatillo y Cucanamá sean para los indios de Vilcabamba; mientras que las tierras que pertenecían a la comuna ubicada en las inmediaciones de Uchima, Ama y Cararango sean para los indios que habitaban en lo que hoy se conoce como San Pedro.

El acto de medición y entrega de las tierras a los indígenas habitantes de estas comunas tuvo lugar el 1 de septiembre de 1756, fecha en la que se celebra la fundación del Barrio de San Pedro de Vilcabamba.

San Pedro de Vilcabamba fue elevada a la categoría de Parroquia el 5 de agosto de 1987, luego de 230 años de su fundación como barrio.

Una característica general de esta comunidad es que desde antes y después de su parroquialización con la dirección de sus líderes comunitarios y con el apoyo de sus moradores, emprendieron en conjunto a realizar obras mediante el sistema tradicional de la “minga”. Es así que se construyó la Iglesia Central, escuelas, canchas, cementerio, caminos vecinales, canales de riego, casa comunal, Seguro Social Campesino, obras que sirven para el desarrollo social de la parroquia y han sido reconstruidas por los organismos de desarrollo provincial y cantonal.

4.2.2. Descripción de la Finca “León Toledo”

La parroquia San Pedro de Vilcabamba, ubicada al sur - oriente de la ciudad de Loja, se encuentra a 1.700 m de altura, con un clima excepcional, se dice que es uno de los lugares más notables del mundo debido a que por su altura se puede cultivar, cosechar y secar de manera natural el delicioso café de altura con participación de caficultores de la zona.

Es aquí, donde se encuentra la microempresa de la familia León - Toledo que ha venido sirviendo y contribuyendo con esfuerzo, trabajo y dedicación al desarrollo económico de la Región Sur del País.

Esta microempresa lojana, creada en el 1970 por el Señor Edilberto León, quien empezó con la fabricación de panela para después involucrarse de lleno a la compra y venta de café en grano, donde cubría la demanda del mercado local y regional.

Debido a que, su café es muy apetecido se dio a conocer y empezó a crecer esta demanda y hoy en día comercializa a nivel nacional y exporta a nivel internacional; su otra actividad comercial, es la venta de café tostado en grano y molido, esta actividad nació por la necesidad de satisfacer a muchas de las personas que solicitaban se brinde un café de buena calidad.

Durante 42 años la familia León Toledo ha venido contribuyendo al desarrollo de las parroquias del cantón y provincia de Loja, así como, de los cantones de Palanda y Chinchipe de la provincia de Zamora Chinchipe; de esta manera, y durante muchos años de esfuerzo se ha mantenido en esta actividad de producción y comercialización de café de altura, principalmente, la variedad "arábigo", que se ha convertido en una fuente de ingreso y reactivación de la economía de las familias productoras locales. Esta actividad, tiene cumplida realización, partiendo de una administración familiar, liderada por Don Edilberto León, y actualmente, administrada por su hija Ing. Ximena Mónica León Toledo, quien se ha visto en la necesidad de emprender la actividad cafetalera y realizar los procesos de negociación mediante las exportaciones de manera directa, gracias a los procesos de capacitación, formación y asesoría de programas desarrollados por el estado ecuatoriano.

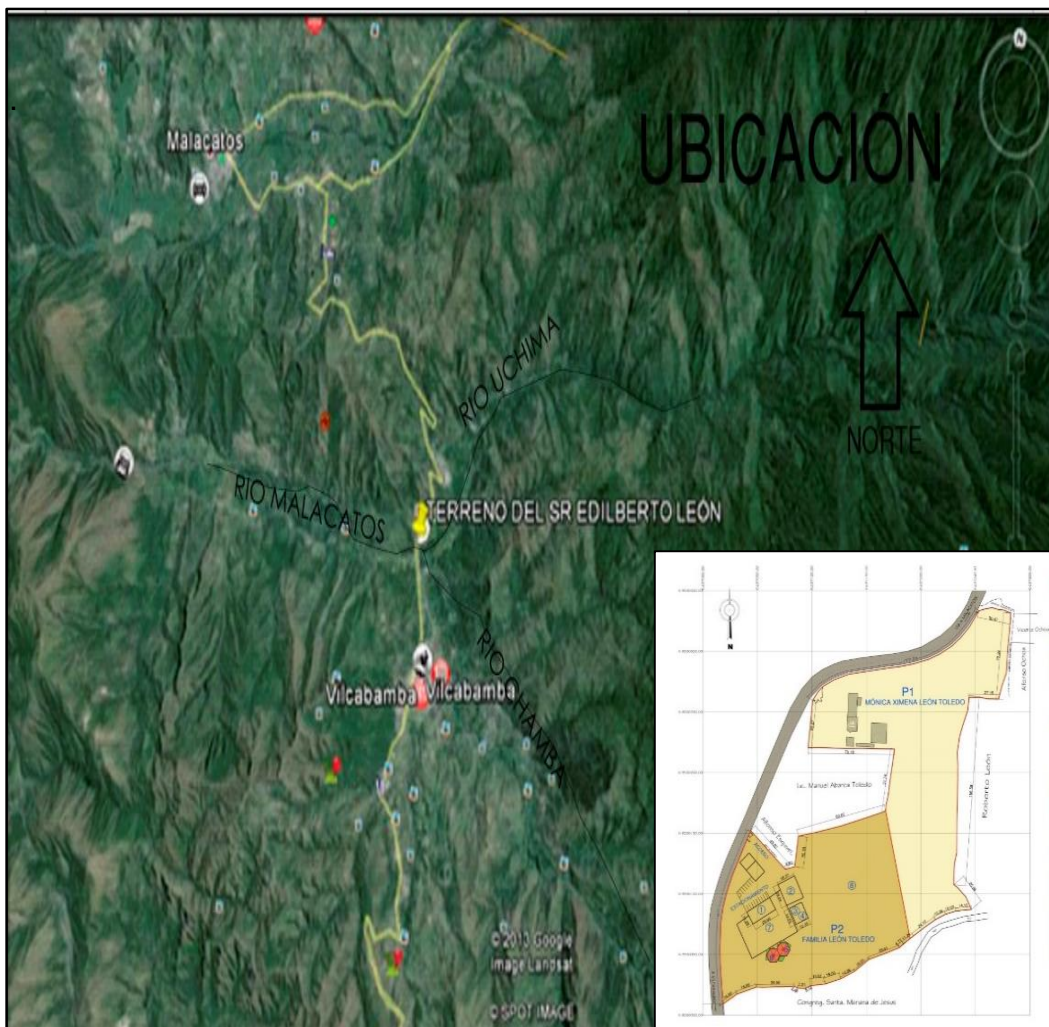
En la actualidad, cuenta con una adecuada infraestructura física que, les permite atender las necesidades de sus clientes, en cuanto a procesos de producción y comercialización.

Poseen maquinarias y equipos indispensables para realizar un buen tratamiento de limpieza, procesamiento y empaquetado del café.

4.2.3. Ubicación de la Finca

La finca cafetalera “León – Toledo se encuentra ubicada en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, cantón Loja, a treinta metros de la Hostería Madre Tierra la cual se encuentra ubicada en el barrio Alama.

Figura N° 1: Ubicación Geográfica de la Finca Cafetalera “León Toledo”



Fuente: Google Mapas
Elaboración: La Autora.

4.2.4. Macro Geo-referenciación

4.2.4.1 Cantón Loja

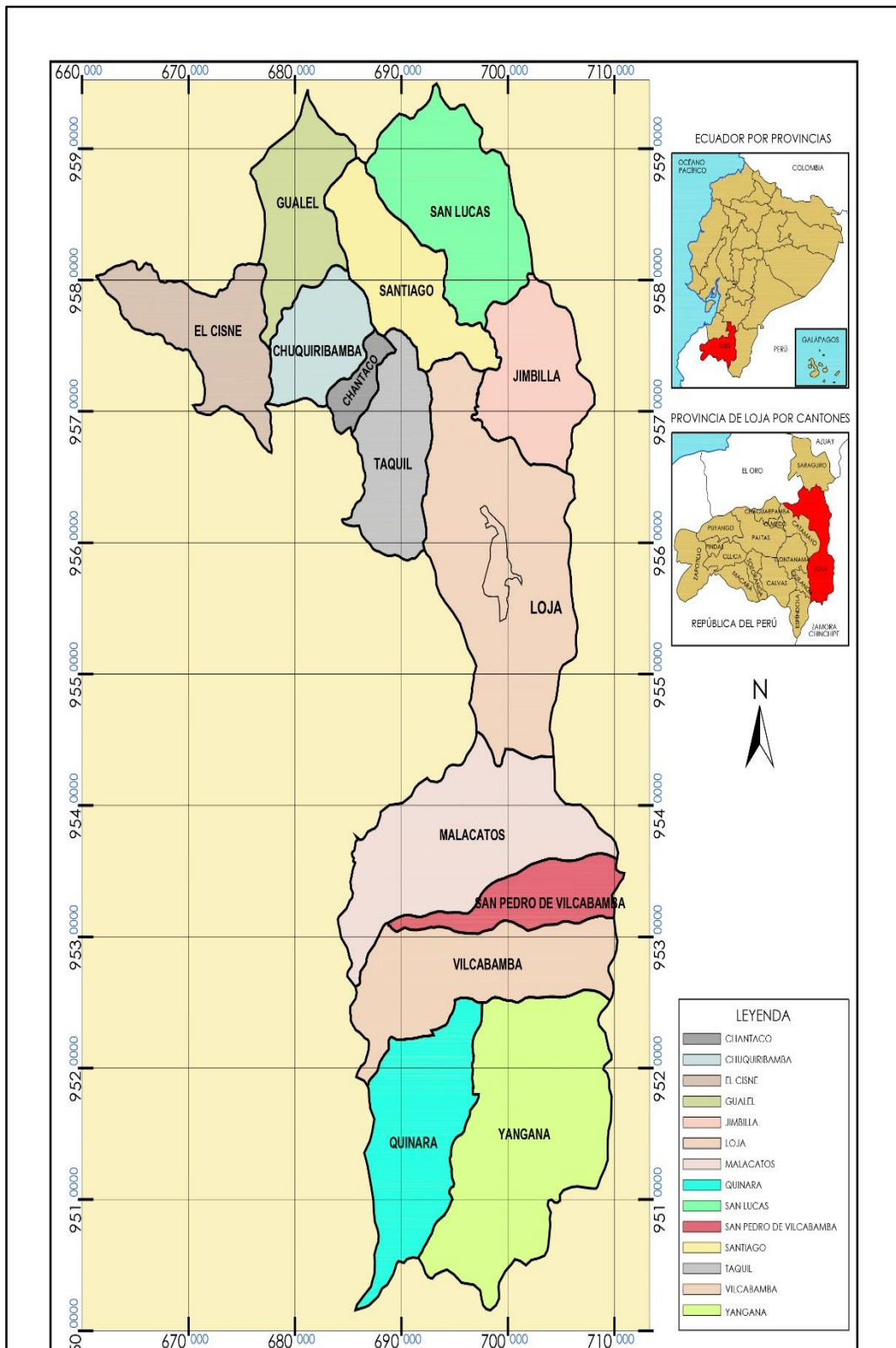
Cuadro N° 1: Datos Generales del Cantón Loja

L O J A Capital: Loja	Cantones	Loja, Macará, Paltas, Calvas, Puyango, Saraguro, Célica, Catamayo, Espíndola, Gonzanamá, Sozoranga, Olmedo, Chaguarpamba, Pindal, Quilanga y Zapotillo.
	Parroquias Urbanas	Sucre, Sagrario, Valle, San Sebastián
	Parroquias Rurales	Chantaco, Chuquiribamba, El Cisne, Gualel, Jimbilla, Malacatos, Quinara, San Lucas, San Pedro de Vilcabamba, Santiago, Taquil, Vilcabamba, Yangana.
Altitud	Máxima: 2.500 m.s.n.m. Mínima: 1500 m.s.n.m	
Temperatura	La temperatura promedio a nivel de cantón Loja es de 15 °C	
Clima	El clima de Loja es temperado-ecuatorial subhúmedo. Con una temperatura media del aire de 15 °C. La oscilación anual de la temperatura lojana es de 1,5 °C, generalmente cálido durante el día y más frío y húmedo a menudo por la noche.	
Población	La población total en el cantón Loja es de 218.000 habitantes, aproximadamente, la cual está distribuida en un 68 % en la zona urbana, 13% en la periferia, y 19% en las parroquias rurales.	
Límites	Norte	Saraguro
	Sur	Provincia de Zamora Chinchipe
	Este	Provincia de Zamora Chinchipe
	Oeste	Provincia de Oro, Catamayo, Gonzanamá, Quilanga
Extensión	2.968 Km ² .	

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial – Cantón Loja
Elaboración: La Autora.

4.2.4.2 Ubicación Geográfica

Figura N° 2 División Parroquial del Cantón Loja



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial – Cantón Loja
 Elaboración: La Autora.

4.2.4.3 Parroquia San Pedro de Vilcabamba

Cuadro N° 2: Datos Generales de la Parroquia S.P.V

Número de Habitantes	Mujeres	639 habitantes
	Hombres	650 habitantes
	Total	1289 habitantes
Idioma Nativo	Castellano	
Extensión	68.27 km2 aproximadamente	
Ubicación	Se encuentra en la Provincia de Loja, a 37km de la ciudad de Loja	
Coordenadas Geográficas	Longitud: 79 ° 13' 17" Oeste Latitud: 4° 14' 36" Sur	
Límites	Norte	Parroquia Malacatos
	Sur	Parroquia Vilcabamba
	Este	Provincia de Zamora Chinchipe
	Oeste	Con las Parroquias de Malacatos y Vilcabamba
Orográfica	Encontramos algunos cerros que la circundan, entre éstos tenemos: Laguarango, Carango, Cerro Grande, La Pirámide entre otras.	
Temperatura	La temperatura promedio es de 19,4 ° C	
Clima	Subtropical seco, influenciado por la Cordillera de los Andes	
Precipitación	Meses de Octubre a Mayo del siguiente año	
Altitud	Mínima: 1650 m.s.n.m. Máxima: 1700 m.s.n.m	
Hidrografía	Rio Uchima, al cual fluyen quebradas como la Culebrilla, Alzar, Colanuma y Chincal Verde.	

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial, Parr: SPV
Elaboración: La Autora.

4.2.4.4 División Política

La Parroquia San Pedro de Vilcabamba se encuentra actualmente dividida por tres barrios urbanos que son: Central, Panecillo y Dorado; y por seis barrios rurales que son: El Chaupi, Uchima, Amala, Sacapo, Carango y Quesera.

4.2.4.5 Ámbito Cultural

- Fiestas de Parroquialización

La parroquialización de San Pedro de Vilcabamba se efectuó el 29 de noviembre de 1987, mediante acuerdo ministerial emitido en Quito el 5 de agosto de 1987, por el Lcdo. Luis Roble Plaza, Ministerio de Gobierno y de Municipalidades (Gobierno del Ing. León Febres Cordero) y publicado en el Registro Oficial N° 752.

- Celebraciones Patronales y Festividades de la Parroquia SPV

Cuadro N° 3: Fiestas Religiosas de la Parroquia SPV

Fecha	Lugar	Motivo
28 Junio	Barrios de S.P.V	Fiestas Señor de la Agonía
30 de Junio	Barrio Central	Honor al Señor de la Caída
30 de Agosto	Barrio Cararango	Santa Rosa
8 de Septiembre	Barrio Chaupi	Honor a la Virgen María y el Chaupi
25 de Diciembre	Barrio Sacapo	Fiesta de Navidad
29 de Junio	Barrio Central	Fiestas San Pedro

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial SPV
Elaboración: La Autora

- Tradiciones

Los habitantes de San Pedro de Vilcabamba destacan la unión familiar y comunal, la realización de mingas que aún existen y se promueve a la gente para realizar trabajos por el pueblo, para la comuna, las fiestas religiosas y civiles como las del Patrono de San Pedro, Carnaval, Parroquialización y Fin de año la comunidad se reúne y forman un comité de fiestas en las cuales se ponen de acuerdo para realizar actividades como rifas, bingos etc., así como también donaciones voluntarias y colaboraciones de las colonias de esta parroquia, residentes en Loja, Quito, Estados Unidos y España y realizar procesiones con sus respectivos priostes y misas ya que su gente es de religión católica.

4.2.4.6 Gastronomía de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba

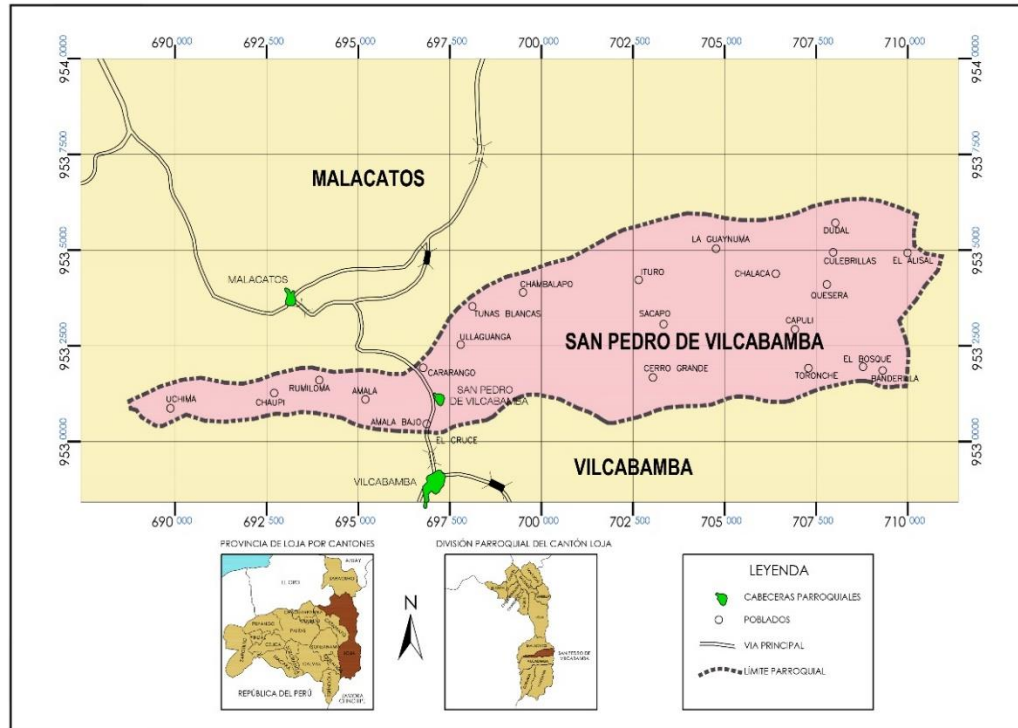
Cuadro N° 4: Gastronomía de Parroquia San Pedro de Vilcabamba

GASTRONOMÍA TÍPICA	GASTRONOMÍA TRADICIONAL
Chivatos	Tamales, humitas
Carmelitas	Repe, cecina, seco de chivo
Batido de dulce de Maní	Caldo de gallina criolla
BEBIDAS	
Agudo de leche	Chica
Ponche	Guarapo
Canelazo	Horchata

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial – SPV
Elaboración: La Autora.

4.2.4.7 Ubicación Geográfica

Figura N° 3: Parroquia San Pedro de Vilcabamba



Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial – SPV
Elaboración: La Autora.

4.2.4.8 Actividad Turística de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba

La Parroquia San Pedro de Vilcabamba, es parte de un pequeño territorio, con una belleza paisajística indudable, la cual engloba la vista panorámica de la zona sur oriental del cantón Loja, es una tierra bendecida con singulares encantos naturales únicos; es parte del valle de la Longevidad, y está rodeado por pintorescas elevaciones, bañada por las aguas cristalinas del río Uchima. San Pedro es la primera población que lo atraviesa, posee un prodigioso clima lo cual es atrayente para los turistas nacionales y extranjeros, la fauna y la flora existente hace de este pueblo un lugar maravilloso, todavía podemos disfrutar del canto de las aves y del verdor y frescura de la naturaleza.

Sus habitantes son acogedores, solidarios y trabajadores, viven y se desenvuelven en un ambiente de tranquilidad y armonía. Por sus antecedentes se afirma que San Pedro de Vilcabamba es un paraíso para la vida humana, ya que habitan muchos longevos que han dado renombre internacional al “Valle de la Longevidad”.

Los principales atractivos turísticos más importantes que ofrece la parroquia son:

El Río Uchima: Una de las fortalezas que tiene San Pedro de Vilcabamba es su río, considerado como el único en la Provincia de Loja que posee sus aguas limpias y cristalinas. Cabe destacar que, su estribación conserva la belleza natural de su vegetación que sirve de albergue de la biodiversidad.

Las Truchas de Salado: Se encuentra ubicado en el barrio Sacapo a una distancia aproximada del centro parroquial de 2.5 km., para llegar al lugar se debe tomar la vía que conduce al río y seguir la rivera del mismo hasta el sector denominado el “Salado”.

El Salado y el Agua Soda: Se localiza en la rivera derecha del Río Uchima a 3 km aproximadamente del centro de la parroquia, y está compuesta por rocas recubiertas de sal, en la parte baja junto a la orilla del río desde lo más profundo de la tierra surge un arroyo de agua con sabor a sustancias minerales que tiene propiedades curativas.

Laguna Banderilla: Está ubicada en las estribaciones de la Cordillera de los Andes sirve de límite con la provincia de Zamora Chinchipe, de ésta nace el río Uchima y otros ríos que bañan a la provincia de Zamora, es un lugar muy visitado en época de vacaciones por personas que les gusta la aventura campestre.

4.2.5. Micro Georreferenciación

4.2.5.1 Datos Generales

Cabecera Cantonal: Loja

Cabecera Parroquial: San Pedro de Vilcabamba

Hectáreas de la Finca: 1.72Hct

Altitud: 1700 m.s.n.m.

Clima: Subtropical seco, influenciado por la Cordillera de los Andes

Ubicación: Se encuentra en la vía Loja - Vilcabamba a 100 metros, diagonal a la hostería Madre Tierra, en la parroquia San Pedro de Vilcabamba.

4.2.5.2 Reseña Histórica de la Finca Cafetalera “León Toledo”

Es una micro empresa, cuyos orígenes se remontan hacia el año 1970 cuando inicia sus operaciones, destinadas a la compra - venta, producción y comercialización del café, en sus diversas presentaciones, principalmente, el café en grano y molido. El propósito de la familia, es ofrecer un producto de excelente calidad. La finca cafetalera como tal, cuenta con capital propio y una infraestructura física adecuada para el desarrollo de todas las actividades de producción que se realizan en ella, como son: Tendales (patios de secado natural del grano), bodegas de almacenamiento del café, nave de secado mecánico y temporal del mismo; áreas de procesamiento del café en grano: selección, tostado, molido y empaclado en instalaciones propias; dispone además, de un área de recepción para visitantes en la vivienda de la familia.

5. MATERIALES Y MÉTODOS:

5.1. Materiales:

Los materiales que se utilizarán en la presente investigación fueron los siguientes:

5.1.1. Materiales de Oficina

Hojas de papel bond A4, esferográficos, impresiones, cuadernos, grapadora, carpetas.

5.1.2. Equipos de Oficina

Computadora, impresora, fotocopiadora, escaner.

5.1.3. Materiales Bibliográficos

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

5.1.4. Materiales Tecnológicos:

Cámara fotográfica, infocus, internet, flash memory, grabadora, computador, Alquiler de GPS.

5.2. Métodos Y Técnicas

5.2.1. Métodos

Para la elaboración de este proyecto de investigación fue necesario utilizar diferentes métodos y técnicas de investigación, que ayudaron a facilitar el desarrollo de la misma, a través de análisis, permitiendo generar resultados viables y de factibilidad para la implementación de productos turísticos por medio de un plan de negocios para la mencionada finca cafetalera.

Método Deductivo:

Este método fue aplicado para tomar información a partir de datos generales con la finalidad de llegar a datos específicos, permitiendo conocer la situación actual en la que se encuentra la finca y la parroquia, respetivamente.

Método Inductivo:

Aquel que me permitió abordar datos reales de la parroquia y sus atractivos, a través de información particular o específica, por lo que se utilizó este método para realizar el diagnóstico y la elaboración del plan de negocios.

Método Descriptivo:

Este método fue utilizado para la descripción de datos y características de una población; mediante el cual, se obtuvo información para describir las características de cada uno de los atractivos de la parroquia y de la finca, permitiendo hacer el levantamiento de información de manera precisa; de esta forma, se pudo conocer el estado actual y el valor potencial en el ámbito turístico.

Método Histórico:

Se utilizó para analizar los antecedentes históricos de la parroquia y sus atractivos, este procedimiento de investigación sirvió para esclarecer los fenómenos culturales que existen en la región.

Método Analítico:

Este método permitió analizar y evaluar el proyecto; lo cual, determinó procesar adecuadamente la información obtenida en la base de datos, y arribar a la síntesis de las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

5.2.2. Técnicas

Observación Directa:

Con la aplicación de esta técnica se pudo realizar el levantamiento de información teniendo el contacto directo con el lugar de estudio; lo cual, permitió evidenciar la situación actual de la finca cafetalera, las necesidades que tienen; así como, los atractivos adyacentes a la misma con el fin de involucrar este destino a la actividad turística.

Encuesta:

Esta Técnica permitió recoger datos mediante la aplicación de una encuesta en este caso el proyecto de plan de negocios para la finca “León Toledo” se aplicaron al PEA de la ciudad de Loja, al PEA de la parroquia San Pedro de Vilcabamba y a los turistas que ingresaron a Loja en el año 2015, 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 esto proponer algunas directrices para el correcto manejo del plan de negocios con miras a la aceptación de las actividades que se desarrollarán en la finca.

Entrevista:

Esta técnica fue aplicada con el propósito de recopilar información precisa que permita resolver posibles soluciones al problema de la investigación, para ello se realizaron entrevistas a la Ing. Mónica Ximena León Toledo, administradora de la finca cafetalera, Sr. Edilberto León, propietario de la misma y al Sr. Huber Ontaneda Barista de la finca.

Método Analítico Rápido Y Planificación Participativa (MARPP):

Se puso en práctica este método para la socialización directa con las personas involucradas permitiendo de esta manera la toma de decisiones una vez concluida la propuesta del plan de negocios.

F.O.D.A:

Se logró detectar las fortalezas y debilidades de la finca en el ámbito interno, las oportunidades y amenazas del ámbito externo que dio lugar al planteamiento de objetivos estratégicos para la finca cafetalera “León Toledo”.

5.2.3. Metodología por Objetivos

Para el cumplimiento del primer objetivo **Realizar un diagnóstico situacional turístico en la finca cafetalera “León Toledo” perteneciente la parroquia San Pedro de Vilcabamba, cantón Loja**; se utilizó los métodos inductivo y deductivo que fueron necesarios para obtener y seleccionar datos específicos del lugar de estudio y así realizar el levantamiento de información, requerida para la elaboración del diagnóstico de la parroquia, así como, de la finca cafetalera; el método histórico me permitió obtener información precisa del estado actual de la finca. En cuanto a las técnicas que se utilizaron para la realización de este objetivo están: observación directa, es decir se acudió a la parroquia San Pedro de Vilcabamba lugar donde se encuentra la finca cafetalera “León Toledo”, la cual me sirvió para conocer los atractivos con que cuenta la parroquia, finca cafetalera y ver las potencialidades que poseen a través de fichas de inventario del MINTUR y fichas resumen; la entrevista fue dirigida a la Ing. Mónica León Toledo administradora de la finca, al Sr. Huber Ontaneda Barista de la finca y al Sr. Edilberto León propietario.

Con la que se obtuvo información interna y externa la cual aportó al avance del proyecto; De la misma manera se realizó la encuesta en base al método descriptivo, misma, que definió datos y características de la población y permitió también, conocer las necesidades de la población y obtención de información relevante y necesaria con el fin de realizar mejoras para el lugar.

Tipo de Muestra:

En el presente trabajo de tesis, se realizó un tipo de encuesta para el desarrollo del proyecto, tomando en cuenta tres universos: el primero, se tomó de los datos estadísticos del INEC del último censo realizado en el año 2010; que corresponde a la población económicamente activa de la ciudad de Loja; (ver cuadro N°5) así mismo, se tomó los datos estadísticos de los turistas nacionales y extranjeros que ingresaron a la ciudad de Loja en el año 2015, (ver cuadro N° 6) y la población económicamente activa de la parroquia San Pedro de Vilcabamba. (ver cuadro N° 8). Finalmente, conociendo estos datos se procedió a realizar el cálculo de la población futura para el año 2016, aplicando la fórmula de la proyección de la población que se muestra a continuación:

Cuadro N° 5: Fórmula de Proyección PEA ciudad de Loja

<p>$Pf = Pa(1 + r)^n$ Pf= Población Futura Pa=Población último censo (2010) r= Tasa de crecimiento n= Número de años que pasaron del último censo hasta la actualidad (2016-2010 = 6)</p>	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>Pa=</td> <td style="text-align: right;">78.319</td> </tr> <tr> <td>r= 2.65%</td> <td style="text-align: right;">0.0265</td> </tr> <tr> <td>n= 2010+ 2016</td> <td style="text-align: right;">6</td> </tr> </table> <p>$Pf_{2016} = Pa_{2010}(1 + r)^6$ Pf = 78319(1.1699) Pf = 78319(1 + 0.0265)⁶ Pf = 78319(1.0265)⁶ Pf = 91626</p>	Pa=	78.319	r= 2.65%	0.0265	n= 2010+ 2016	6
Pa=	78.319						
r= 2.65%	0.0265						
n= 2010+ 2016	6						

Fuente: Censo Inec (2010)
 Elaboración: La Autora.

Cuadro N° 6: Fórmula de Proyección Turistas que Ingresaron a la ciudad de Loja

$Pf = Pa(1 + r)^n$ <p>Pf= Población Futura Pa=Población entrada turistas (2015) r= Tasa de crecimiento n= Número de años que pasaron del último censo hasta la actualidad</p>	<table border="1"> <tr> <td>Pa=</td> <td>2.899</td> </tr> <tr> <td>r= 0.50%</td> <td>0.005</td> </tr> <tr> <td>n= 2015+ 2016</td> <td>1</td> </tr> </table>	Pa=	2.899	r= 0.50%	0.005	n= 2015+ 2016	1
	Pa=	2.899					
r= 0.50%	0.005						
n= 2015+ 2016	1						
	<p>Pf2016 = Pa₂₀₁₅(1 + r)¹ Pf = 2899(1 + 0.005)¹ Pf = 2899(1.005)¹ Pf = 2.913 Pf = 2899(1.005)</p>						

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaboración: La Autora.

Cuadro N°7: Fórmula de Proyección PEA San Pedro de Vilcabamba

$Pf = Pa(1 + r)^n$ <p>Pf= Población Futura Pa=Población último censo (2010) r= Tasa de crecimiento n= Número de años que pasaron del último censo hasta la actualidad</p>	<table border="1"> <tr> <td>r= 0.18%</td> <td>0.0018</td> </tr> <tr> <td>n= 2010+ 2016</td> <td>6</td> </tr> </table>	r= 0.18%	0.0018	n= 2010+ 2016	6
	r= 0.18%	0.0018			
n= 2010+ 2016	6				
	<p>Pf2016 = Pa₂₀₁₅(1 + r)⁶ Pf = 1245(1 + 0.0018)⁶ Pf = 1245 (1.0018)⁶ Pf = 1245 (1.010) Pf = 1257</p>				

Fuente: Gad Parroquial San Pedro de Vilcabamba

Elaboración: La Autora.

Cuadro N° 8: Desglose. - Proyección ciudad de Loja (PEA), Turistas que entran a la ciudad de Loja, San Pedro de Vilcabamba (PEA)

Población	PF	%
PEA ciudad Loja =	91.626	95,65
Turistas ciud Loja =	2.913	3,049
San P. Vilcabamba =	1.257	1,311
PF TOTAL 95,796		100%

Fuente: Gad Municipal, Gad Parroquial, Mintur
Elaboración: La Autora.

Para cumplir con el número exacto de encuestas a aplicar, se tomó en cuenta la siguiente fórmula:

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

En donde:

- n**=Tamaño de la muestra
- N**= Población en estudio
- P**= Probabilidad de éxito (0,50%)
- Q**= Probabilidad de fracaso (0,50%)
- Z**= Nivel de confianza (1,96)
- e**= Error estándar (5%)

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (95.796)}{95.796 * (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50)(95.796)}$$

$$n = \frac{3.8416 * 23.949}{239.49 + 0.9604}$$

$$n = \frac{92.002,4784}{240.4504}$$

$$n = 382.62 = 383 \text{ encuestas}$$

Por lo tanto, a través de la fórmula anteriormente desarrollada, se determinó que se deben aplicar 383 encuestas de acuerdo a esta distribución muestral:

Cuadro N°9: Población y muestra

DESCRIPCIÓN	Nro. de encuestas	%
PROYECCIÓN PEA CIUDAD DE LOJA	334	87.21
TURISTAS CIUDAD DE LOJA	25	6.52
TURISTAS SAN PEDRO DE VILCABAMBA	24	6.26
TOTAL	383	100

Fuente: Censo Inec (2010)
Elaboración: La Autora.

Se diseñó la matriz de involucrados, la matriz FODA que permitió evidenciar la situación interna donde se describió las fortalezas y debilidades que presenta la finca cafetalera, con más relevancia, en la situación externa se detallaron las amenazas y oportunidades aspectos del entorno que obstaculizaban el logro de los objetivos planteados en el proyecto. Finalmente se aplicó la Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE) que me permitió reducir y evaluar toda la información externa y la Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI) igualmente evaluó la información encontrada dentro de la empresa y de esta forma realice la formulación de estrategias a seguir.

Para llevar a cabo el cumplimiento del segundo objetivo **“Proponer un Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca “León Toledo”**, se efectuó mediante los datos que se obtuvo en el diagnóstico, además se utilizó el método inductivo y descriptivo, esto, con la finalidad de estructurar la propuesta; en igual forma, se analizó la información obtenida, mediante el diagnóstico situacional de los factores internos y externos; y con ello, los resultados obtenidos de los objetivos estratégicos para poner en marcha la estructura del plan de negocios, utilizando para ello, el método analítico; mismo que, permitió analizar y evaluar el proyecto; Se empleó, además, el estudio administrativo, que a la par, determinó también, los elementos administrativos del mismo, como: la planeación estratégica, las acciones a realizar para alcanzar los objetivos estratégicos, y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado; así como, el estudio técnico para determinar la propuesta en sí, de los productos y servicios turísticos con los que contará la finca cafetalera; además, el estudio financiero, mismo que, arrojó las estadísticas a 5 años plazo, permitiendo conocer los gastos y la inversión necesaria para el proyecto. El marketing Mix el cual dio las pautas para realizar la promoción de la finca cafetalera, el estudio ambiental se lo realizó por medio de la matriz de Leopold la cual ayudó a detectar los posibles impactos ambientales que genera el proyecto.

Finalmente, para el desarrollo del Tercer objetivo: **Socializar la propuesta del Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “León Toledo” a las autoridades como a la sociedad civil**, se aplicó el método deductivo que sirvió, en forma conjunta, para unificar la propuesta del Plan de Negocios; así como también, para identificar y definir las conclusiones y recomendaciones del presente proyecto, se empleó el método de análisis rápida y planificación (MARRP) la misma que consistió en tres frases: antes, durante y después.

1.- En la primera fase se buscó el lugar, se acordó la fecha y la hora, la lista de invitados, envió de las invitaciones a las autoridades, propietarios de la finca y comunidad en general.

2.- La segunda fase consistió en dar cumplimiento a la agenda de socialización del proyecto, se expuso la propuesta del trabajo de investigación a todos los asistentes.

3.- En la tercera fase se realizó la memoria de la socialización con la descripción de los resultados a los propietarios de la finca y los técnicos del Consejo Provincial de Loja asegurando de esta manera, el compromiso de ejecución del mismo.

6. RESULTADOS

6.1. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO EN LA FINCA CAFETALERA “LEÓN TOLEDO” PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA, CANTÓN LOJA.

6.1.1. Análisis Externo

Consiste en identificar y evaluar los factores que están fuera de la organización o del lugar en estudio, estos factores se interrelacionan y afectan ya sea de manera positiva o negativa; de esta manera, el análisis externo permite fijar las oportunidades y amenazas que el contexto puede presentarle a una organización, institución o empresa. Estos factores son cinco: demográfico, económico, político, socio-cultural, tecnológico y ambiental.

6.1.1.1 Factor Demográfico:

Los datos demográficos se refieren, entre otros, al análisis de la población por edades, situación familiar, grupos étnicos, índices de natalidad, mortalidad, educación y otras estadísticas económicas y sociales.

a. Población del Cantón Loja:

El cantón Loja constituye un centro de atracción provincial, puesto que, al ser la cabecera provincial presenta mejores condiciones de vida respecto de los restantes cantones. Ello se traduce, en un mayor número de centros educativos, comercios, empresas, actividades financieras, etc. El cantón Loja está conformado por 4 parroquias urbanas que son: El Sagrario, Valle, San Sebastián, Sucre y 13 parroquias rurales que son: Chuquiribamba, Chantaco, Gualiel, El Cisne, Jimbilla, Malacatos, Quinara, San Lucas, San Pedro de Vilcabamba, Santiago, Taquil, Vilcabamba y Yangana.

Según los datos del último censo, proporcionados por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), el cantón Loja cuenta con una población de 214.855 habitantes, el 47.9% respecto a la provincia de Loja, habiendo 111.385 mujeres que representan el 48.8% y 103.470 hombres que representan el 46.9% con una tasa de crecimiento de 2,27%.

Cuadro N° 10: Población del cantón Loja 2010-2016

POBLACIÓN DEL CANTÓN LOJA							
AÑOS/ POBLACIÓN	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Femenino	111.385	113.913	116.498	119.142	121.846	124.611	127.439
Masculino	103.470	105.818	108.220	110.676	113.188	115.757	118.384
TOTAL	214.855	219.731	224.718	229.818	235.034	240.368	245.823

Fuente: INEC 2010
Elaboración: La Autora.

La proyección para el año 2011 registra una población de habitantes de 219.731 de los cuales 113.913 son mujeres y 105.818 son hombres misma que ha ido en aumento durante los últimos cinco años, pues para el año 2016 la población alcanzó los 245.823 habitantes. En el cantón Loja predominan las mujeres; además, cabe señalar que, el crecimiento poblacional sigue manteniendo la misma tendencia, por lo que se registra un incremento sostenido en la población.

La población que más predomina son los mestizos con 90.2% seguida de blanca con 3,5%, indígena con un 2,6%, Afro ecuatoriano con 2,5% de su población, esta auto identificación es el resultado de la cultura y las costumbres de los habitantes del cantón.

El analfabetismo en los habitantes del cantón Loja es del 3,2% contra un 96.6% de individuos que asisten a centros educativos entre 5-14 años y un 84% en edades entre 15-17 años.

Es importante mencionar que la población hombres y mujeres en edad activa (15-64 años) ha disminuido, debido al alto grado de migración, sobre todo la masculina.

En cuanto a la ciudad de Loja cuenta con 86.631 hombres y 93.986 mujeres con un total poblacional de 180.617 habitantes y una tasa de crecimiento de 2,65%.

Cuadro N° 11: Población de la ciudad de Loja 2010 -2016

POBLACIÓN LA CIUDAD DE LOJA							
AÑOS/ POBLACIÓN	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Femenino	93.986	96.476	99.032	101.656	104.349	107.114	109.952
Masculino	86.631	88.926	91.282	93.700	96.183	98.731	101.347
TOTAL	180.617	185.402	190.314	195.356	200.532	205.845	211.299

Fuente: INEC 2010
Elaboración: La Autora.

La proyección para el año 2011 registra una población de habitantes de 185.402, de los cuales 96.476 son mujeres y 88.926 son hombres; misma que, ha ido en aumento durante los últimos cinco años, pues para el año 2016 la población alcanzó los 211.299 habitantes; de igual manera, se puede observar el predominio de mujeres.

Según el INEC (2010), la parroquia San Pedro de Vilcabamba tiene una población de 1289 habitantes, habiendo 650 hombres y 639 mujeres con una tasa de crecimiento de 0.18%.

**Cuadro N° 12: Población de la parroquia San Pedro de Vilcabamba
2010 -2016**

POBLACIÓN DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA							
AÑOS/ POBLACIÓN	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Femenino	639	640	641	642	643	644	645
Masculino	650	651	652	653	654	655	656
TOTAL	1289	1291	1293	1295	1297	1299	1301

Fuente: INEC 2010
Elaboración: La Autora.

Como se puede observar los 650 habitantes pertenecen a la población masculina y 639 habitantes que corresponden a la población femenina.

En la Cabecera parroquial “San Pedro de Vilcabamba” de un total de 459 habitantes que están en edad de producir, únicamente, el 40.30% corresponde a la población económicamente activa, y el 59.70% al grupo de personas inactivas económicamente; ya que, realizan otro tipo de actividades entre las que podemos citar: quehaceres domésticos, estudiantes, jubilados, etc. (INEC, 2016).

Análisis: Este factor influye de manera directa en el proyecto debido a que la tasa de crecimiento poblacional sube y por ende la demanda de consumidores locales, lo cual es una ventaja para la finca ya que recibirá visitantes locales y extranjeros.

6.1.1.2 Factor Económico

Desde el punto de vista económico el turismo forma parte de las actividades económicas para la transformación de la matriz productiva; este factor me permitirá analizar la importancia que tiene el turismo en la economía del país, y la relación y aporte que ha tenido la competitividad turística en el crecimiento económico y del turismo en el mismo.

- **Tasa de Inflación**

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

En septiembre del 2016, el índice de precios al consumidor (IPC) registró las siguientes variaciones: 0,15% la inflación mensual, 1,63% la anual; y 0,92% la acumulada; mientras que, para el mismo mes, en el 2015 la inflación mensual fue de 0,26%; 4,55% la anual; y 2,66% la acumulada.

Ecuador al registrar la tasa de inflación más baja de América del Sur favorece a que los precios tanto de bienes y servicios se mantengan con una variación mínima, generando una situación económica favorable en el país, ya que, existe estabilidad de precios, es decir, se presenta una inflación controlada (INEC, 2016).

- **Tasa de Inflación Turística**

En comparación al año 2015 la tasa de inflación anual representó, el 2,66% por divisiones de consumo en servicios relacionados al sector turístico, como restaurantes y hoteles con 4,12%, transporte con un 3,67%, alimentos y bebidas con 3,19%, recreación y cultura con 4,64%; los mismos que, son parte del servicio turístico que ofrecen la actividad dentro de los diferentes establecimientos del país.

El incremento del costo de vida en el 2015 fue alto debido a la caída del precio del petróleo. Por lo tanto, el año con mayor inflación turística fue el 2015, ya que, en su primer trimestre superó valores de los años anteriores en las diferentes actividades y servicios turísticos ofertados (Mintur, 2016).

- Crecimiento Turístico

En el Ecuador la actividad turística representa el 4,2% del PIB, que es equivalente a 680 millones de dólares al año, económicamente, esta cantidad es importante tomando en cuenta que, cerca del 80% del presupuesto general del estado se financia con la venta de petróleo y derivados de petróleo.

La tabla a continuación registra el número de extranjeros que visitaron el país y su respectiva variación respecto al mismo período del año anterior:

Cuadro N° 13: Llegada de extranjeros al Ecuador

MES	2015	2016	%
Agosto	129.873	119.060	-8,3%
Septiembre	109.316	92.961	- 15.0%
TOTAL	239.189	212.021	-11,4%

Fuente: Anuarios de Migración Internacional- INEC
Elaboración: La Autora.

Los turistas extranjeros que más visitan el país, provienen de Colombia 23%, Estados Unidos 13% y Perú 12%, entre otros.

El rubro del turismo, en las exportaciones no petroleras se ubica en el tercer lugar más importante de la economía del país.

Cuadro N° 14: Ubicación del Turismo en exportaciones no petroleras

EXPORTACIONES NO PETROLERAS	2015	2016
Banano y Plátano	1.479,8	1.401,4
Camarón	1.20,5	1.207,5
Turismo	774,7	709,9

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaboración: La Autora.

Los principales ejes de acción del Ministerio de Turismo son ofrecer servicios de calidad, estimular las inversiones turísticas y fortalecer la promoción interna y externa del potencial turístico del Ecuador. Estas acciones están diseñadas para hacer del turismo, la primera actividad económica no petrolera del país al 2018, a través de la priorización de productos, de destinos y de mercados, y, a duplicar los ingresos por concepto del turismo al 2020.

Durante el período enero - junio del 2016, el ingreso de divisas por turismo alcanzó los \$709,9 USD millones representando un decrecimiento del 8,4% respecto al 2015 que alcanzó \$774,7USD millones; sin embargo, la balanza turística registra un saldo positivo de \$204,9 USD millones (Mintur, 2016).

Generación de Empleo:

En el cuarto trimestre del año 2015, hubo generación de empleo en actividades turísticas, específicamente, en hoteles y restaurantes, en el cual, se dieron 489.108 empleos a nivel país, con un 6,1% de aporte al turismo.

Para el segundo trimestre del año 2016, hubo 451.066 empleos en hoteles y restaurantes, de la misma forma, la cifra a nivel del país, es de un 6,1% de aporte al turismo.

Con respecto a la región Sierra, existe un 5,14% de aporte total de cada provincia y se generaron 144.737 empleos en áreas de hoteles y restaurantes.

Por cada 10 visitantes extranjeros que ingresan al país se genera 1 empleo de asalariados en la economía nacional (Mintur, 2016).

- **Promoción Internacional:**

Dentro de las estrategias de promoción internacional impulsadas por el Ministerio de Turismo se destaca, la campaña “**Feel Again**”, cuyo pre lanzamiento se realizó en New York, Estados Unidos y el lanzamiento en Reino Unido, en junio de 2015. Esta campaña es la segunda etapa de la campaña “**All You Need Is Ecuador**” que se presentó al mundo en abril del 2014.

En estos dos últimos años, esta Cartera de Estado, invirtió en la campaña “All you Need is Ecuador”, \$19,5 millones de dólares, y para la llamada “Feel Again” \$ 9,8 millones de dólares; ambas propuestas, inspiraron al turista extranjero a viajar y participar en las mismas; sin duda, constituyen los destinos turísticos que están presentes en la mente de los ciudadanos de 12 capitales de Europa y América, así como, en el propio país.

La campaña “All you Need is Ecuador”, recibió el reconocimiento de mejor video país de las Américas, en los “World Travel Awards”, importante premio de votación pública; estuvo también presente, en el Super Bowl 2015, a través del pautaje de un spot de 30 segundos, siendo uno de los primeros países sudamericanos en promocionarse como un destino turístico en el evento deportivo más grande de los Estados Unidos.

En julio del 2016, se empezó a producir la campaña internacional digital “AYNIE”, el presupuesto referencial es de \$3.200.000,00 USD; así como también, se viene trabajando de mano de otras alianzas estratégicas, tal es el caso de la Agencia de Noticias Andes, para promocionar el destino Ecuador, mediante la producción de material audiovisual (videos y reportajes) que muestren las maravillas de los lugares turísticos del país con drones, y una campaña digital durante los próximos 6 meses (Mintur, 2016).

- **Turismo interno:**

Para motivar a los ecuatorianos, el Ministerio de Turismo, gestionó campañas nacionales para viajar primero en Ecuador

Campaña Nacional de Valores “Ecuador Potencia Turística” (Playas Limpias y Bosques Limpios).

- Campaña Nacional Álbum de Cromos Xpedición Ecuador, que presenta todos los atractivos turísticos del país de manera lúdica. El público objetivo de este álbum, constituyen los niños y niñas del Ecuador.

- El turismo interno mueve 1.7 millones de dólares diarios (Mintur, 2016).

Sistema Económico de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba:

La mayor parte de los habitantes de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba se dedican a desarrollar actividades Agrícolas y Ganaderas.

El sistema económico de la parroquia, se basa en comercializar los productos que cultivan, principalmente, frutas, panela, café, maíz, entre otros; así como, la compra y venta de animales porcinos, aves, ganado etc.

La producción cafetalera ha sido por décadas una fuente importante de la actividad comercial, tanto en el entorno local, como en el de las exportaciones que se realizan al exterior, debido a la calidad de producción orgánica de este fruto.

Otro elemento, dinamizador de la economía de la parroquia, es la producción artesanal de derivados de caña de azúcar, como la panela, miel, bocadillos, etc. Aunque ha perdido competitividad debido a la carencia de mano de obra empleada para esta actividad.

Las actividades económicas – productivas de mayor importancia identificadas en la población de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba son:

- Agricultura – Ganadería
- Jornaleros
- Empleados: En la administración pública y en entidades privadas (en su mayoría fuera de la parroquia)
- Otras Actividades: empleadas domésticas, tiendas de abarrotes

Cuadro N° 15: Actividades Económicas de los Pobladores de la Parroquia SPV

ACTIVIDAD ECONÓMICA	Nº	%
Agrícola ganadero	114	46%
Artesanos	5	2%
Jornaleros	52	21%
Empleados	43	17%
Otros	35	14%
Total	249	100%

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial SPV

Elaboración: La Autora.

Población Económicamente Activa (PEA) de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba

En la cabecera parroquial “San Pedro de Vilcabamba” de un total de 1245 habitantes en edad de producir, únicamente el 40.30% permanece ocupada y el 59.70% corresponde al grupo de personas inactivas económicamente, ya que realizan otro tipo de actividades agrícolas, ganaderas, artesanales etc.

Ingresos Económicos de las Familias

Se ha podido determinar que en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba el 35% de familias tienen un ingreso, aproximado, que fluctúa entre los 101 y 200 dólares mensuales; el 30% su ingreso aproximado al mes, es de 201 a 300 dólares; el 18% perciben un ingreso promedio al mes entre 0 a 100 dólares; el 7% un ingreso de 301 a 400 dólares; el 5% tiene un ingreso aproximado de 401 a 500 dólares, y un porcentaje similar indican que sus ingresos están entre los 501 y más.

De estos datos se puede deducir que las familias de la parroquia San Pedro de Vilcabamba poseen ingresos inferiores al sueldo básico vigente, lo cual, no les permite tener una buena calidad de vida, son pocas las familias que tienen ingresos mayores al sueldo básico.

Por consiguiente, la sobrevivencia de las familias se complementa con actividades adicionales como crianza de animales domésticos, cultivos de productos de ciclo corto, que por lo general, son de responsabilidad de las mujeres (madres e hijos) que a su momento les sirve para ayudar a la economía del hogar (POT San Pedro de Vilcabamba, 2015).

Cuadro N°16: Ingresos Económicas de los Pobladores de la Parroquia SPV

INGRESO MENSUAL	Nº	%
0 – 100 Dólares	31	18%
101 - 200 Dólares	59	35%
201 – 300 Dólares	51	30%
301 – 400 Dólares	12	7%
401 – 500 Dólares	9	5%
501 y más	9	5%
TOTAL	171	100%

Fuente: Encuesta Aplicada al 50% de Población SPV
 Elaboración: La Autora

Análisis: El estudio de este factor es importante para el crecimiento económico de la finca, el mismo que se presenta favorable debido al crecimiento turístico en los últimos años, lo cual se lo considera como una oportunidad para esta proyecto de investigación, al implementarse una buena campaña de promoción y difusión de los servicios a ofertarse en la finca, se crea motivación en los turistas a visitar la finca, así también cuenta con la oportunidad de financiar la inversión del proyecto por medio de Banco del Ecuador.

6.1.1.3 Factor Político:

La parroquia San Pedro de Vilcabamba se rige en leyes que están constituidas por oficinas gubernamentales y grupos sociales que influyen en las actividades de diversas organizaciones e individuos de la sociedad.

Se ha determinado como enfoque de trabajo el marco jurídico de la ley orgánica de participación, código civil, decretos ejecutivos de las instituciones como secretaría de pueblos, movimientos sociales y participación ciudadana, el decreto ejecutivo Nro. 16 que expide el reglamento para el funcionamiento del sistema unificado de información de las organizaciones sociales y ciudadanas donde además se define instancias, mecanismos, instrumentos, requisitos y procedimientos adecuados para el funcionamiento del Sistema Unificado de Información de las Organizaciones Sociales – SUIOS. En base a este enfoque el análisis de los actores en el territorio se los abordará bajo los siguientes tipos de organizaciones:

Las personas Naturales y jurídicas con capacidad civil para contratar y obligarse, en ejercicio del derecho constitucional de libre asociación, podrán constituir: corporaciones, fundaciones y otras formas de organización social nacionales o extranjeras; y organizaciones con fines de gestión o control social constituidas por instituciones o funciones del estado, que soliciten la incorporación al sistema.

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

Cuadro N° 17 Mecanismos de Participación Parroquial

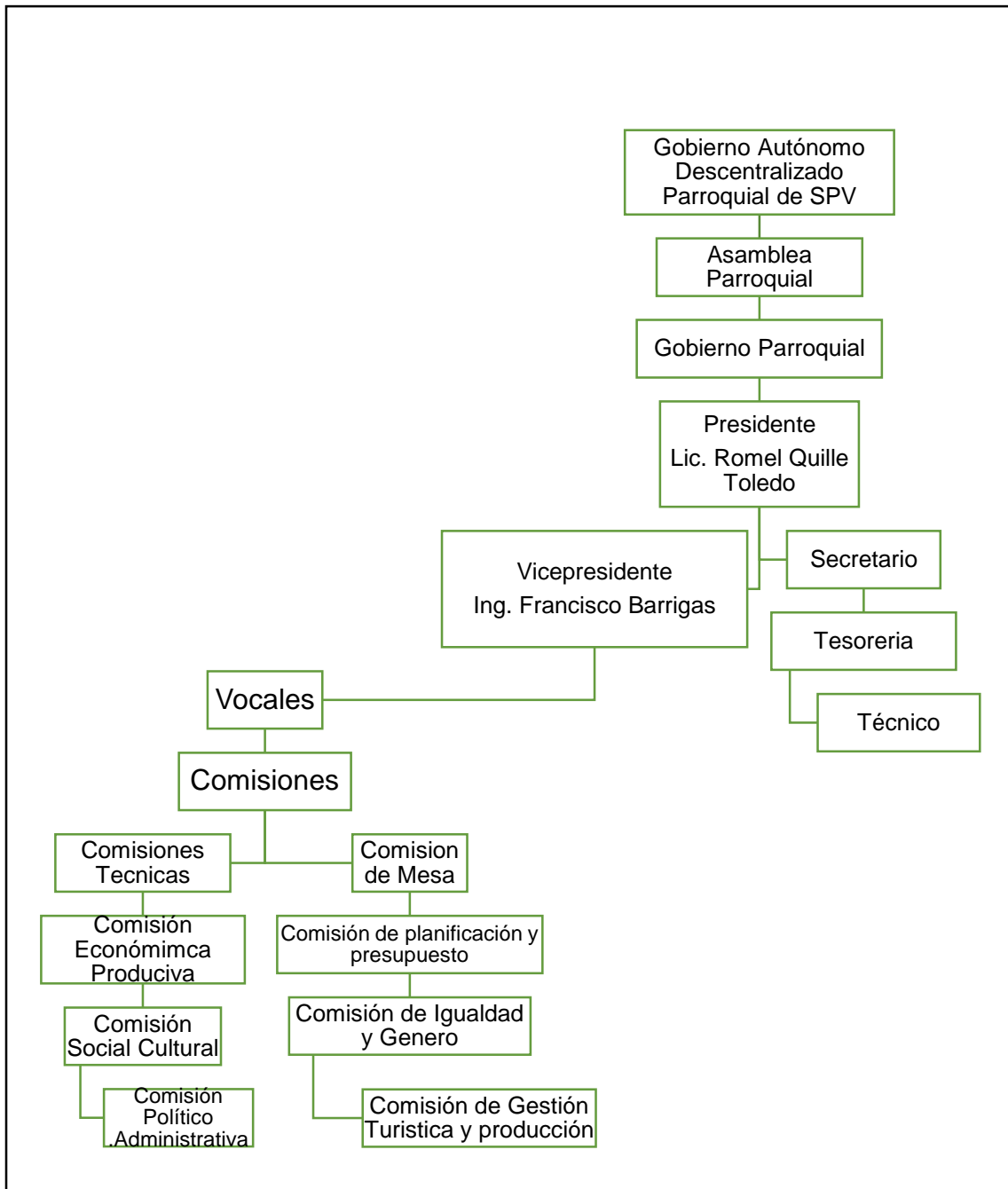
Tipos de Mecanismo	Descripción	Estado	Marco Legal
Consejo Parroquial de Planificación	Constituido para definir la planificación programación, gestión y evaluación estratégica de la Parroquia.	Activo	Acta y Resolución de Conformación
Asamblea de Rendición de Cuentas	Cumplimiento de la ley de participación ciudadana y control social	Activo	Acta de Asamblea
Asambleas Barriales Zonales	Implementadas para definir las prioridades de intervención del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial	Activo	Definición Administrativa

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado
Elaboración: La Autora

Es obligación del Gobierno Parroquial San Pedro de Vilcabamba

- a) La potenciación de la parroquia San Pedro de Vilcabamba como un activo social, cultural y turístico determinante del desarrollo territorial Parroquial.
- b) La preservación, restauración, desarrollo sostenible y a escala humana de los activos patrimoniales naturales y construidos.
- d) Solidaridad y el respeto por los valores de todas las comunidades que habitan el territorio Parroquial.
- e) Conservación y reproducción de las culturas locales como un activo de identidad territorial.
- f) Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.

Cuadro N° 18 Estructura Institucional de GADP de San Pedro de Vilcabamba (Periodo 2014 -2019)



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado
Elaboración: La Autora

Análisis: El factor político puede ser un beneficio para el proyecto debido a que la actual junta parroquial promueve a la inversión en cuanto al turismo; siempre y cuando el presupuesto gubernamental destinado a esta competencia le sea proporcionado correctamente para llegar a realizar proyectos que fomenten el desarrollo de la parroquia.

6.1.1.4 Factor Socio – Cultural

Los factores más evidentes en la parroquia San Pedro de Vilcabamba en cuanto a problemas sociales son:

- Migración

La Movilidad Social es un fenómeno de actualidad, según el alcance de las migraciones, se puede hablar de desplazamientos internos (registrados al interior del país) y desplazamientos externos (hacia y desde otros países).

En las dos últimas décadas se ha intensificado la migración entre centros urbanos. La búsqueda de mejores condiciones de vida ha llevado a importantes contingentes humanos a desplazarse a países europeos y americanos. El crecimiento urbano de algunas ciudades al interior del país ha llamado la atención de la gente del sector rural que las ha visto como un potencial para mejorar sus condiciones de vida.

El estancamiento productivo en el medio rural, la falta de fuentes de trabajo en ciudades pequeñas y medianas ha generado migraciones.

A nivel de la parroquia este fenómeno migratorio está marcado por el 39% de familias que indican que tienen algún familiar viviendo en otras partes del país o en el exterior.

La migración es un factor que afecta de manera muy importante a la población de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba, lo cual, repercute negativamente en la falta de mano de obra para mantener o elevar la producción mediante actividades comunes como la agricultura y la cría

de animales. Se conoce que los países donde actualmente residen los emigrantes de esta parroquia son: España con un 76%. Estados Unidos 20% y el 4% restante diferentes países que no han sido identificados.

- Salud

En el ámbito de la salud ejerce gran influencia en las condiciones de vida y trabajo de la población de la parroquia. En esta jurisdicción no existe ningún puesto de salud pública, las familias acuden a recibir atención médica en el hospital “Kokichi Otani” de Vilcabamba en un porcentaje del 58%. En el centro parroquial existe un dispensario comunal del seguro social campesino que cuenta con alrededor de 800 afiliados de las parroquias de San Pedro de Vilcabamba, Malacatos, Vilcabamba y sus comunidades; en lo que respecta a esta parroquia, el 32% de familias acuden a recibir atención médica en este dispensario. El 8% acude a clínicas privadas de la ciudad de Loja, en casos de gravedad; el 2% indican que no se hacen atender en ningún centro y el 1% utilizan medicina natural.

Cuadro N°19: Lugares de Atención Médica de los Pobladores

Atención Médica	Nº	%
Hospital	107	58%
Dispensario del S.S.C	59	32%
Clínicas Privadas	15	8%
Medicina Natural	2	1%
No se hacen atender	3	2%
TOTAL	186	100%

Fuente: Encuesta Aplicada al 50% de Población SPV
Elaboración: La Autora

- Educación

La Educación en la parroquia San Pedro de Vilcabamba se encuentra representada por 4 instituciones educativas las cuales son:

- Escuela Rosa Cevallos de Ludeña – Barrio Cararango
- Escuela Lucrecia Aldeán – Barrio el Chaupi
- Escuela 9 de Octubre – Barrio el Panecillo.
- Colegio San Pedro de Vilcabamba – Barrio Penecillo

Todas estas son instituciones educativas fiscales (financiamiento por parte del gobierno) y laboran de acuerdo al régimen sierra. El tipo de educación es regular y de modalidad presencial. A excepción del Colegio San Pedro de Vilcabamba.

El nivel de instrucción más representativo es el nivel primario, con un porcentaje del 59%, seguido por la instrucción secundaria que representa el 30%; existiendo un bajo porcentaje del 9% que representa a personas con un nivel de instrucción superior, y el 2% son personas analfabetas. Por lo que se puede concluir que, en un alto porcentaje la población de la parroquia San Pedro de Vilcabamba tiene instrucción primaria.

- Pobreza

Se considera pobre a una persona si pertenece a un hogar que presenta carencias persistentes en la satisfacción de sus necesidades básicas, incluyendo vivienda, educación y empleo. Esta definición comprende, además, la insatisfacción de una o más necesidades humanas básicas. En el contexto de la realidad nacional y específicamente en la provincia de Loja, hay que destacar la situación de pobreza, que afecta a la mayoría de la población y es de extrema magnitud en amplios sectores de la sociedad, trayendo consigo el deterioro de los niveles de empleo y de ingresos.

- Sistema de Movilidad, Energía y Conectividad

Vialidad

El sistema vial principal con que cuenta la parroquia San Pedro de Vilcabamba, es a través de la vía interprovincial de tercer orden, que une a la ciudad de Loja con: San Pedro – Vilcabamba – Yangana – Zumba.

Esta vía: desde la ciudad de Loja, hasta la población de San Pedro de Vilcabamba tiene una longitud de 39 km y un ancho de 10 m y se encuentra en buen estado de conservación.

Al interior de la parroquia existen vías de comunicación lastradas que sirven de comunicación a los barros Cararango, El Chaupi, Sacapo.

Trasporte:

La parroquia San Pedro de Vilcabamba cuenta con un servicio de transporte de tipo terrestre; dentro de este tipo, se encuentran diferentes empresas como son:

- Cooperativa de camionetas: Terminal Terrestre, Vilcabamba Express, Vilcabamba
- Cooperativa de Transporte Vilcabambaturis (busetas)
- Servicio de Transporte Interprovincial de Paso (Loja – Zumba)
- Cooperativas de Transporte Sur Oriente, Unión Cariamanga, Unión Yanzatza, Nambija y Loja (buses).
- Compañía de Taxi 11 de Mayo

Además, empresas que tienen el servicio de taxi ruta Loja – Vilcabamba (cada 15 min) y otras que pasan al Oriente como es el caso de la cooperativa de buses interprovinciales.

Dentro de los diferentes servicios de transporte antes anotados, es importante mencionar que, estos, son de paso. En esta parroquia no se dispone de ninguna oficina de estas empresas o cooperativas de transporte. Cabe mencionar que el servicio que prestan las cooperativas o empresas de camionetas de Vilcabamba y taxi ruta se lo puede solicitar mediante una llamada telefónica (POT San Pedro de Vilcabamba, 2015).

- **Sistema de Asentamientos Humanos**

Unidad de Policía Comunitaria:

La parroquia cuenta con una U.P.C que se encarga de velar por la tranquilidad de los habitantes, así como su bienestar y seguridad.

Cabe señalar que, el ambiente de la parroquia es tranquilo y seguro.

Infraestructura Y Acceso a Servicios Básicos:

Los accesos a los servicios básicos están definidos por: el acceso a agua para consumo humano alcantarillado sanitario y pluvial, saneamiento básico, energía eléctrica, recolección y disposición final de los residuos sólidos y finalmente, la infraestructura de riego que existe en la parroquia.

Agua Potable:

La parroquia San Pedro de Vilcabamba que incluye la cabecera parroquial y cuatro de sus cinco barrios (Amala, Sacopo, El Chaupi y Cararango) es abastecida por el Proyecto Regional de Agua Potable, además brinda su cobertura a la parte alta de la parroquia Malacatos, este sistema fue construido por el Gobierno Provincial de Loja.

El Barrio Uchima, posee el servicio de agua de la comunidad de Santorum (Vilcabamba). Debido a la distancia que existe hasta este sector no se le ha podido proveer de este servicio desde la Parroquia de San Pedro de Vilcabamba.

Energía Eléctrica:

En lo que respecta al servicio de luz eléctrica en los hogares, el 96% posee este servicio, y el 4% no tienen, considerando que son construcciones nuevas y en otros casos por falta de recursos económicos de sus propietarios.

Telefonía Fija:

Según la encuesta aplicada al 50% de la población se ha podido determinar que el 81% de familias no disponen del servicio de telefonía convencional en su domicilio, y tan solo tiene el 19%. Considerando que la comunicación es fundamental para el desarrollo de los pueblos (POT San Pedro de Vilcabamba, 2015).

Análisis: El factor Socio – Cultural influye de manera directa en el trabajo de investigación es una oportunidad para el proyecto que cuente con vías en buen estado, buena frecuencia de transporte público, servicios básicos, salud, La migración existente en la parroquia es una amenaza para la finca cafetalera debido a la mano de obra que se necesita para generar este negocio.

6.1.1.5 Factor Tecnológico:

La Parroquia San Pedro de Vilcabamba con el paso del tiempo ha venido creciendo en el campo tecnológico debido a que en la actualidad hay una demanda considerable, especialmente, en el campo de la telefonía fija y celular, además el internet. Según los datos del INEC, en el Censo y Población 2010 se puede evidenciar que en el cantón Loja el 70,7% de la población utiliza telefonía celular el 50,4% hace uso del computador y finalmente el 60,3% utiliza el internet.

En la parroquia San Pedro de Vilcabamba la mayoría de su población tiene acceso a la telefonía móvil y convencional inalámbrica de Claro, Movistar y CNT, pero algunos barrios por su ubicación geográfica no cuentan con la señal de telefonía móvil (INEC, 2015).

Análisis: Este factor tecnológico es una ventaja para el desarrollo de la investigación ya que vivimos en un mundo globalizado que necesita acceso a telefonía móvil y convencional, además del internet, la parroquia cuenta con todos los medios para que el turista pueda acceder a estas redes de comunicación en todo momento.

Oferta de Servicios

Cuadro N° 20 : Infraestructura existente en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba

Servicios	Establecimiento	N° Plazas	Categoría	Barrio
Alojamiento	Hostería Madre Tierra	33	Segunda	Alama
Alimentos y Bebidas	Truchas del Salado	16	Tercera	Sacopo
Alimentos y Bebidas	El Sazón	16	No asignado	Alama
Alimentos y Bebidas	La Revuelta del Che	40	No asignado	Alama
Alimentos y Bebidas	Las Orquídeas	40	No asignado	-
Alimentos y Bebidas	Vilcabambú	60	No asignado	Alama

Fuente: Catastro del Ministerio de Turismo
Elaboración: La Autora

Se determina que existe tan solo un lugar de alojamiento y cinco de alimentos y bebidas, en donde, dos de ellos están registrados en el catastro del Ministerio de Turismo de Loja y los otros servicios aún no se encuentran designados, su categorización.

6.1.1.6 Factor Ambiental:

La Parroquia San Pedro de Vilcabamba debido a las características que presentan su clima y suelo, así como, sus zonas climáticas, que van desde las partes altas con un clima templado andino hasta los páramos pertenecientes al límite del Parque Nacional Podocarpus (sector Toronche). Esta zona es rica en flora y fauna especial.

- **Flora:** La vegetación predominante es xerófito y adaptada a las condiciones semiáridas, se destaca en este sector la presencia de especies silvestres introducidas y plantas maderables o industriales, además del tipo de vegetación que se puede apreciar dentro de la zona son cultivos de leguminosas y plantas medicinales.

Cuadro N°21: Especies Frutales

Familia	Nombre Científico	Nombre Común
<i>Anacardiaceae</i>	<i>Spondia purpurea L.</i>	Ciruela
<i>Caricaceae</i>	<i>Carica Papaya</i>	Papaya
<i>Musacea</i>	<i>Musa paradisiaca</i>	Banano
<i>Myrtaceae</i>	<i>Psidium guajava</i>	Guayaba
<i>Passifloraceae</i>	<i>Passiflora Liguralis</i>	Granadilla
<i>Lauraceae</i>	<i>Persea americana</i>	Aguacate
<i>Poaceae</i>	<i>Sccharum officinarum</i>	Caña de azúcar

Fuente: Gad Parroquial SPV
Elaboración: La Autora

Cuadro N°22: Especies Medicinales y Comestibles

Familia	Nombre Científico	Nombre Común
<i>Asteraceae</i>	<i>Matricaria chamonilla L.</i>	Manzanilla
<i>Araliaceae</i>	<i>Aloe Vera</i>	Sábila
<i>Asteraceae</i>	<i>Aristeguietia glutinosa</i>	Matico
<i>Borraginaceae</i>	<i>Borago offinalis</i>	Borraja
<i>Cannacea</i>	<i>Canna edulis</i>	Achira
<i>Euphorbiacea</i>	<i>Jatropha Nudicaulis</i>	Piñon
<i>Lamiaceae</i>	<i>Ocimum Basilicum</i>	Albahaca

Fuente: Gad Parroquial SPV
Elaboración: La Autora

Cuadro N°23: Especies Maderables y Florística

Familia		Nombre Científico	Nombre Común
<i>Leguminosae</i>		<i>Acacia Macrantha</i>	Faique
<i>Cactaceae</i>		<i>Echinopsis pachanoi</i>	San Pedrillo
<i>Salicaceae</i>		<i>Salix humboldtiana</i>	Sauce
<i>Miriaceae</i>		<i>Eucalyptus globulus</i>	Eucalipto
<i>Orchidaceae</i>		<i>Oncidium spp</i>	Orquideas
<i>Oleaceae</i>		<i>Chionanthus pubescens</i>	Arupo
<i>Lauraceae</i>		<i>Nectandra spp</i>	Laurel

Fuente: Gad Parroquial SPV
Elaboración: La Autora

- **Fauna** : En cuanto a la riqueza faunística, San Pedro de Vilcabamba cuenta con una gran variedad de especies, donde se destacan mamíferos propios de esta región que han logrado subsistir en la zona, algunos han emigrado a las partes altas y su incursión en la zonas bajas es esporádicas, debido a la caza indiscriminada que no solo afecta a esta especie, sino también a las aves. A continuación se detalla la riqueza faunística existente.

Cuadro N°24: Fauna de la Parroquia

Familia	Nombre Común
<i>Odocoileus virginianus</i>	Venado
<i>Felis Concolor</i>	Puma
<i>Tremarctos Ornatus</i>	Oso de Anteojos
<i>Dasyus Novemcinctus</i>	Armadillo
<i>Sylvilagus Brasiliensis</i>	Conejo Silvestre
<i>Leopardus Triginus</i>	Tigrillo
<i>Canis azarael</i>	Zorro

Fuente: Gad Parroquial SPV
Elaboración: La Autora

Cuadro N°25: Aves de la Parroquia

Familia	Nombre Común
<i>Dives warszewiczi</i>	Negro matorralero
<i>Lafresnaya lafresnayi</i>	Colibrí
<i>Coeligena Iris</i>	Frentiestrella Arcoiris
<i>Coeligena Iris</i>	Hornero del Pacífico
<i>Zonotrichia Capensis</i>	Bichauche, chingolo o gorrión americano
<i>Laptosittaca Braninckii</i>	Perico
<i>Sicalis Flaveola</i>	Margarita

Fuente: Gad Parroquial SPV

Elaboración: La Autora

Análisis: El ambito ambiental influencia de manera posiitva al proyecto, ya que al contar con un clima calido todo el año es una ventaja para el visitante, cuenta ademas se caracteriza por ser un valle rodeado de un sistema montañoso imponente, aguas cristarinas como las del rio Uchima, riqueza faunistica y floristica lo que genera el intereses del visitante en concoer un entorno natural , siendo una oportunidad para la finca cafetalera ya que el turista esta interesado en el entorno.

6.1.1.7 Resumen de Jerarquización de Atractivos Turísticos de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba

Cuadro N° 26: Resumen de jerarquización de Atractivos Turísticos de la Parroquia SPV

PROVINCIA DE LOJA		CANTÓN LOJA						FECHA: JUNIO DE 2016					JE RAR QUÍA
NOMBRE DEL ATRAC TIVO	CALIDAD				APOYO			SIGNIFICADO					
	Valor Intrínseco Máx. 15	Valor Intrínseco Máx. 16	Entorno Máx. 10	Estado de conservación y/u Organización Máx. 10	Acceso Máx. 10	Servicios Máx. 10	Asociación con otros atractivos Máx. 5	Local Máx. 2	Prov Máx. 4	Ncnal. Máx. 7	Inter. Máx. 12	S U M A	
IGLESIA PARROQUIAL	3	3	2	2	2	1	2	2	1	0	0	18	I
CAPILLA SEÑOR DE LA CAÍDA	2	2	1	1	2	1	2	2	1	0	0	14	I
RÍO UCHIMA	2	2	3	2	3	0	3	2	1	0	0	18	I
FÁBRICA DE PAPEL RECICLADO	4	2	2	3	5	1	3	2	2	1	0	25	I
ESTORAQUES	3	2	5	5	3	0	3	2	1	0	0	24	I

MIRADOR NATURAL CHAMBA LAPO	3	2	2	2	3	0	1	2	1	0	0	16	I
TRAPICHE SR. EDG. TOLEDO	3	2	2	2	4	1	2	2	2	0	0	20	I
FIESTAS RELIGIOSAS DE LA PARROQUIA	5	4	3	5	5	2	2	2	3	1	0	32	I
FÁB. CERVEZA ARTESANAL "SOL VENADO"	7	5	7	8	5	8	4	2	3	1	1	51	I
BIZCOCHUELO	4	3	4	5	5	2	3	2	3	2	0	33	I
SOPA DE ARVEJA CON GUINEO	5	4	4	5	5	3	3	2	4	5	0	40	I
JUGO DE CAÑA	4	3	2	3	3	2	2	2	3	1	0	25	I

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

6.1.1.8 Fichas de resumen de los principales atractivos turísticos de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba

Ficha N° 1: Iglesia Parroquial San Pedro de la Puerta del Cielo

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA		
Nombre del Atractivo: Iglesia Parroquial San Pedro de la Puerta del Cielo		Jerarquía: I
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Históricas	Subtipo: Arquitectura Religiosa
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Barrio Central
		Ubicación: La Iglesia Parroquial San Pedro de la Puerta del Cielo se encuentra ubicada en el Barrio Central de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba a 37km de la ciudad de Loja. Coordenadas: Latitud: -4.23333° Longitud: -79.25°
Fotografía N° 1 Iglesia de la Parroquia Fuente: Observación directa Elaboración Claudia Neira C.		
Características: La Iglesia parroquial San Pedro de la Puerta del Cielo se encuentra a una altura de 1610 m.s.n.m. y a una temperatura de 19,5°C, es de estilo colonial, fue construida por sus moradores y por dos indígenas tapiaderos de Loja en el año de 1906, fue hecha de madera, el Sr. Julio Gonzáles fue el carpintero que armó la iglesia, la misma que fue reconstruida en el año de 1966 terminando en el año de 1971 quedando sus paredes de tapia y su techo de guadua y teja, en su parte alta se ubica el campanario que consta de tres campanas, la iglesia está compuesta por tres naves en la principal está el altar mayor donde se encuentra la envoltura de la imagen de San Pedro de Vilcabamba y del Señor de la Agonía, en las ventanas se encuentran imágenes de la Virgen del Cisne, San Francisco de Asís, San Roque. Frente a la iglesia se encuentra el parque central que fue construido en el año de 1970.		
Recomendaciones: ° Para recorrer la Iglesia se recomienda realizarlo durante el día. ° Se recomienda llevar cámara fotográfica		
Actividades turísticas: Turismo Religioso y Turismo Recreativo en época de festividades a su patrono San Pedro Señor de la Agonía Fiesta de parroquialización de la comunidad Fotografía		

Fuente: Trabajo de Campo
 Elaboración: La Autora

Ficha N° 2: Capilla del Señor de la Caída

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA		
Nombre del Atractivo: Capilla del Señor de la Caída		Jerarquía: I
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Históricas	Subtipo: Arquitectura Religiosa
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Barrio Central SPV
<div style="text-align: center;">  </div> <p style="font-size: small;">Fotografía N° 2 Capilla del Señor de la Caída Fuente: Observación directa Elaboración Claudia Neira C.</p>		Ubicación: Ubicación: La capilla del Señor de la Caída se encuentra ubicada en el barrio central, junto a la vía principal Loja – Vilcabamba kilómetro 37. Coordenadas: Latitud: -4.2494° Longitud: -79.22119°
Características: La Capilla el Señor de la Caída se encuentra a una altura de 1610 m.s.n.m. y a una temperatura de 19,5°C, está ubicada en el barrio central a 37km de la ciudad de Loja junto a la vida principal Loja- Vilcabamba, la capilla fue construida luego del sacrilegio del Señor de la Caída en abril de 1952, por el Sr. Segundo Erazo, la capilla está construida de ladrillo, su techo elaborado de madera de guayacán y teja, en el interior está compuesta de una sola nave en donde se encuentra la imagen del Señor de la Caída que fue traída desde la Quito en el año de 1975, confeccionada por el Señor Ramón Febres, está hecha de madera de cedro donada por Miguel Ochoa Aldeán, Además en las paredes de la capilla se encuentran imágenes de Jesús, ángeles y cáliz.		
Recomendaciones: Llevar cámara fotográfica, ropa adecuada para disfrutar del clima de la zona		
Actividades turísticas: Tomarse fotografías		

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Ficha N° 3: Río Uchima

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA		
Nombre del Atractivo: Río Uchima		Jerarquía: I
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Paisaje	Subtipo: Riberas
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Sacapo
		Ubicación: El Río Uchima se encuentra en el Barrio Sacapo a 2km del Barrio Central. Coordenadas: Latitud: -428333° Longitud: -79.2333°
Fotografía N° 3 Río Uchima Fuente: Observación directa Elaboración Claudia Neira C.		
Características: El Río Uchima se encuentra en el Barrio Sacapo a 2km del barrio central a una altura de 1569 m.s.n.m. temperatura promedio 22 °C El Río Uchima tiene dos afluentes que lo forman las lagunas de banderilla y Colanuma, luego el río se une con el Chamba de Vilcabamba y forman el Piscobamba y luego forman el Chira que desemboca en el Perú. Este río es considerado como el único en la provincia de Loja que posee sus aguas limpias y cristalinas, cabe destacar que en sus estribaciones conserva la belleza natural de su vegetación que sirve de albergue de la biodiversidad, en su recorrido encontramos lugares muy acogedores que atraen a los turistas, especialmente los fines de semana debido a que posee aguas muy saludables y proporcionan energías positivas a quienes se bañan en ellas, En este río se encuentran las truchas que fueron introducidas		
Recomendaciones: Utilizar ropa adecuada para disfrutar del clima de la zona y para bañar, usar gorra, protector solar, en sus aguas, llevar zapatos deportivos, agua, cámara fotográfica. Propicio ser acompañado por guías que conozcan el lugar		
Actividades turísticas: <ul style="list-style-type: none"> • Baños en el río • Vista de la naturaleza • Tomarse fotografías 		


Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Ficha N° 4: Asociación de Mujeres 23 de junio

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA		
Nombre del Atractivo: Asociación Mujeres 23 de junio		Jerarquía: I
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: Etnográfica	Subtipo: Artesanías
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: SPV
 <p style="font-size: small; margin-top: 5px;">Fotografía N° 6: Asociación Mujeres 23 de junio Fuente: Observación directa Elaboración Claudia Neira C.</p>		<p>Ubicación: Este atractivo se encuentra ubicado a 100 metros del centro de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba, en el barrio Panecillo.</p> <p>Coordenadas: Latitud: -4.2431° Longitud: -79.2228°</p>
<p>Características: Este atractivo se encuentra a una altura de 1600 m.s.n.m y con una temperatura de 19,5 grados centígrados, las artesanías en papel reciclado son elaboradas por las socias de la asociación 23 de junio. La organización nace como una inquietud de un grupo de mujeres que desean emprender juntas en trabajos artesanales, con el fin de ayudar a sus hogares. Un día 23 de junio se reunieron por primera vez un grupo de 22 mujeres y por aquella fecha memorable se dio nombre a la organización. Iniciaron trabajando en la preparación de alimentos, en la actualidad están elaborando artesanías de papel reciclado, los materiales que se utilizan para su producción son: papel, goma, agua, cartón, hilo, flores. En el lugar se puede observar artesanías como: libros, esquelas con sobres, bolsas, joyeros, fundas, etc. Los productos son de excelente calidad y se los comercializa en la ciudad de Loja..</p>		
<p>Recomendaciones: Si desea a domicilio pedidos con pagos anticipados. Para participar de este proceso, se requiere ropa adecuado y cámara fotográfica</p>		
<p>Actividades turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realización de actividades comunitarias • Participación en la realización de manualidades • Compra de artesanías y manualidades 		


Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Ficha N° 5: Estoraques

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA		
Nombre del Atractivo: Estoraques		Jerarquía: I
Categoría: Sitios naturales	Tipo: Fenómenos Geológicos	Subtipo: Otros
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: S P V
		<p>Ubicación: Se encuentran entre los barrios Amala y el Chaupi, es limitado pues se puede llegar únicamente caminando 1 hora aproximadamente.</p> <p>Coordenadas: Latitud: -4682° Longitud: -79.22°</p>
<p>Fotografía N° 8: Estoraques Fuente: Observación directa Elaboración Claudia Neira C.</p>		
<p>Características: Es propiedad de la comuna y privada del Sr. Marcelo Aguilera; también en el sector de Laguarango no existe un camino hasta los estoraques., en esta parroquia son conocidos con el nombre de pirámides pero su nombre real es “estoraque” y son formas geológicas que existen debido al viento, el agua y el transcurrir del tiempo, son considerados únicos tienen características de desierto y formaciones minerales como columnas, cuevas pedestales por la erosión acelerada.</p>		
<p>Recomendaciones: Llevar cámara fotográfica, Ropa adecuada para caminar.</p>		
<p>Actividades turísticas: Tomarse fotografías, Hacer caminata Observación de los estoraques.</p>		

Fuente: Trabajo de Campo
 Elaboración: La Autora

Ficha N°6: Mirador Natural Chambalapo

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA		
Nombre del Atractivo: Mirador Natural Chambalapo		Jerarquía: I
Categoría: Sitio Natural	Tipo: Montañas	Subtipo: Colinas
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: S P V
		Ubicación: Este mirador se encuentra vía al Barrio Sacapo, se llega a la Asociación "Abejita Longeva" y a mano izquierda se sube por el carretero aprox. 20 min
Fotografía N° 9: Mirador Natural Chambalapo Fuente: Observación directa Elaboración Claudia Neira C.		Coordenadas: Latitud: -4.2380° Longitud: -79.2179°
Características: Se encuentra en el terrero del Señor Virgilio Lanche, desde este mirador tan maravilloso e incomparable se puede observar los valles de Malacatos, San Pedro de Vilcabamba y Vilcabamba, también los cerros y carretera desde donde se viene de Loja, Yangana, Quinara, Gonzanamá Catamayo y Calvas; el Bosque Protector "El Bosque" y algunas montañas del Parque Podocarpus.		
Recomendaciones: Llevar cámara fotográfica, llevar botellas de agua, usar prendas de vestir para caminar, protector solar.		
Actividades turísticas: <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Caminatas • Observación de Flora y Fauna • Vista de la naturaleza 		

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: La Autora


Ficha N° 7: Trapiche Edgar Toledo

ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA		
Nombre del Atractivo: Trapiche Sr. Edgar Toledo		Jerarquía: I
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Enografía	Subtipo: -
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: S P V
<div style="text-align: center;">  </div> <p style="font-size: small;">Fotografía N° 10: Trapiche Sr. Edgar Toledo Fuente: Observación directa Elaboración Claudia Neira C.</p>		Ubicación: Se encuentra en el barrio Central en la calle posterior de la iglesia principal. Coodenadas: Latitud: -4.2417 Longitud: -79.2°
Características: Se encuentra en el barrio central en la calle posterior de la iglesia principal de la parroquia, este trapiche tiene alrededor de unos 70 años, pertenecía al Señor Luis Ochoa y en la actualidad siguió a su descendencia, su nieto el Señor Egdar Toledo Ochoa, este trapiche es muy solicitado pues muchos habitantes se dedican al cultivo de la caña de azúcar, cabe recalcar que la caña es el producto en el que se utilizan todos sus derivados y dependiendo de la producción que se muele se obtendrá cierta cantidad en cada uno de los siguientes productos que son: bagazo, cachaza ,guarapo, miel y panela		
Recomendaciones: Se recomienda llevar cámara fotográfica.		
Actividades turísticas: <ul style="list-style-type: none"> • Turismo Gastronómico • Contacto con la cultura local • Fotografía 		

Fuente: Trabajo de Campo

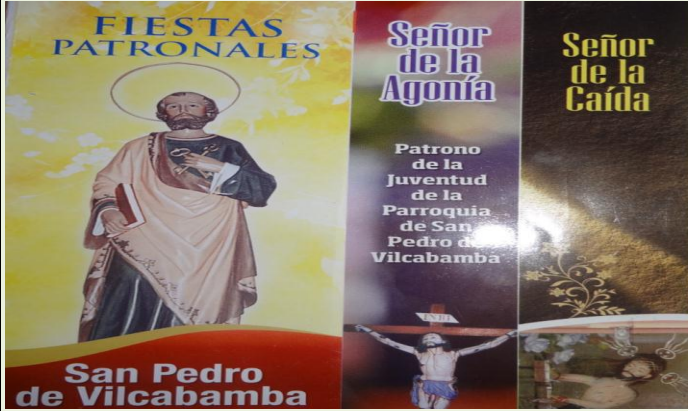
Elaboración: La Autora

Ficha N° 8: Fábrica de Cerveza Artesanal "Sol de Venado"

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA		
Nombre del Atractivo: Fábrica de Cerveza Artesanal "Sol de Venado"		Jerarquía: I
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Realizaciones Técnicas y Científicas	Subtipo: Explot. Industriales
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Sacapo
		Ubicación: Se encuentra ubicada en la avenida principal que va hacia Vilcabamba. Coordenadas: Latitud: -4.2333° Longitud: -79.2°
Fotografía N° 11: Fábrica de Cerveza Artesanal "Sol de Venado" Fuente: Observación directa Elaboración Claudia Neira C.		
Características: Esta idea nace hace unos 20 años aproximadamente pero es desde hace 2 años que se comienza con la construcción y adecuación de la fábrica, Proceso: Se realiza la adquisición de la cebada, se la hace germinar, luego se tuesta a determinados grados, se la muele, se agrega lúpulo y pasa a los calderos para el proceso de cocción, decantan, filtran y se trasladan a tanques de maceración hasta que se transforme en alcohol en cuartos refrigerados y luego de un tiempo se procede al envasado en diferentes presentaciones y está lista para la distribución. Actualmente cuentan con tres tipos de cerveza: negra, roja y rubia.		
Recomendaciones: Cámara fotográfica.		
Actividades turísticas: <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Degustación de la cerveza 		

Fuente: Trabajo de Campo
 Elaboración: La Autora

Ficha N° 9: Fiestas Religiosas de la Parroquia S.P.V

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA		
Nombre del Atractivo: Fiestas Religiosas de la Parroquia S. P. V		Jerarquía: I
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Acontecimientos programados	Subtipo: Fiestas Religiosas
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Barrio Central
		Ubicación: Estas fiestas religiosas se las realiza en el Barrio Central de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba
Fotografía N° 13: Fiestas Religiosas de S. P. V. Fuente: Observación directa Elaboración Claudia Neira C.		
Características: Las fiestas religiosas se las celebra en el mes de junio en honor a tres santos los cuales son: San Pedro de Vilcabamba, Señor de la Agonía, Señor de la Caída, se vienen conmemorando desde el año de 1850 en inicios las realizaban 4 priostes luego el Padre Ignacio Romero decidió que se forme un comité de fiestas por año. En estas fiestas se realizan celebraciones eucarísticas, juegos pirotécnicos, danzas, presentaciones artísticas, juegos recreativos tradicionales, procesiones con otras imágenes, tardes deportivas, quema de castillos, bazar en el atrio del templo donde se expone la producción agropecuaria y ganadera de la parroquia y festival de comidas típicas.		
Recomendaciones: Llevar cámara fotográfica, Asistir los días que se conmemoran las fiestas de los santos		
Actividades turísticas: Tomarse fotografías , Disfrutar de los acontecimientos programados Degustación de los platos que se exponen en la feria de comida típica.		

Fuente: Trabajo de Campo


Elaboración: La Autora

Ficha N°10: Bizcochuelos

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA		
Nombre del Atractivo: Bizcochuelos		Jerarquía: I
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: Etnográfica	Subtipo: Gastronomía
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: SPV
		<p>Ubicación: Este delicioso postre es muy tradicional y se lo puede encontrar a lo largo y ancho de la parroquia</p>
<p>Fotografía N° 14 Bizcochuelos Fuente: Observación directa Elaboración Claudia Neira C</p>		
<p>Características: Para la preparación de este delicioso postre se necesita de huevos, azúcar, chuno, jugo de naranja, esencia de vainilla. Preparación: Se bate por separado la clara y la yema de los huevos, posteriormente cuando esta preparación este en su punto se las mezcla y se les agrega el azúcar y se continua batiendo hasta que este disuelta el azúcar, luego sin dejar de batir se agrega el chuno lentamente, el jugo de naranja y la esencia de vainilla, cuando todos estos ingredientes estén bien mezclados se coloca en moldes y luego se lo lleva a hornear durante 10 minutos.</p>		
<p>Recomendaciones: En la parroquia San Pedro de Vilcabamba existen algunos lugares donde ir a degustar los deliciosos bizcochuelos los cuales son una tradición en la comuna.</p>		
<p>Actividades turísticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo Gastronómico • Postre tradicional de la parroquia • Motivo de afluencia de turistas locales los fines de semana a la parroquia. 		


Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Ficha N° 11: Sopa de Arveja con Guineo

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA		
Nombre del Atractivo: Sopa de arveja con guineo		Jerarquía: I
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: Etnográfica	Subtipo: Gastronomía
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: SPV
		Ubicación: Este delicioso plato típico es muy tradicional en la alimentación de los habitantes de la parroquia San Pedro de Vilcabamba.
Fotografía N° 15: Sopa de arveja con guineo Fuente: Observación directa Elaboración Claudia Neira C.		
Características: La sopa de arveja con guineo constituye un delicioso plato tradicional de la parroquia y de la provincia de Loja, se necesitan los siguientes ingredientes para su preparación: Guineo, arveja, sal, refrito, aliño, agua, culantro, quesillo y el toque especial aguacate para la preparación, se cocina la arveja hasta que esta quede suave luego se le añade el guineo picado en cuadritos, se le agrega el refrito, aliño y se deja cocinar luego que todo este cocido, se coloca sal al gusto, culantro picado y el quesillo como decoración el aguacate y a degustar.		
Recomendaciones: En la parroquia San Pedro de Vilcabamba encontramos comedores donde se puede degustar de este plato tradicional de la cocina Lojana. En la parroquia San Pedro de Vilcabamba existen algunos lugares donde ir a degustar los deliciosos bizcochuelos los cuales son una tradición en la comuna.		
Actividades turísticas: <ul style="list-style-type: none"> • Los usos más frecuentes de este atractivo son: • Tradición Culinaria • Plato que identifica a la población Lojana • Turismo gastronómico 		

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Ficha N° 12: Jugo de Caña

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA		
Nombre del Atractivo: Jugo de Caña		Jerarquía: I
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: Etnográfica	Subtipo: Bebida Típica
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: SPV
		Ubicación: Esta deliciosa bebida típica se la puede adquirir en la parroquia San Pedro de Vilcabamba donde se vende el jugo de caña natural.
Fotografía N° 16: Jugo de caña Fuente: Observación directa Elaboración Claudia Neira C.		
Características: El Jugo de caña se constituye como una deliciosa bebida típica de la Parroquia, los ingredientes que se utilizan para su preparación son: Caña madura, naranja agria, los instrumentos: trapiche, cernidor, para su preparación, se corta la caña de 1 a 2 años de madura luego se lava, se la muele en el trapiche ya que se obtiene el jugo se lo cierne y se lo sirve agregándole jugo de naranja agria. El costo de cada vaso es de 0,50\$ y la jarra tiene un valor de 1,50\$		
Recomendaciones: En la Parroquia San Pedro de Vilcabamba existen algunos lugares donde ir a degustar de esta bebida típica su atención son los días Viernes, Sábados y Domingos y con precios muy accesibles.		
Actividades turísticas: <ul style="list-style-type: none"> • Los usos más frecuentes de este atractivo son: • Tradición • Bebida que identifica a la población • Turismo gastronómico Motivo de afluencia de turistas los fines de semana a la parroquia		

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

6.1.2. Análisis Interno:

La Finca Cafetalera “León Toledo” se encuentra a 16100 m.s.n.m, con una temperatura promedio de 18 a 24 grados, con una extensión de 1.72Hct dedicado básicamente al cultivo de café orgánico y plantaciones frutales.

Es una micro empresa, que nace por el año de 1970, es dirigida por su gerente – propietario el Señor Edilberto León, es una finca integral y está legalmente registrada en el registro de la propiedad.

En la actualidad dispone de un total de seis empleados, administradora, barista, los mismos son miembros familiares y cuatro empleados eventuales; es decir que, se los contrata cuando se requiere de mano de obra para la época de cosecha.

Las personas dentro de la finca son consideradas personas económicamente activas los cuáles trabajan diariamente aportando a la economía del país.

Los miembros familiares de la finca no han migrado en ninguna ocasión, porque han contado con esta micro empresa familiar.

La finca cafetalera cuenta con capital propio y una estructura adecuada para el desarrollo de todas las actividades que se desarrollan en ella, como son: tendales (patios de secado del grano), bodegas de almacenamiento de café, área de producción de café grano, tostado y molido. Las instalaciones son propias por lo cual no se tiene que cubrir ningún gasto de arriendo; además, se encuentra a 50 metros de la vía Loja – Vilcabamba, lo que facilitaría la llegada de turistas.

El área administrativa de la finca cafetalera se halla adecuadamente estructurada, lo que le ha beneficiado para su funcionamiento, posicionamiento en el mercado, captación de nuevos clientes, mejoramiento de sus relaciones comerciales; además, del desempeño interno de los trabajadores. Cabe acotar que, la finca “León Toledo” no

cuenta con un organigrama estructural del personal existente, debido a que es una finca familiar, es decir todos trabajan en conjunto cumpliendo distintas actividades y responsabilidades dentro de la finca.

Dentro del talento humano de la finca esta cuenta con personal capacitado: Ing. Mónica León titulada en administración de empresas; Sr. Huber Ontaneda, Barista profesional, tiene conocimientos sobre café, catación, etc. Entre otros trabajadores eventuales de la misma.

La actividad prioritaria de la finca es el procesamiento y venta del café de alta calidad, la siembra y recolección de frutas que sirven para el autoconsumo familiar. la familia se sustenta principalmente por la comercialización de café.

Los medios de transporte para poder acceder a la finca son desde la ciudad de Loja se toma buses como: Vilcabambaturis, Unión Cariamanga, Cooperativa de transporte Nambija, Cooperativa de transporte Yanzatza, Taxi ruta 11 de mayo o vehículos privados con una frecuencia de 15 minutos y con una distancia de 36,1 km que llegan al centro de San Pedro de Vilcabamba.

La finca cafetalera sin embargo se encuentra ubicada a dos kilómetros del centro de San Pedro de Vilcabamba diagonal a la hostería “Madre Tierra”.

6.1.2.1 Análisis Socio – Cultural

En la actualidad, y en el aspecto social, el país se muestra con índices en su economía, satisfactorios que, podrán repercutir de manera positiva en el incremento del número de clientes para la finca, posibilitando de, esta manera que, la empresa, opte por incrementar, positivamente, la actividad turística; mejoren sus servicios y se creen nuevos e innovadores productos turísticos.

6.1.2.2 Análisis Económico:

El café, es el segundo producto, después del petróleo, que mueve más millones en el mundo, de ahí su gran importancia en la economía de cualquier país

La microempresa Lojana, creada en el año de 1970 y legalmente constituida por el SRI en el año de 1982 se encuentra involucrada en la actividad cafetalera desde entonces, produciendo café, así como también, de la producción ganadera y el comercio; generando de esta forma, fuerzas de trabajo y empleo directo para familiares de productores. La venta de café se la realiza en quintales y por libras; y, su productividad es buena. Se utilizan bombas de agua y agua de río para el sistema de riego

Cubre el mercado a diferentes exportadoras de café nacionales como; Mercafe S.A, Espigo, Koneltsa, elaborados de café, posesionado a nivel local (Zerimar, Romar) y a nivel nacional (Mi Comisariato y Supermaxi) a nivel internacional se encuentra exportando el café a EEUU, Japón, Francia entre otros.

El café de esta finca es muy apetecido por su calidad, de esta forma, la familia mantiene la economía de su hogar trabajando en la siembra y producción del café. de la misma manera, se ha visto la necesidad de involucrar a la familia en el agro turismo, como alternativa válida del desarrollo económico para revalorizar la agro-industria rural como mecanismo de desarrollo del mismo; lo cual, potencializará a nuestro país, ciudad y parroquia por medio de la misma, desarrollando multifuncionalmente, la agricultura, los empleos y el BUEN VIVIR; es decir, este proyecto, pretende enfocar a la prestación de servicios provenientes del agroturismo como alternativa para encontrar mejores y nuevos retos en la agroindustria de la finca vinculados con la producción del café y procesamiento del mismo; al tiempo que este proyecto se perfila como una actividad turística en potencia que, ofrezca al visitante de otros lugares del

mundo, de nuestro país y de la provincia experiencias y vivencias únicas conociendo aspectos de la cultura local, aprendiendo sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas, y procesamiento del café, generando así, nuevas e innovadoras expectativas en el turista

Ámbito Productivo

La productividad de café de la hacienda es buena, con un adecuado rendimiento, la misma que es comercializada en libras y onzas, para la exportación se la hace en cartones con una capacidad para 24 unidades y en quintales. Así mismo cumple con la superficie de cosecha y sembrada, utilizando una siembra directa. Respecto a la producción, la preparación del terreno cumple con limpiado, trazado, balizado, hoyado. La finca maneja un cultivo mixto, ya que los cafetales son sembrados conjuntamente con especies de ciclo corto, para evitar el monocultivo y la degradación del suelo. El cultivo es manejado mediante un proceso de riego por goteo, utilizando una bomba y un canal que viene directamente del río Malacatos, la distancia que existe entre planta y planta de café es de un metro, se realiza una fertilización inicial y desarrollada de producción, control de plagas y malezas mediante la utilización de extractos orgánicos y un proceso de poda.

En su proceso de producción realiza controles de calidad mediante supervisiones y seguimientos, además diversifica su producción puesto que también se dedica a la cría de ganado vacuno y porcino. Por ser productor y comercializador, el café orgánico cumple con el siguiente proceso:

Proceso de Producción del Café



Fuente: Observación Directa
Elaboración: La Autora

6.1.2.3 Características Físicas de la Finca

La finca León -Toledo cuenta con una extensión total de terreno de 3.85 hectáreas.

Para la actividad turística se utilizarán los predios comprendidos en la parte sur de la misma, siendo la extensión de 1.72Hct. las destinadas a cultivos del café, esto es, un 38% de la totalidad del terreno de la finca.

- Edificaciones existentes en la Finca León Toledo

Se constituyen parte de esta finca, dos predios, El primero: en el sector norte, correspondiente a P1, en una extensión de 1.72Hct., (ver implantación, Figura.Nro.4), donde se localizan las estructuras de vivienda del propietario, Sr. Edilberto León Toledo y familia, actualmente, en buen estado de conservación, cuya cubierta vegetal por los mencionados cultivos de café y variedades de frutales bajo riego, se entrelazan, en su recorrido, a un entorno natural existente de gran belleza y colorido, creando una atmósfera favorable para desarrollar el turismo al interior de la finca; además, se vincula con el predio P2 a través de senderos peatonales; su acceso se realiza desde la vía existente por la parte norte del mismo;

El predio sur, correspondiente a P2, en una extensión de 2.13Hct., de propiedad de la Ing. Mónica Ximena León Toledo, según el mismo gráfico, contiene las instalaciones destinadas al procesamiento del café post cosecha, y ha sido seleccionado para albergar también, el turismo propiamente dicho en la finca. Las edificaciones existentes de que dispone, se describen a continuación:

- **Nave para el Secado Mecánico del Café:** Dispone de secadora mecánica de forma cilíndrica a gas, de uso temporal, cuando las condiciones del clima son desfavorables, además, el espacio está acondicionado para el secado de café en forma manual y bajo techo con un área de 270,49 m². y construida con materiales: estructura metálica, cubierta de Steel panel y piso encementado. Se encuentra, en buen estado de conservación y funcionamiento.
- **Planta para el procesamiento del café:** Dispone de espacios para el almacenamiento, selección, tostado, molido y empacado del café en forma mecánica, igualmente, en buen estado de conservación y funcionamiento, dispone de un área en planta única de 319,30 m². Construida con materiales tradicionales: estructura mixta, pisos en cementados y cubierta de teja.

- **Vivienda** existente de la propietaria Ing. Mónica Ximena León Toledo, construida con materiales tradicionales; regular estado de conservación; dispone de 2 dormitorios, comedor, cocina y baño, en planta baja; se ha realizado una ampliación con portalería para usos múltiples: recepción de los visitantes y estar de permanencia de la familia; además, dispone de una ampliación en planta alta con terraza y circulaciones verticales.

- **Servicios Básicos**

Agua: Potable

Energía Eléctrica: Sistema interconectado

Alcantarillado: Red Pública

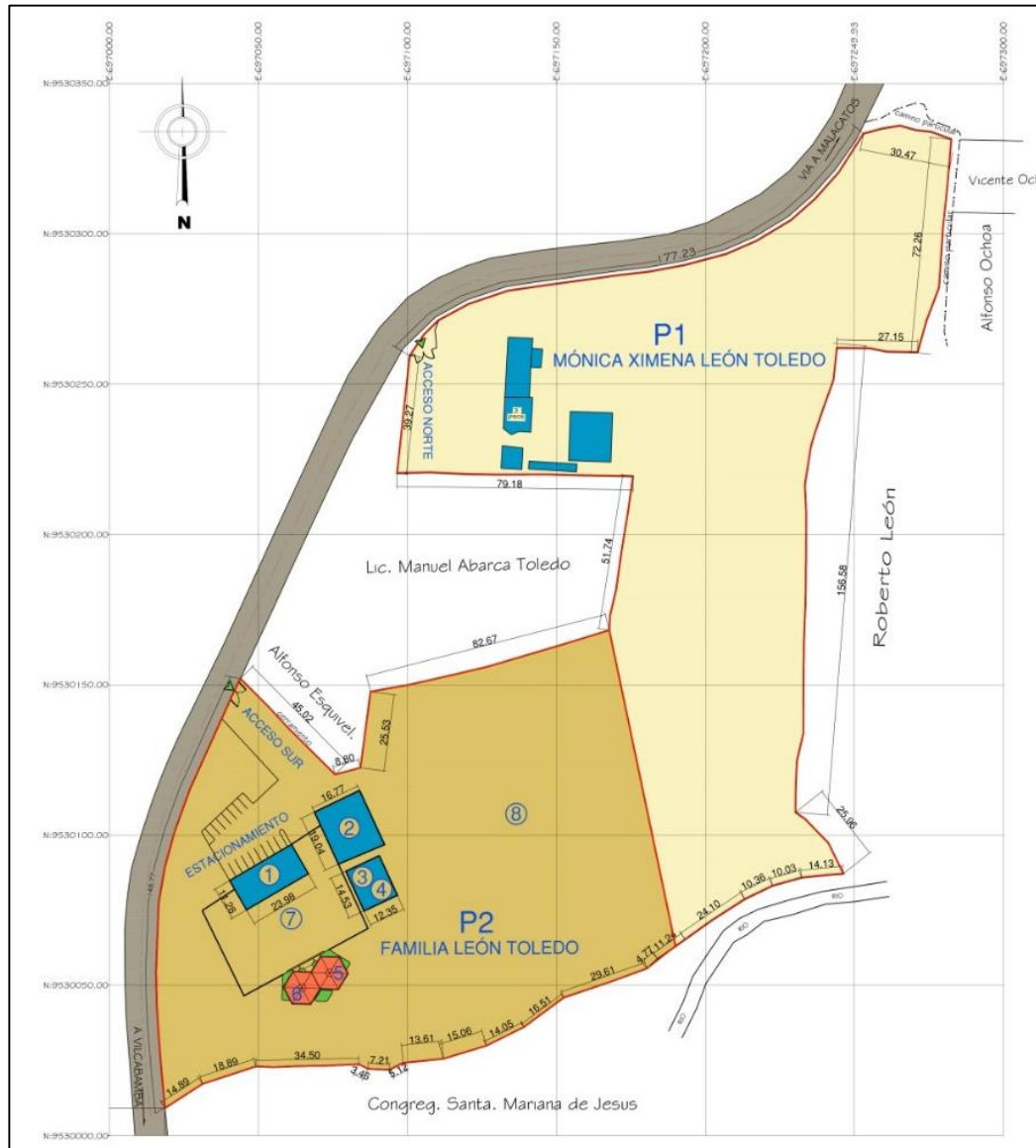
Cuenta con telefonía Pública y Servicio de Internet.

Ámbito Político- Legal:

La finca cafetalera cumple con las normas de producción establecidas en el reglamento, así como el cumplimiento de registros sanitarios y normas tributarias tales como: declaración de RISE y otros impuestos legales.

Predios de la Finca

Figura N° 4: Finca León – Toledo



SIMBOLOGÍA

1	NAVE SECADO DE CAFÉ
2	PLANTA POCESADORA
3	VIVIENDA EXISTENTE
P2	PREDIO MÓNICA LEÓN TOLEDO

5	CABAÑA RESTAURANTE
7	AREAS DE RECREACIÓN FUTURA
8	CULTIVOS DE CAFÉ
P1	PREDIO: FAMILIA. LEÓN TOLEDO

UBICACIÓN:
PARROQUIA DE SAN
PEDRO DE
VILCABAMBA

Marca del Café:
Elaboración: La Autora.

La marca de comercialización del café es Café Arábigo León Toledo & Café Orgánico Gourmet o Especial Uchima, son dos clases de café con la misma variedad, la arábica, en presentaciones que van desde 250g, 225gr, 400gr y 450 gr.

El Producto es envasado en fundas de polipropileno, transparente + polipropileno biorientado metalizado con su respectiva etiqueta diseñada con el logotipo y bajo los requisitos establecidos en la norma ecuatoriana INEN 1123.

Cumple con los requisitos y reglamentos legales establecidos para la elaboración y comercialización de alimentos y bebidas dentro del territorio nacional como son: El registro sanitario del producto, código de barras, permisos de funcionamiento, el RUC. etc.

- Tipos de Café

Los tipos de café que cultiva la finca cafetalera León – Toledo son:

Cultivo Especie: Arábigo	Variedad: Típico Mejorado
Cultivo Especie: Arábigo	Variedad: Especial
Cultivo Especie: Arábigo	Variedad: Bourbon Amarillo
Cultivo Especie: Arábigo	Variedad: Típico
Cultivo Especie: Arábigo	Variedad: Catimor
Cultivo Especie: Arábigo	Variedad: Sachimor

6.1.2.4 Análisis Tecnológico: Esta empresa familiar cuenta con la siguiente maquinaria: máquina de secado de café, piladora, despulpadora, tostadora, moledora, enfriadora o ventiladora, máquina cosedora de sacos, máquina de sellado de fundas, carros de metal para el traslado de sacos de café, envases, entre otros.

6.1.2.5 Análisis Ambiental:

La finca “León Toledo” posee un clima subtropical-seco cuenta con una excelente fertilidad del suelo, debido a la utilización de abonos orgánicos como el Nutrisano, hojas y estiércol de animal, llevando un registro de la aplicación de los mismos. La hacienda lleva un adecuado control de malas hierbas, epifitas y terrestres; además no se evidencia ningún tipo de contaminación, que pudiese perjudicar al medio ambiente.

Condiciones ambientales de la zona en que se produce el café:

Altitud: La calidad del café se asocia con la altitud al que se encuentra a su vez, se vincula con la altitud a la que se produce.

- A Mayor altitud suelen desarrollar más acidez y aroma
- Mejor sabor y valor más alto
- Si los granos maduran lentamente por efecto de temperaturas frescas se consigue un grano con mayor acidez, cuerpo y aroma.
- La altura modifica las características físicas del suelo

Características de los suelos: Textura, profundidad, pH, contenido de materia orgánica y la fertilidad están relacionados con la calidad producida.

Ámbito Turístico:

La finca cafetalera no oferta ningún tipo de servicio de hospedaje, alimentación o recreación/ocio, sin embargo, desde el punto de vista turístico, la hacienda posee un grado de potencialidad alto, puesto al tener una espectacularidad y natural paisajística conservada y al estar cerca de la parroquia Vilcabamba, se podría desarrollar actividades como: senderismo, observación de fauna y flora endémica.

6.1.2.6 Resumen de Jerarquización de Atractivos Turísticos de la Finca “León Toledo”


Cuadro N° 27: Resumen de jerarquización de Atractivos Turísticos de la Finca

PROVINCIA DE LOJA		CANTÓN LOJA						FECHA: JUNIO DE 2016					JERARQUÍA
NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD				APOYO			SIGNIFICADO					
	Valor Intrínseco Máx. 15	Valor Intrínseco Máx. 16	Entorno Máx. 10	Estado de conservación y/u Organización Máx. 10	Acceso Máx. 10	Servicios Máx. 10	Asociación con otros atractivos Máx. 5	Local Máx. 2	Prov Máx. 4	Ncnal. Máx. 7	Inter. Máx. 12	S U M A	
Proceso de obtención del Café	3	3	2	2	2	1	2	2	1	0	0	18	I
Cultivo de café Arábigo en la finca	2	2	1	1	2	1	2	2	1	0	0	14	I

Fuente: Trabajo de Campo

Elaboración: La Autora

**6.1.2.7 Fichas de Resumen de los Atractivos Turísticos de la Finca
Ficha N°13: Proceso de la Obtención de Café**

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA FINCA "LEÓN TOLEDO"		
Nombre del Atractivo: Proceso de la Obtención de Café		Jerarquía: I
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: Etnográfica	Subtipo: Explotaciones Agropecuarias
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Parroquia SPV
		Ubicación: Se encuentra ubicada en SPV, a treinta metros, diagonal de la Hosteria "Madre Tierra" se encuentra la finca de la familia "León Toledo" Coordenadas: Latitud: -6.87115° Longitud: -93.3006°
<p>Foto N° 17: Tostadora León-Toledo Fuente: Observación directa Elaboración Claudia Neira C.</p>		
<p>Características: La piladora y tostadora es una micro empresa de la familia León Toledo ha venido contribuyendo al desarrollo y progreso económico del sector y la reactivación de la economía de los caficultores de la zona, es líder en la comercialización del café de gran altura brinda al cliente un buen sabor y aroma del café del valle de la longevidad, cuenta con máquinas especializadas en la producción del café.</p>		
<p>Recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usar ropa ligera para hacer un tour por la Piladora • Usar zapatos para caminar • Llevar agua 		
<p>Actividades turísticas: Fotografía Caminata Vista de la naturaleza</p>		

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Ficha N° 14: Cultivo de café Arábigo de la Finca “León- Toledo”

ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA FINCA "LEÓN TOLEDO"		
Nombre del Atractivo: Cultivo de café arábigo de la Finca: León Toledo"		Jerarquía: I
Categoría: Manifestación cultural	Tipo: Etnográfica	Subtipo: Bebida Típica
Provincia: Loja	Cantón: Loja	Localidad: Parroquia SPV
 <p>Foto N° 18: Café Arábigo Finca "León-Toledo" Fuente: Observación directa Elaboración Claudia Neira C.</p>		<p>Ubicación: Dentro de los predios de la finca Coordenadas: Latitud: -697125° Longitud: -953006°</p>
<p>Características: La Huerta de la familia “León Toledo” se encuentra a una altura de 1610 m.s.n.m y a una temperatura de 19,5 grados C, se llega al barrio Amala, en el trayecto del sendero se aprecia una vista excepcional del valle de la longevidad; además, de contar con riachuelos que hacen de la caminata una experiencia única. El cultivo del café organico se realiza totalmente natural sin la utilización de quimicos, se alimenta las plantaciones con residuos de alimentos. se siembra café de alta calidad en la huerta de la finca "Arábigo".</p>		
<p>Recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usar ropa ligera • Usar zapatos para caminar • Llevar agua y comestibles • Llevar protector solar y gorra 		
<p>Actividades turísticas: Fotografía Caminata Vista de de los sembrios</p>		

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

6.1.3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA

Datos Generales del encuestado:

- 1. Edad:

Cuadro N°28: Edades de la Población Encuestada

Alternativa	f	xm	F(xm)	%
18 -25	140	21,5	3,010	37%
26-33	101	29,5	2,979.5	26%
34-41	49	37,5	1,837.5	13%
42-49	52	45,5	2,366	14%
50-57	35	53,5	1,872,5	9%
58- 65	6	61,5	369	1%
TOTAL	383		12,434.5	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Promedio Edad:

$$X = \frac{\Sigma F(xm)}{N} \quad X = \frac{12,434.5}{383}$$
$$= 32.46 \text{ aprox.} = 32 \text{ años.}$$

Análisis e interpretación:

De la muestra de 383 encuestas aplicadas a los turistas se pudo determinar la edad promedio que es de 32 años, teniendo como resultado que el rango de 18-25 años representa un 37%, seguidos del 26% en edades comprendidas entre los 26-33 años, de 42-49 años con un 14%, de 50 - 57 un 9% y tan solo el 1% para años comprendidos de 58-65 años.

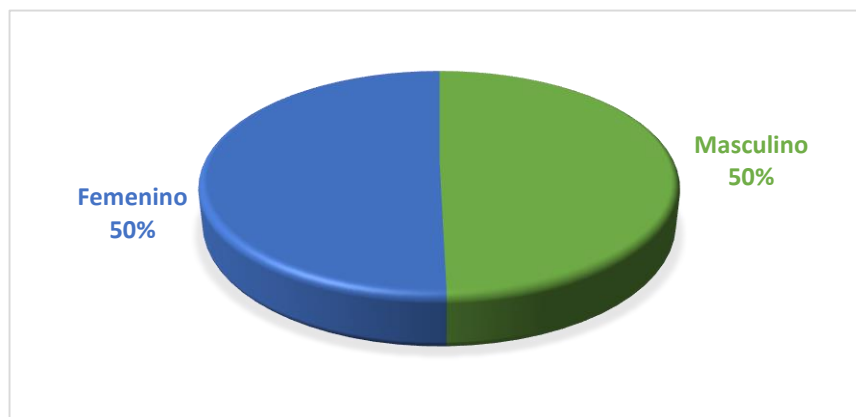
▪ **2. Genero:**

Cuadro N° 29: Sexo

Variable	f	%
Masculino	190	50%
Femenino	193	50%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 1: Sexo



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De las 383 encuestas aplicada a la población proyectada, 190 personas que corresponden al 49,6% son de género masculino, mientras que personas que representan el 50,4% son de género femenino, por lo que se puede evidenciar que el plan de negocios turístico estará dirigido para personas de ambos sexos.

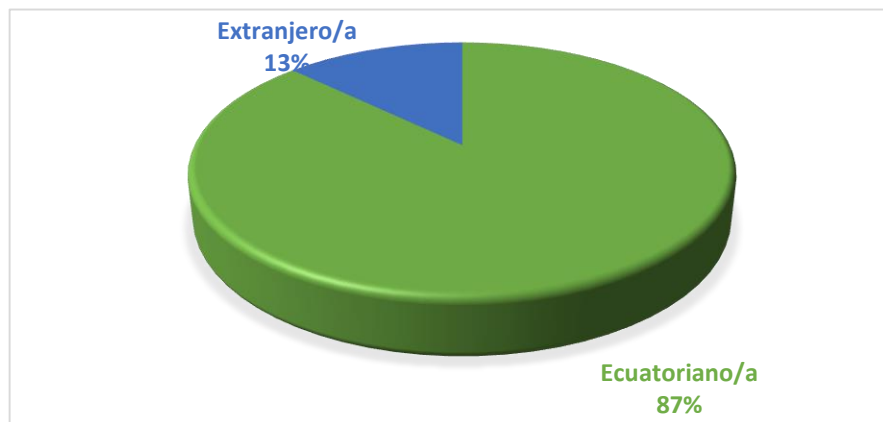
▪ **3. Nacionalidad:**

Cuadro N°30: Nacionalidad

Variable	f	%
Ecuatoriano/a	334	87%
Extranjero/a	49	13%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 2: Nacionalidad



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la ciudad de Loja, turistas y población de San Pedro de Vilcabamba 334 de las personas encuestadas que corresponden al 87% son de nacionalidad ecuatoriana, 49 personas son extranjeros lo que corresponde al 13% por lo que se evidencia que el presente plan de negocios va enfocado a turistas nacionales y proyectado a turistas extranjeros.

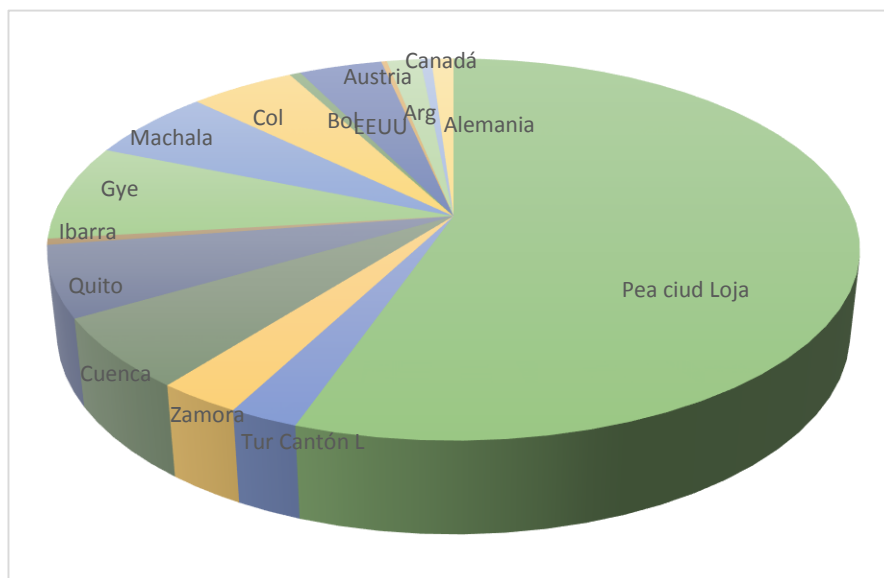
▪ 4. Lugar de Procedencia:

Cuadro N°31: Procedencia

Alternativa	f	%
PEA CIUDAD LOJA	212	55,35
TUR CANTÓN LOJA	9	2,35
ZAMORA	11	2,87
CUENCA	23	6,01
QUITO	23	6,01
IBARRA	2	0,52
GQUIL.	31	8,09
MACHALA	23	6,01
COLOMBIA	19	4,96
BOLIVIA	2	0,52
EEUU	15	3,92
AUSTRIA	1	0,26
ARGENTINA	6	1,57
CANADÁ	2	0,52
ALEMANIA	4	1,04
TOTAL	383	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 3: Procedencia



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Para la siguiente pregunta se encuestaron a turistas nacionales de los cuales se encuestó a 212 del PEA de la ciudad de Loja con un 55,33%, así mismo 23 ciudadanos de las ciudades de Cuenca, Quito y Machala con un 6%, 8 individuos de la ciudad de Guayaquil con un 31%, se encuestaron a 9 individuos del cantón Loja que visitaron la parroquia por turismo con un 2,34%, individuos de Zamora con un 3% y en minoría Ibarra con 1%

Del mismo modo se encuestó a 19 ciudadanos colombianos con un 5%, 15 estadounidenses con un 3,91%, 6 argentinos con un 1,56%, 4 alemanes que representan 1,04%, Canadá, Bolivia y Austria en minoría.

Con lo que se ha llegado a interpretar que hay la tendencia de los turistas nacionales en visitar la ciudad y parroquia y de realizar la actividad turística, de momento no se encuentran tantos turistas extranjeros en masa, pero está creciendo poco a poco el ingreso de los mismos al sector.

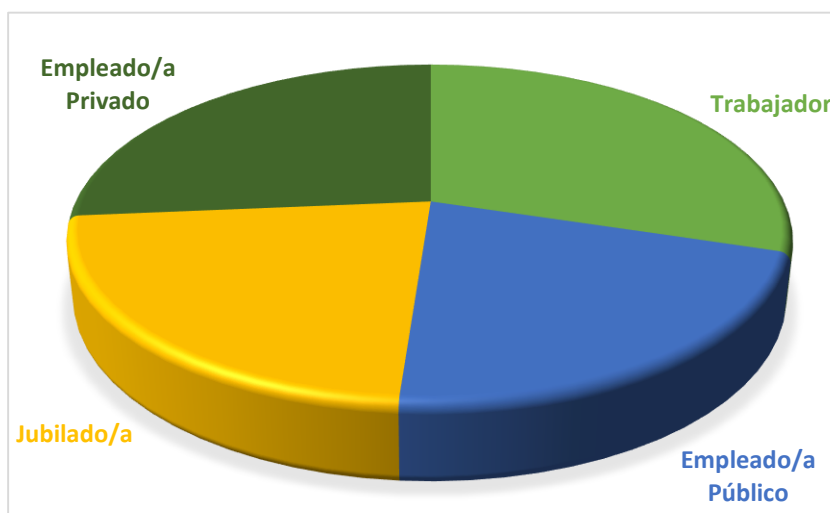
• 5. ¿Cual es su actividad Economica?

Cuadro N°32: Ocupación

Variable	f	%
Trabajador	114	30%
Empleado/a Público	82	21%
Jubilado/a	86	22%
Empleado/a Privado	101	27%
TOTAL	383	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 4: Ocupación



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis de interpretación:

De las 383 encuestas aplicadas a la población de la ciudad de Loja, turistas y San Pedro de Vilcabamba 114 personas que corresponden al 30%, indican que son trabajadores independientes, 82 personas que son empleados públicos con un 21%, 86 personas que representan el 22% indican que son jubilados, 101 personas responden a empleados privados con un 26%. Por lo que estos resultados permiten deducir que los individuos se encuentran equilibrados en las distintas ocupaciones.

6. Ingreso mensual

Cuadro N°33: Cuanto percibe mensualmente

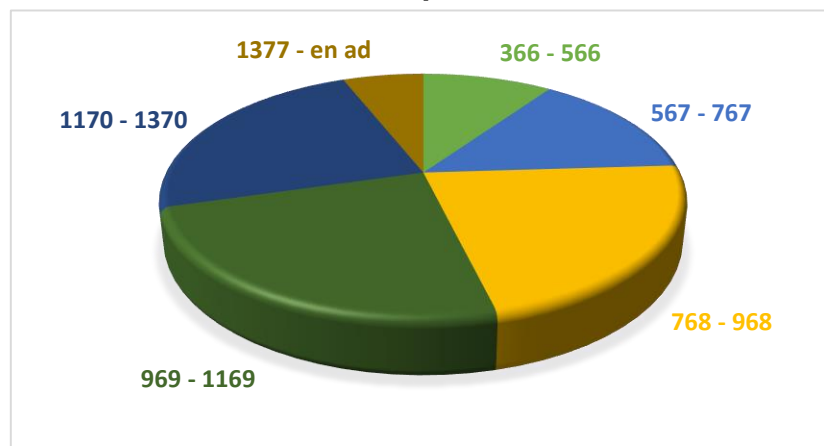
Alternativa	f	xm	F(xm)	%
366 - 566	37	466	17.242	10 %
567 - 767	55	667	36.685	14%
768 - 968	85	868	73.780	22%
969 - 1169	93	1.069	99.417	24%
1170 - 1370	90	1.270	114.300	23%
1371 – en adelante	23	13711	315.353	6%
TOTAL	383		656.777	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

$$X = \frac{\Sigma F(xm)}{N} \quad X = \frac{656.777}{383}$$

= 1.714 dólares

Gráfico N° 5: Cuanto percibe mensualmente



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación: De las 383 encuestas aplicadas a la población, el ingreso mensual es de 1.714\$. 93 personas perciben mensualmente entre 969 a 1169\$ con un porcentaje del 24%, así mismo 90 personas reciben mensualmente entre 11170 a 1370 mensuales con un porcentaje del 23% del resto de encuestados reciben sueldos más bajos. Llegando a la conclusión que la mayoría perciben más que un sueldo básico.

7. ¿Cuánto es su gasto promedio y por persona en el destino turístico?

Cuadro N°34: Gasto en el destino turístico

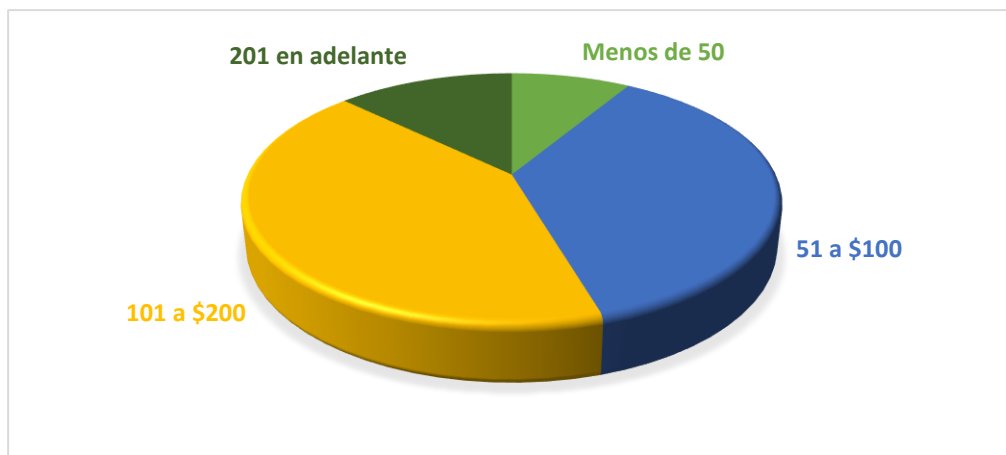
Alternativa	f	xm	F(xm)	%
Menos de \$50	33	50	1.650	9%
\$51 a \$100	141	75.50	10.645	37%
\$101 a \$200	160	150.50	24.080	42%
\$201 en adelante	49	201.00	9.849	12%
TOTAL	383		46.224	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

$$X = \frac{\sum F(xm)}{N} \quad X = \frac{46.224}{383}$$

$$= 120.69 \text{ dólares}$$

Gráfico N° 6: Gasto promedio destinado a la actividad turística



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De la muestra de 383 encuestas, 160 personas respondieron que gastarían un promedio de 101 a 200\$ en el destino con un 42% mientras que 141 personas representando el 37%, gastarían de 51 a 100\$, 49 personas 201 dólares en adelante con un 12% y en minoría menos de 50\$, 33 personas con 9%. Concluyendo que es mayor la gente con poder adquisitivo para gastar en un destino turístico.

Datos Específicos:

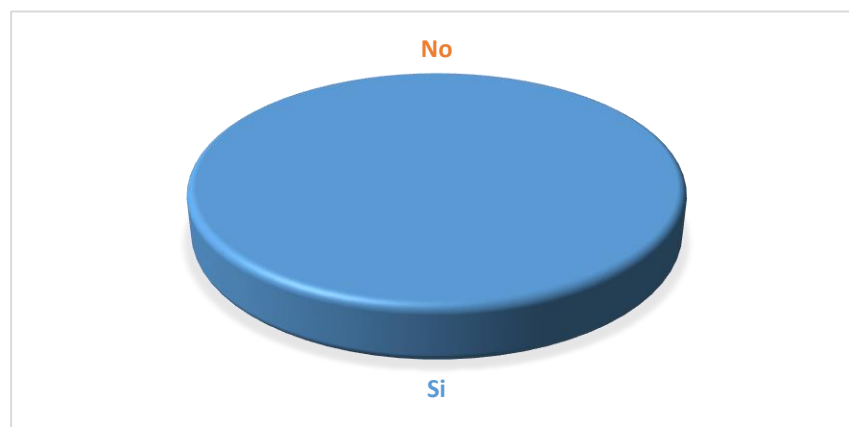
8. ¿Conoce Ud. los atractivos turísticos, servicios y productos turísticos de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba?

Cuadro N° 35: Atractivos, servicios y productos turísticos

Variable	f	%
Si	383	100%
No	0	0%
TOTAL	383	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 7: Conocimiento de atractivos turísticos, servicios y productos de San Pedro de Vilcabamba



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

De las 383 encuestas aplicadas el 100% tiene conocimiento de los atractivos turísticos, servicios y productos de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba y de cercanías a la misma, Concluyendo que en su totalidad se conocen el destino, lo cual es una gran ventaja para proceder al plan de negocios y como consiguiente la puesta en marcha del proyecto.

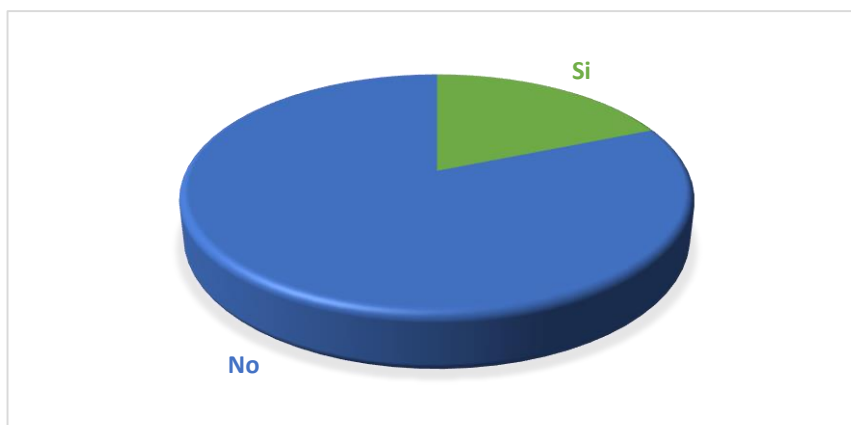
9. ¿Ha visitado alguna vez fincas cafetaleras dedicadas al turismo?

Cuadro N° 36: ¿Ha visitado fincas dedicadas al turismo?

Variable	f	%
Si	72	19%
No	311	81%
TOTAL	383	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 8: ¿Ha visitado alguna vez fincas cafetaleras dedicadas al turismo?



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

En esta interrogante se consideró incluir dos variables SI y NO, con el propósito de obtener resultados precisos, por lo que de las 383 encuestas aplicadas a la población 72 personas que equivalen al 19%, afirman conocer fincas cafetaleras dedicadas al turismo, así mismo 311 personas que corresponden al 81% dice que no conoce fincas cafetaleras, por lo que se puede determinar que se necesita de un plan de negocios para que la finca puedan ser potencializada y de esta manera las personas tengan interés en conocerla.

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

Cuadro N° 37: ¿Le gustaría que fincas ofrezcan servicios turísticos?

Variable	f	%
Si	70	97%
No	2	3%
TOTAL	72	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 9: ¿Le gustaría que las fincas cafetaleras ofrezcan servicios turísticos?



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

En esta interrogante se consideró incluir dos variables SI y NO, con la intención de conocer si la población le gustaría que las fincas cafetaleras ofrezcan servicios turísticos, por lo que 70 personas que equivalen al 97%, afirman que si les gustaría; así mismo, 2 personas que corresponden al 3% dicen que no les interesa, por lo que, se puede evidenciar que se tiene gran apertura por parte de la gente y es necesario realizar un plan de negocios para comenzar a operar la actividad turística dentro de las fincas.

11. ¿En la parroquia San Pedro de Vilcabamba, cantón Loja, se encuentra la finca cafetalera “León Toledo”, en caso de que esta finca implementara servicios turísticos de calidad y con instalaciones adecuadas ¿Usted haría uso de sus servicios? Si su pregunta es afirmativa continúe con la siguiente pregunta.

Cuadro N° 38: ¿Visitaría finca en la parroquia que brinde servicios turísticos?

Variable	f	%
Si	68	94%
No	4	6%
TOTAL	72	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N°10 ¿Visitaría la Finca “León Toledo”?



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

En esta interrogante se consideró incluir dos variables SI y NO, con el propósito de obtener resultados precisos de las personas interesadas en conocer una finca cafetalera por lo que de las 72 encuestas aplicadas a la población 68 personas que equivalen al 94%, afirman que desean conocer la finca cafetalera, y tan solo 4 personas que corresponden al 6% dicen que no desean conocer la finca, por lo que se puede determinar que hay una gran aceptación por parte de la población.

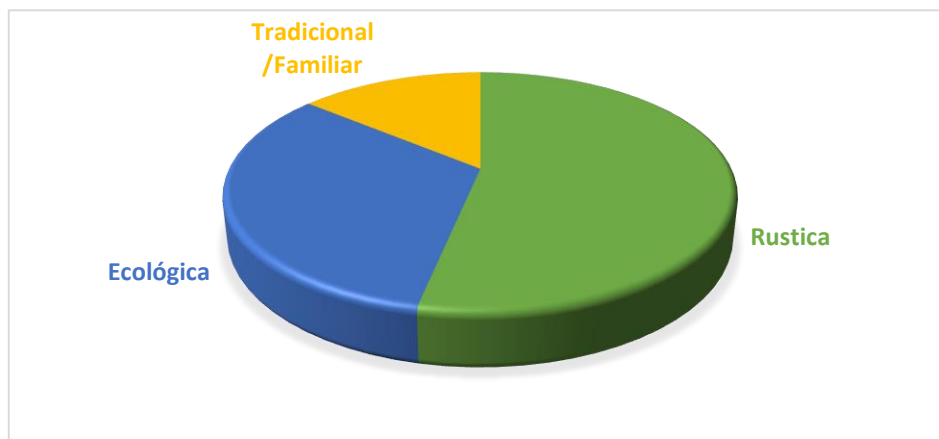
12. ¿Cómo le gustaría que sea la finca cafetalera turística? Elija una opción

Cuadro N°39: ¿Cómo le gustaría que sea la finca turística?

Variable	f	%
a. Rustica	40	58%
b. Ecológica	20	40%
c. Tradicional /Familiar	8	2%
TOTAL	68	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 11: ¿Cómo le gustaría que sea la finca cafetalera turística?



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Tomando en cuenta a las 68 personas que contestaron que les gustaría conocer la finca cafetalera León Toledo, 40 personas les gustaría que fuese rustica con un 20% muy seguido de Ecológica con un 8% y en una minoría tradicional, así que se podría fusionar una finca integral ecológica y rustica.

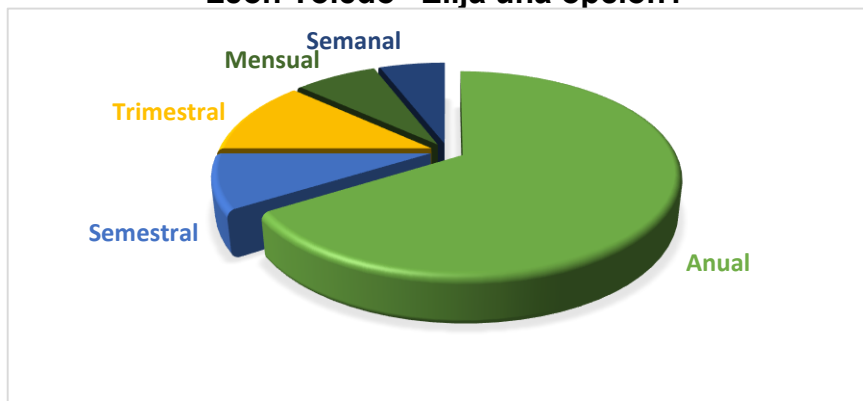
13. ¿Cuál sería la frecuencia con la que visitaría la finca “Elija una opción?”

Cuadro N° 40: ¿Cuál sería la frecuencia?

Variable	f	%
a. Anual	48	72%
b. Semestral	6	8%
c. Trimestral	8	12%
d. Mensual	5	7%
e. Semanal	1	1%
TOTAL	68	100%

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 12: ¿Cuál sería la frecuencia con la que visitaría la finca “León Toledo” Elija una opción?



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Para esta pregunta se han considerado algunas variables, y como resultados se obtuvo lo siguiente: las personas tendrían una frecuencia del 48% anualmente, mientras que un 12% trimestral, un 8% semestral y las demás variables en minoría, la gente preferiría frecuentar la finca sobre todo anualmente.

14. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la finca?

Cuadro N° 41: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer?

Variable	f	xm	F(Xm)	%
1 – 2 días	45	1,5	67,5	66%
3- 4 días	20	3,5	70	29%
4 días en adelante	3	5,5	8,5	5%
TOTAL	68		146	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

$$X = \frac{\sum F(xm)}{N} \quad X = \frac{146}{68}$$

Promedio = 2,1470 = 2 días

Gráfico N° 13: ¿Cuánto tiempo está dispuesto a permanecer en la finca?



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Para esta pregunta se han considerado algunas variables, y como resultados se obtuvo lo siguiente: 45 personas que equivalen al 66% respondieron que visitarían la finca de uno a dos días, 20 personas que corresponden al 29% visitarían la finca de 3 a 4 días, mientras que 3 personas que equivalen al 5% visitarían la finca de 4 días en adelante. Por lo que, se concluye que a las personas les gustaría visitar la finca cafetalera uno o dos días.

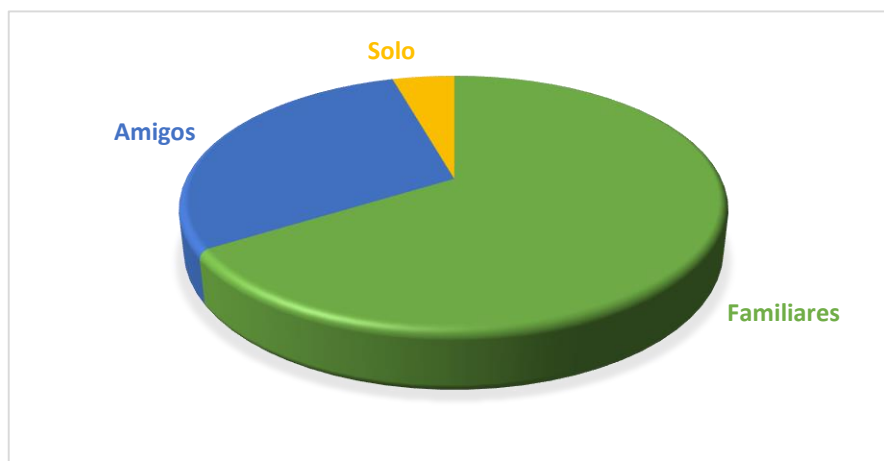
15. Al momento de visitar la finca, ¿En compañía de quién lo haría?

Cuadro N° 42: ¿En compañía de quien lo haría?

Variable	f	%
a. Familiares	45	66%
b. Amigos	20	29%
c. Solo	3	5%
TOTAL	68	100

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 14: ¿Al momento de visitar la finca, en compañía de quien lo haría?



Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

La respuesta a la siguiente pregunta se da de la siguiente manera: De las 68 encuestas aplicadas a la población, 45 personas que equivalen al 66% contestó que lo haría en compañía de familiares, mientras que 20 personas que corresponden al 29% dice hacerlo en compañía de amigos, un 3% se acoge a la opción solo. lo que, refleja que la mayoría de encuestados prefería realizar sus visitas a la finca cafetalera, en compañía de familiares lo cual generará mayores ingresos económicos.

16. ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar en la finca? Elija una opción.

Cuadro N° 43: ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar?

Variable	f	%
a. Caminatas	53	78%
b. Recolección de frutos de la finca	34	47%
c. Siembra, recolección y proceso del café	26	38%
d. Show de Barismo	38	55%
e. Tour por procesadora del café	56	82%

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De acuerdo a las encuestas aplicadas, el 78% expresó que al visitar la finca cafetalera “León Toledo” le gustaría realizar caminatas, el 47% manifestó que le agradaría la recolección de frutos de la finca, en tanto que el 26% contestó que le gustaría la siembra, recolección y proceso del café, así mismo el 55% contestó que le gustaría apreciar un show de barismo y el 82% manifestó que le encantaría realizar un tour por la procesadora de café de la finca. Con estos resultados se puede evidenciar que las actividades turísticas que mayormente demandarían los visitantes al momento de ir la finca son caminatas y tour por la procesadora de café.

17. ¿Qué tipo de servicio turístico desearía recibir al momento de visitar la finca?

Cuadro N°44: ¿Qué tipo de servicio turístico?

Variable	f	%
a. Guianza	48	71%
b. Alimentación	60	88%
c. Hospedaje	28	41%
d. Actividades de Recreación	45	66%
e. Spa	15	22%

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De acuerdo a las 68 personas que afirmaron que harían uso de los servicios turísticos si se implementará la finca “León Toledo”, el 71% manifestó que le gustaría recibir el servicio de Guianza, el 88% expresó que le agradaría recibir el servicio de alimentación, mientras que el 41% contestó que le gustaría el servicio de hospedaje, un 66% estaría dispuesto a realizar actividades de recreación y finalmente el 22% en una minoría afirma que le gustaría recibir el servicio de Spa dentro de la finca. Estos datos reflejan claramente que el servicio que solicitan los turistas mayormente es el de alimentación seguido de Guianza y actividades de recreación.

18. Al momento de visitar la finca “León Toledo” ¿Cuáles serían los factores que tomaría en cuenta?

Cuadro N°45: ¿Cuáles serían los factores?

Variable	f	%
a. Clima	45	66%
b. Ubicación	40	59%
c. Vías de Acceso	35	51%
d. Precio	58	85%
e. Calidad de Café	20	29%

Fuente: Encuestas

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De acuerdo a las encuestas aplicadas el 66% manifestó que para visitar la finca cafetalera “León Toledo” se tomaría en consideración el clima, el 59% contestó que consideraría la ubicación como factor para visitar la finca, el 51% aseguró que las vías de acceso constituiría el factor principal a la hora de la visita a la finca, mientras que en su mayoría los individuos resaltan el precio a la hora de visitar con un 58%, mientras que en la minoría representadas con el 20% expresó que para visitar la finca tomarían en consideración la calidad del café. Con estos resultados se puede determinar que al momento de visitar la finca “León Toledo” los demandantes lo que principalmente considerarían es el precio y el clima del lugar.

19. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre la finca cafetalera? Elija una opción.

Cuadro N° 46: ¿Por qué medios de comunicación?

Variable	f	%
a. Internet	65	96%
b. Radio	51	75%
c. Televisión	59	86%
d. Prensa Escrita	10	14%
e. Directamente	15	22%

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

Como resultado de la aplicación de la encuesta, el 96% manifestó que le gustaría recibir información sobre la finca “León Toledo” por internet con una mayoría, el 75% contestó que le agradaría a través de la radio, el 86% les gustaría recibir información por medio de la televisión, el 14% indicó que le interesaría recibir información por medio de la prensa escrita y un 15% le gustaría información directamente. 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 cafetalera “León Toledo” debería utilizar para dar a conocer sus servicios a los demandantes, seguidamente les gustaría recibir información por los medios de comunicación tradicionales como la radio y televisión.

20. ¿Cómo le gustaría que se promocióne la finca cafetalera?

Cuadro N° 47: ¿Cómo le gustaría que se promocióne?

Variable	f	%
a. Bolsos	35	51%
b. Camisetas	30	44%
c. Video Publicitario	58	85%
d. Llaveros	15	22%
e. Esferográficos	25	36%

Fuente: Encuestas
Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

De las encuestas aplicadas , el 67% manifestó que le gustaría que se promocióne a la finca “León Toledo”, a través de bolsos, el 44% indicó por medio de camisetas, el 85% expresó que un video publicitario es la mejor forma de promocionar la finca, un 22% le gustaría que se debería promocionar por medio de llaveros y un 36% por medio de esferográficos, es así que para promocionar los servicios turísticos que la finca ofrecerá se debería crear un video publicitario ya que es la preferencia de los encuestados.

6.1.4. Entrevista:

Para dar cumplimiento al primer objetivo y analizar la situación turística actual en la que se encuentra la parroquia San Pedro de Vilcabamba, fue necesario la aplicación de un cuestionario de entrevista. Este cuestionario fue aplicado a tres personas como se muestra a continuación:

Análisis entrevista N° 1

Datos informativos:

Entrevistado: Ing. Mónica Ximena León Toledo

Cargo: Administradora de la Finca Cafetalera “León Toledo”

Fecha de aplicación: 24 / 06 / 2016

Interpretación:

De la entrevista realizada a la Administradora de la finca cafetalera “León Toledo” podemos deducir lo siguiente: La empresa cuenta con una misión y visión las cuales están definidas técnicamente, por consiguiente, tiene ya definidos los objetivos que persigue la misma. Esta empresa cuenta con una serie de fortalezas y oportunidades que le permite gozar de una gran aceptabilidad en la región sur del país, su presencia en el mercado comercial del café es de respetable importancia debido a que ya posee marca, registro sanitario y se encuentra exportando su café de alta calidad. A más de ello, se interesa por involucrarse en la actividad turística y cuenta con la infraestructura adecuada para poder implementar en la finca productos y servicios turísticos que un futuro cercano, a no dudarlo, tendrán mucha aceptación en el mercado local, nacional e internacional.

La finca “León Toledo”, cuenta actualmente, con una infraestructura para el procesamiento del café, dentro de la misma se encuentran áreas de secado, áreas de pilado, bodegas y almacenamiento del café, además de la huerta donde se encuentran los cafetales y algunos frutales; disponiendo, por tanto, de los espacios necesarios para implementar actividades turísticas dentro de la finca; así mismo, cuenta con los servicios básicos necesarios para dar una buena atención al turista.

Análisis Entrevista N° 2

Datos informativos:

Entrevistado: Sr. Edilberto León

Cargo: Propietario de la Finca Cafetalera

Fecha de aplicación: 24 / 06 / 2016

Interpretación:

Esta entrevista se aplicó con el propósito de conocer los principales aspectos dentro de la finca y la realidad actual de la misma.

Esta finca cafetalera lleva muchos años en la comercialización y exportación de café de alta calidad, el propietario como la familia está interesado en inmiscuirse en la actividad turística por medio de esta podría mostrar su legado familiar, cuenta con experiencia en el mercado local y ha sido líder en la producción de café, en la elaboración de panela anteriormente, nos ha manifestado que le gusta el intercambio cultural con personas de diferentes lugares y de esta manera poder mostrar nuestras tradiciones y que mejor que con el café que él lo cataloga como las puertas para poder potencializar su finca y brindarles calidad de servicio en sus instalaciones.

Análisis Entrevista N° 3

Datos informativos:

Entrevistado: Sr. Huber Ontaneda León

Cargo: Barista de la finca cafetalera “León Toledo”

Fecha de aplicación: 15 / 07 / 2016

Interpretación:

De la entrevista realizada al Barista de la finca cafetalera “León Toledo” el cual es el profesional especializado en el café de alta calidad, que trabaja creando nuevas bebidas a base de café, usando varios tipos de leches, esencias y licores, es el responsable de la presentación de las bebidas y puede complementar su trabajo con arte latte, explicó el entrevistado; El mismo que manifiesta que el café que se cultiva en su huerta es de alta calidad y que una manera de promocionarlo sería captar turistas que disfruten del buen café y por medio de sus conocimientos dar a conocer las propiedades de las bebidas, desde el sabor hasta el aroma, pasando por la acidez, el dulzor, la consistencia entre otras particularidades; Así mismo acompañar a un recorrido por la huerta y presentar al turista las diferentes especies del café como lo es la variedad “Arábigo” la cual se cosecha en la finca. A más de ello, acota que están interesados en involucrarse en la actividad turística.

La finca como la procesadora de café cuenta con el espacio y la infraestructura adecuada para poder implementar servicios turísticos en un futuro cercano.

Están de acuerdo en seguir este plan de negocios para de esta forma partir de un presupuesto general para saber cuál vendría a ser la inversión, la cual permita dotar de infraestructura física como algunos otros proyectos encaminados con el turismo.

Análisis Entrevista N° 4

Datos informativos:

Entrevistado: Lic. Didio Fernández

Cargo: Propietario de la finca “Fernández”

Fecha de aplicación: 09 / 12 / 2016

Interpretación:

Dicha entrevista se realizó al propietario de la finca “Fernández” que se encuentra ubicada en la Parroquia de Malacatos, con el objetivo de conocer acerca de la competencia y poder de esta forma determinar la oferta existente del proyecto.

Mediante la aplicación de la entrevista a la competencia se pudo determinar que esta finca posee servicios turísticos y actualmente se encuentra implementando actividades para realizar dentro y fuera de la misma, el mismo que se encuentra insertando su finca en el ámbito turístico, actualmente ha iniciado con la captación de turistas con un aproximado de 1 a 2 turistas mensuales los cuales nos ha sabido manifestar se mostraron conformes con los servicios y actividades que posee, no obstante los dueños de esta propiedad siguen reinventando nuevas alternativas y mejoras para captar a los turistas.

**6.1.5. Análisis F.O.D.A de la finca “León Toledo”
Cuadro N° 48: Matriz F.O.D.A**

Factor Interno - Fortalezas	Factor Externo -Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atractivos turísticos naturales y culturales diversos. ▪ Disponibilidad de tierras propias para la siembra del café ▪ Variedad de especies de flora y fauna nativa y silvestre. ▪ Clima cálido y muy agradable ▪ Belleza Paisajística con la que cuenta la finca ▪ Cuenta con instalaciones adecuadas para implementar la actividad turística. ▪ Posee casa familiar tipo colonial. ▪ Propietarios interesados en la actividad turística, cuentan con recursos económicos ▪ Mejoramiento del estilo de vida de los caficultores y propietarios ▪ Exporta Café a nivel local, nacional e internacional. ▪ Posee maquinaria de punta para el procesamiento del café. ▪ Interés de la población por conocer fincas turísticas cafetaleras ▪ Fácil acceso debido a que la vía Loja – Vilcabamba se encuentra en buen estado 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Flujos turísticos locales y regionales por temporadas (feriados, carnavales y fines de semana). ▪ Apoyo CFN para presentar proyectos. ▪ Proyecto con el gobierno provincial de Loja para vincular a las fincas cafetaleras en la actividad turística. ▪ Interés Internacional por el café por ser considerado como uno de los mejores cafés especiales del país. ▪ Atractivos turísticos cercanos a la finca cafetalera. ▪ Afluencia de turistas nacionales y extranjeros a parroquias aledañas. ▪ Incremento de divisas al país por concepto de turismo. ▪ Proximidad a los centros urbanos como Vilcabamba, Malacatos. ▪ Inexistencia de fincas cafetaleras turísticas en la región. ▪ Condiciones climatológicas propicias para el turismo..
Factor Interno - Debilidades	Factor Externo - Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de mantenimiento y adecuación de los espacios e instalaciones en la finca. ▪ Falta de senderización y señalética dentro de la huerta de café. ▪ Falta de estructura organizacional ▪ Falta de potencialización de los atractivos turísticos. ▪ Limitada capacitación sobre prestación de servicios turísticos a los propietarios de la finca. ▪ Posee infraestructura limitada para realizar actividades y servicios turísticos. ▪ No posee servicios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inestabilidad Económica del país ▪ Insuficiente planta turística en la Parroquia ▪ Presencia de posibles desastres naturales ▪ Escaso presupuesto por parte del GAD municipal y parroquial para el desarrollo de proyectos turísticos. ▪ Posibles plagas en la producción agrícola. ▪ Carencia de cultura turística en la población ▪ Falta de empleo en la parroquia.

Fuente: Observación Directa
Elaboración: La Autora

6.1.5.1. Análisis M.E.F.E (Matriz de Evaluación de Factores Externos)
Cuadro N°49: Análisis de la matriz M.E.F.E.

Factor Externo Clave	Variables	Ponderación	Calificación	Resultado Ponderado
Flujos turísticos locales y regionales los fines de semana y por temporadas (feriados, carnavales)	Oportunidad	0,06	4	0,24
Proyecto con el gobierno provincial de Loja para vincular a las fincas cafetaleras en la actividad turística	Oportunidad	0,07	4	0,28
Apoyo de la CFN para presentar proyectos	Oportunidad	0,04	4	0,16
Interés Internacional por el café considerado uno de los mejores del país	Oportunidad	0,07	4	0,28
Atractivos turísticos cercanos a la finca cafetalera	Oportunidad	0,05	3	0,15
Afluencia de turistas nacionales y extranjeros a parroquias aledañas	Oportunidad	0,05	3	0,15
Incremento de divisas al país por concepto de turismo.	Oportunidad	0,09	4	0,36
Proximidad a los centros urbanos como Vilcabamba, Malacatos	Oportunidad	0,05	4	0,20
Inexistencia de fincas cafetaleras turísticas en la región.	Oportunidad	0,06	3	0,18
Condiciones climatológicas propicias para el turismo.	Oportunidad	0,07	4	0,28
Inestabilidad Económica del país	Amenaza	0,08	1	0,08
Insuficiente planta turística en la Parroquia	Amenaza	0,06	1	0,06
Presencia de posibles desastres naturales	Amenaza	0,06	2	0,12
Escaso presupuesto por parte del GAD municipal y parroquial para el desarrollo de proyectos turísticos	Amenaza	0,05	2	0,1
Posibles plagas en la producción agrícola.	Amenaza	0,05	2	0,1
Carencia de cultura turística en la población	Amenaza	0,04	2	0,08
Falta de empleo en la parroquia.	Amenaza	0,05	1	0,05
TOTAL		1		2,87

Fuente: Diagnostico Turístico

Elaboración: La Autora

En la matriz, anteriormente presentada, he realizado una evaluación de los factores externos, por lo que, fue necesario elaborar una lista de las amenazas y oportunidades decisivas; de esta forma, cada una de ellas tuvo una ponderación, que va de 0,00 (irrelevante) a 1,00 (muy importante), la sumatoria de todas las ponderaciones dadas a los factores deberá ser de 1,00.

Además, se realizó una calificación de oportunidades, mayor (4) y menor (3), y amenazas, menor (1) y mayor (2), con la finalidad de determinar el grado de importancia de cada uno de los factores, se efectuó la multiplicación entre la ponderación y calificación con la finalidad de obtener los resultados, en donde:

Si el resultado es igual a 2,5 existe un equilibrio

Si el resultado es mayor a 2,5 las oportunidades están sobre las amenazas.

Si el resultado es menor a 2,5 las amenazas están sobre las oportunidades.

Análisis:

Una vez analizada y evaluada la matriz de factores externos se obtuvo como resultado 2,87 lo que significa que las oportunidades están sobre las amenazas, considerando que la finca es competitiva ante cualquier amenaza y por ende posee grandes oportunidades que serán aprovechadas para el mejoramiento y éxito de la hacienda.

6.1.5.2 Análisis M.E.F.I. (Matriz de Evaluación de Factores Internos)

Cuadro N°50: Análisis Matriz M.E.F.I.

Factor Interno Clave	Variables	Ponderación	Calificación	Resultado Ponderado
Atractivos turísticos naturales y culturales diversos.	Fortaleza	0,05	4	0,20
Disponibilidad de tierras propias para la siembra del café	Fortaleza	0,05	4	0,20
Variedad de especies de flora y fauna nativa y silvestre.	Fortaleza	0,05	4	0,20
Clima cálido y muy agradable	Fortaleza	0,06	3	0,18
Belleza Paisajística con la que cuenta la finca	Fortaleza	0,05	3	0,15
Cuenta con instalaciones adecuadas para implementar la actividad turística.	Fortaleza	0,08	4	0,32
Posee casa familiar tipo colonial.	Fortaleza	0,07	4	0,28
Propietarios interesados en la actividad turística, cuentan con recursos económicos	Fortaleza	0,08	4	0,32
Mejoramiento en el estilo de vida de los caficultores y propietarios.	Fortaleza	0,05	3	0,15
Exporta Café a nivel local, nacional e internacional.	Fortaleza	0,06	4	0,24
Posee maquinaria de punta para el procesamiento del café.	Fortaleza	0,04	4	0,16
Interés de la población por conocer fincas turísticas cafetaleras	Fortaleza	0,05	4	0,20
Fácil acceso debido a que la vía Loja – Vilcabamba buen estado	Fortaleza	0,05	3	0,15
Falta de mantenimiento y adecuación en instalaciones en la finca.	Debilidad	0,05	2	0,10
Falta de senderización y señalética dentro de la huerta de café.	Debilidad	0,05	2	0,10
Falta de estructura organizacional	Debilidad	0,05	2	0,10
Falta de potencialización de los atractivos turísticos.	Debilidad	0,02	1	0,02
No capacitación sobre prestación de servicios a los propietarios	Debilidad	0,04	2	0,08
infraestructura limitada para realizar actividades y servicios turísticos	Debilidad	0,03	1	0,03
No posee servicios turísticos	Debilidad	0,02	1	0,02
TOTAL		1		3,20

Fuente: Diagnostico Turístico

Elaboración: La Autora

En la matriz, anteriormente presentada, he realizado una evaluación de los factores internos, por lo que, fue necesario realizar una lista de las amenazas y oportunidades decisivas, ya que cada una de ellas tuvo una ponderación, que va de 0,00 (irrelevante) a 1,00 (muy importante), la sumatoria de todas las ponderaciones dadas a los factores deberá ser de 1,00.

Además, se realizó una calificación de fortalezas, mayor (4) y menor (3), y de debilidades, menor (1) y mayor (2), con la finalidad de determinar el grado de importancia de cada uno de los factores, se efectuó la multiplicación entre la ponderación y calificación con la finalidad de obtener los resultados, en donde:

Si el resultado es igual a 2,5 existe un equilibrio. Si el resultado es mayor a 2,5 las oportunidades están sobre las amenazas. Si el resultado es menor a 2,5 las amenazas están sobre las oportunidades.

Análisis:

Una vez analizada y evaluada la matriz de factores internos se obtuvo como resultado 3,20 lo que significa que las fortalezas son superiores a las debilidades, deduciendo así que la finca tiene una fuerte posición interna por lo tanto se debe de aprovechar esta ventaja e insertar a la finca en el ámbito turístico.

6.1.5.3 Matriz F.O.D. A

Cuadro N°51: Matriz F.O.D.A

		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
		FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Atractivos turísticos naturales y culturales diversos. 2. Disponibilidad de tierras propias para la siembra del café 3. Variedad de especies de flora y fauna nativa y silvestre. 4. Clima cálido y muy agradable 5. Belleza Paisajística con la que cuenta la huerta 6. Cuenta con instalaciones adecuadas para implementar la actividad turística. 7. Posee casa familiar tipo colonial. 8. Propietarios interesados en la actividad turística. 9. Mejoramiento del estilo de vida de los caficultores y propietarios de la finca. 10. Exporta Café a nivel local, nacional e internacional. 11. Posee maquinaria de punta para el procesamiento del café. 12. Fácil acceso debido a que la vía Loja – Vilcabamba se encuentra en buen estado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de mantenimiento y adecuación de los espacios e instalaciones de la finca 2. Falta de senderización y señalética dentro de la huerta de café. 3. Falta de estructura organizacional 4. Falta de potencialización de los atractivos turísticos. 5. Limitada capacitación sobre prestación de servicios turísticos a los propietarios de la finca. 6. Posee infraestructura limitada para realizar actividades y servicios turísticos. 7. No posee servicios turísticos. 		
		OPORTUNIDADES		ESTRATEGIA FO	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Flujos turísticos locales y regionales por temporadas (feriados y carnavales). 2. Proyecto con el gobierno provincial de Loja para vincular a las fincas cafetaleras en la actividad turística. 3. Apoyo de la CFN para presentar proyectos 4. Interés internacional por el café 5. Atractivos turísticos cercanos a la finca cafetalera 6. Afluencia de turistas nacionales y extranjeros 7. Incremento de divisas al país por concepto de turismo 8. Proximidad a los centros urbanos como Vilcabamba, Malacatos 9. Inexistencia de fincas cafetaleras turísticas en la región. 		<p>1.- Diseño de Letreros informativos al interior de la finca cafetalera “León – Toledo” (F1,F2,F3,O2,O9)</p>	<p>2.- Implementación de la infraestructura del restaurante para la prestación de servicio de alimentación en la finca “León Toledo” (D1,D6,D7,O2,O3,O6)</p>		
		AMENAZAS		ESTRATEGIA FA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Inestabilidad Económica del País 2. Insuficiente planta turística en la Parroquia 3. Presencia de posibles desastres naturales 4. Escaso presupuesto por parte del GAD municipal y parroquial para el desarrollo de proyectos turísticos. 5. Posibles Plagas en la producción agrícola. 		<p>3.- Elaborar un paquete turístico para la finca cafetalera “León Toledo”. (F1, F2, F3, F4, F5, F6, A1, A2)</p>	<p>4.- Elaborar un programa de capacitación sobre prestación de servicios turísticos al talento humano. (D3,D5,D7, A2,A4)</p>		
				ESTRATEGIA DO	
				ESTRATEGIA DA	

Fuente: Diagnostico Turístico
Elaboración: La Autora

6.2 PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA “LEÓN TOLEDO” PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA, CANTÓN LOJA.

6.2.1. Descripción del Negocio

Empresa dirigida a todo tipo de público y sobre todo a aquellas personas amantes del buen café, somos personas comprometidas a la satisfacción plena de nuestros clientes; es una finca dedicada a ofrecer servicios y actividades turísticas, a más de contar con el mejor café cultivado en nuestra huerta de alta calidad puro orgánico.

Es un lugar para dejar la rutina diaria y explorar la naturaleza sumergiéndose en los cafetales para seguidamente conocer el procesamiento del café, hasta finalmente tomar una deliciosa taza del café cosechado por el visitante.

6.2.2. Estudio de Mercado de la Finca Cafetalera “León Toledo”

6.2.2.1. Análisis de la Demanda

Perfil del Turista

El perfil de los turistas resalta hombres y mujeres con una edad promedio de 32 años, en su mayoría son personas económicamente activas siendo servidores públicos y privados, poseen un salario promedio 969 a 1169\$, todos han visitado San Pedro de Vilcabamba y parroquias aledañas, son individuos apasionados por el café interesados en conocer fincas cafetaleras que realicen actividades turísticas, prefieren una finca ecológica & rustica y en menor interés por la tradicional, al momento de viajar toman en consideración actividades y productos que ofrezcan calidad del servicio y comodidad. Les gustaría realizar actividades como recolección de frutos, tour por la procesadora de café y show de barismo entre otras, los servicios que desean tener son de alimentación y alojamiento, los principales motivos de viajar a una finca de esta índole son porque les gusta la relación con la naturaleza, el café de alta calidad y el contacto con los caficultores que representan la cultura y tradición de nuestros pueblos. Desean visitar

cada año la propiedad en compañía de familia y amigos, están dispuestos a gastar un promedio de 120\$ por la estadía en la finca cafetalera, les agrada la atención y el servicio personalizado, prefieren informarse de la finca por medio del internet. Finalmente les gustaría que se promocióne mediante el ofrecimiento de paquetes turísticos.

- Demanda Turística

Demanda Potencial: Se determina con la totalidad de la población aplicada para el estudio de mercado en este caso la suma de la población económicamente activa de la ciudad de Loja, de la parroquia San Pedro de Vilcabamba y el total de los turistas que ingresaron a la ciudad, proyectando con una tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Loja del 2,65%, para los siguientes años; Para la determinación de la demanda potencial se realizó una pregunta ¿Conoce Ud. los atractivos, servicios y productos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba? En la que el 100% de la población si conocen la parroquia.

Cuadro N°52: Demanda Potencial

PROYECCIÓN DE DEMANDA POTENCIAL		
AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA POTENCIAL
	2,65%	100%
2016	95.796	95796
2017	98335	98335
2018	100940	100940
2019	103615	103615
2020	106361	106361

Fuente: Cuadro N°:8

Elaboración: La Autora

Demanda Real: Se realizó mediante la pregunta de la encuesta que se aplicó a la población ¿Ha visitado alguna vez fincas cafetaleras dedicadas al turismo? Con un porcentaje del 19% de los individuos que conocen fincas que sé que practiquen el turismo.

Cuadro N°53: Demanda Real

PROYECCIÓN DE DEMANDA REAL		
AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL
		19%
2016	95796	18201
2017	98335	18684
2018	100940	19179
2019	103615	19687
2020	106361	20209

Fuente: Cuadro N°:52
Elaboración: La Autora

Demanda Efectiva: Se efectuó en base a la pregunta aplicada ¿Si Ud. visita la parroquia San Pedro de Vilcabamba le gustaría conocer una finca cafetalera que brinde servicios turísticos? Con un 94% de interés por parte de la población.

Cuadro N°54: Demanda Efectiva

PROYECCIÓN DE DEMANDA EFECTIVA		
AÑOS	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA
		94%
2016	18.201	17109
2017	18684	17563
2018	19179	18028
2019	19687	18506
2020	20209	18996

Fuente: Cuadro: N°:53
Elaboración: La Autora

Demanda Efectiva por Visita: Se realiza por medio del número de visitas que visitarían los demandantes, determinando que el número de visitas promedio por individuo anual es de 3 visitas anuales que multiplicado por la demanda efectiva se obtiene la demanda efectiva anual.

Cuadro N°55: Promedio de Visitas Anual

Promedio de Visitas Anual				
Variable	Frecuencia	Porcentaje	Veces al año	Total de Visitas
Semanalmente	1	1	52	52
Mensualmente	5	7	12	60
Trimestral	8	12	4	32
Semestral	6	8	2	12
Anual	48	72	1	48
Total	68	100		204
			Promedio Anual	3
			Total	3

Fuente: Pregunta #13 (Encuesta)

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 56: Demanda Efectiva Anual

DEMANDA EFECTIVA ANUAL			
AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	VISITA PROMEDIO	DEMANDA EFECTIVA ANUAL
2016	17109	3	51327
2017	17563	3	52688
2018	18028	3	54084
2019	18506	3	55517
2020	18996	3	56988

Fuente: Cuadro N°:55

Elaboración: La Autora

6.2.2.2. Análisis de la Oferta

La oferta de la Finca cafetalera “León Toledo” es de 24 turistas al año los cuales pertenecen a la finca “Fernández”, se calculó en base a cuantos turistas la finca recibe y el bajo porcentaje se debe a que recién esta aperturandese en el mercado como finca cafetalera que realiza actividades turísticas.

Cuadro N°57: Oferta Turística

OFERTA TURISTICA	
AÑO	Proyección de la Oferta
1	24
2	24
3	24
4	24
5	24

Fuente: Diagnostico Turístico
Elaboración: La Autora

Demanda Insatisfecha: Para obtener la demanda insatisfecha se procede a restar la demanda con la oferta existente, en este proyecto se puede observar que hay una gran demanda insatisfecha y para potencializar se debe ejecutar el plan de negocios con el fin de cubrir esta demanda, ya que en la actualidad existen muy pocas fincas cafetaleras turísticas.

Cuadro N° 58: Demanda Insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA			
AÑOS	DEMANDA EFECTIVA ANUAL	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
1	51327	24	51.303
2	52688	24	52.664
3	54084	24	54.060
4	55517	24	55.493
5	56988	24	56.964

Fuente: Cuadro N°:57
Elaboración: La Autora

6.2.2.3. Marketing Mix

- Producto

Logotipo

Figura N° 5: Logotipo Finca Cafetalera “León Toledo”



Fuente: La Autora

Elaboración: Claudia Neira C.

Descripción:

Está compuesto por las montañas que representa la topografía de la zona y el paisaje imponente de San Pedro de Vilcabamba y del valle sagrado de Vilcabamba, así mismo se puede apreciar la tierra fértil en donde se encuentran las plantaciones de café que es el atractivo principal de la finca, el color verde de sus hojas refleja la variedad de especies de café y la naturaleza del lugar, así como el marrón que constituye el café por cosechar el cual es delicioso al olerlo y saborearlo, finalmente el amarillo representado en el sol que simboliza el buen clima que tiene la parroquia.

Nombre: Está compuesto por los apellidos de la familia “León Toledo”, se ha matizado con verde y café que simboliza la diversidad de especies de café de faunística y florística presentes en la huerta cafetalera.

Slogan:

Como slogan se ha escogido el siguiente “Café con Tradición” ya que la finca cafetalera se ha desarrollado de generación en generación, pretende brindar al turista la mayor acogida en un entorno de naturaleza ofreciendo estándares de calidad y un buen café de altura.

Producto:

El producto que se ofrece es un paquete turístico (Full Day) en donde abarcará distintas actividades como caminatas a la huerta del café, recolección de frutales, si es temporada de siembra o recolección y un tour por las maquinas procesadoras de café con los granos recolectados por los turistas y que ellos puedan observar el tratamiento que debe de pasar el grano desde la despulpada hasta la mesa para degustar de un delicioso café , así mismo se harán catas de café por medio de un show de barismo y finalmente visita a los principales atractivos turísticos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, también incluye servicios como: transporte, alimentación y guianza.

Precio:

El costo del paquete turístico será de \$20 dólares por cada persona y para grupos de 15 o más personas tendrá el valor de \$15, el paquete es durante un día completo (Full Day).

En el servicio de restaurante está abierto al público en general de miércoles a domingo y para las personas que no deseen la compra del paquete turístico, se cobrará del 30% al 60% de los valores asignados dentro del paquete turístico dependiendo de los platos.

La política de cobro a los clientes en el caso de reservaciones, ya sea directamente, vía telefónica o por internet se cancelará un 50% al momento de realizar la reserva y el otro 50% al momento de adquirir el servicio; con una forma de pago mediante cuenta bancaria.

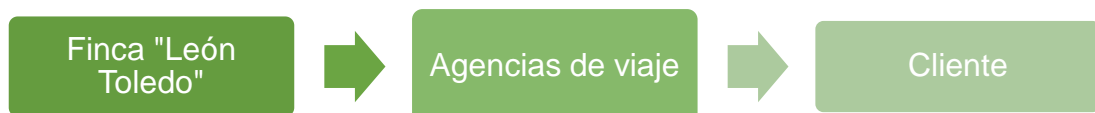
Distribución:

Habrán dos canales de distribución: el primero será la venta directa al cliente y la segunda comercializando el producto turístico a través de intermediarios que serían las agencias de viajes encargadas de potencializar la finca y el desarrollo turístico.

Canal 1:



Canal 2:



Promoción:

En cuanto a la promoción por la compra del paquete turístico se dará un show de barismo totalmente gratis.

Se harán cataciones de las diferentes variedades de café y nuestro barista nos enseñará las propiedades del café y como hacer bebidas diferentes a base de café.

Nuestro chef hará degustaciones de comida a base de café a grupos de más de 15 personas.

Los días miércoles se oferta 2x1 en todas nuestras bebidas frías y calientes.

Y los domingos el 5% de descuento en algunos de nuestros platos a la carta.

Publicidad:

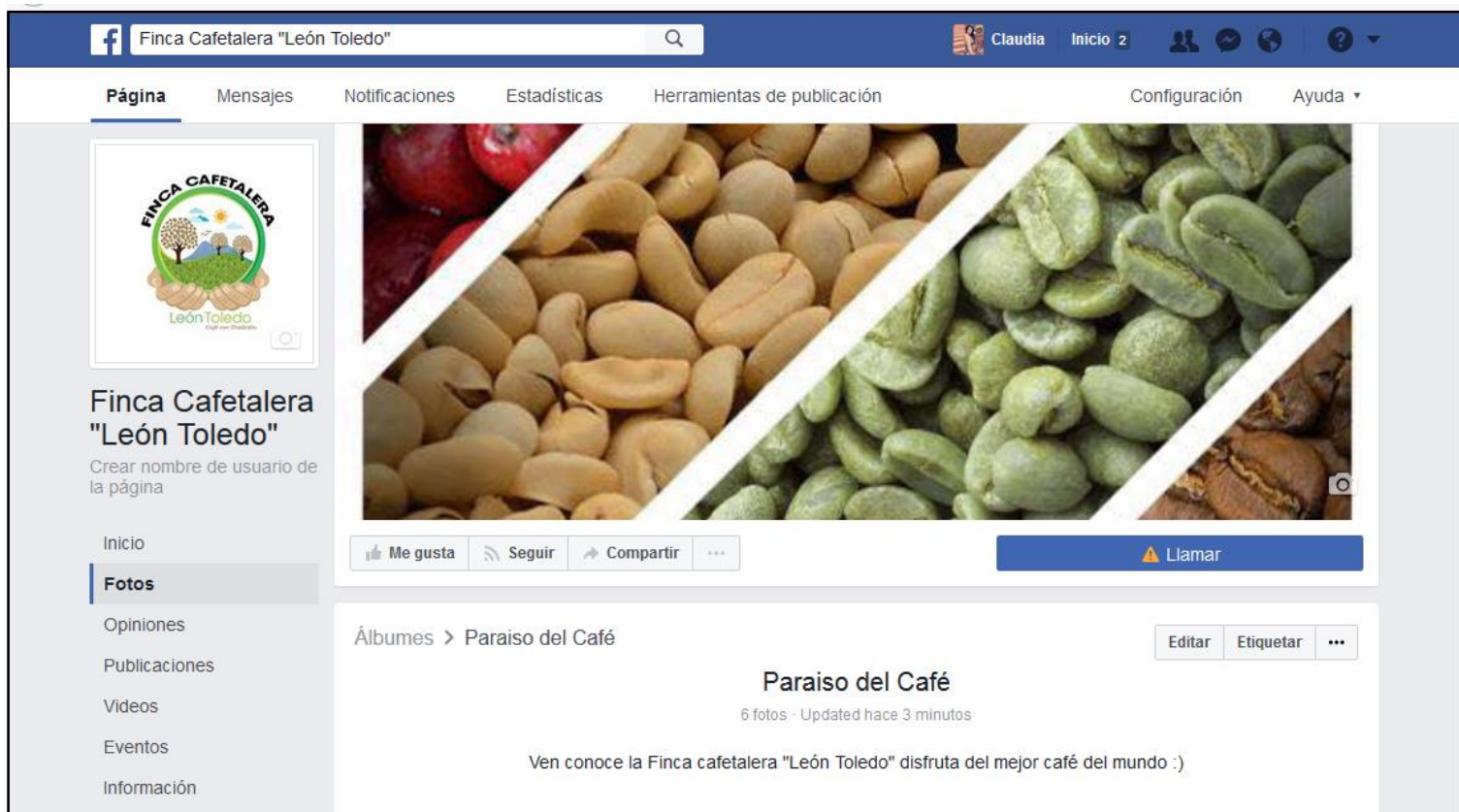
La publicidad es índole informativa se pretende llegar al cliente con el fin de crear la expectativa y motivarlo a venir a la finca cafetalera “León Toledo”.

Dentro del estudio de mercado de la finca se obtuvo cuáles son los medios para difundir la publicidad de la empresa, destacándose con mayor porcentaje el uso del internet medio de comunicación que está al alcance de todos. Es por esta razón que se determinó crear redes sociales como: Facebook, Instagram, Twitter y una página web en idioma inglés y español para darles mayor información a los clientes.

Dirección URL: <https://clauneira168.wixsite.com/misitio>

Además de ello Se ha realizado un video publicitario con el fin de difundir la finca cafetalera en redes de esta manera se captará más turistas extranjeros lo cual es una ventaja para el negocio

Figura N° 6: Redes Sociales (Facebook)



Fuente: La Autora

Elaboración: Claudia Neira C.

Figura N°7: Redes Sociales (Twitter)



Fuente: La Autora
Elaboración: Claudia Neira C.

Figura N° 8: Pagina Web de la Finca Cafetalera "León Toledo"



Fuente: La Autora
Elaboración: Claudia Neira C.

Figura N°9: Pagina web sección nosotros



Fuente: La Autora
Elaboración: Claudia Neira C.

*Come to this Beautiful
Place*

"León Toledo" Farm

San Pedro de Vilcabamba, located to the south - east of the city of Loja, is 1,700 m high, with an exceptional climate, is said to be one of the most remarkable places in the world due to its height Can grow, harvest and dry in a natural way the delicious high coffee with the participation of coffee growers in the area.

This is where the micro - enterprise of the Leon - Toledo family has been serving and contributing with effort, work and dedication to the economic development of the South Region of the Country.



Figura N°10: Pagina web sección Restaurante



Fuente: La Autora
Elaboración: Claudia Neira C.

High Quality
Coffee varieties

- Cultivo Especie: Arábigo Variedad: Típico Mejorado
- Cultivo Especie: Arábigo Variedad: Especial
- Cultivo Especie: Arábigo Variedad: Bourbon Amarillo
- Cultivo Especie: Arábigo Variedad: Típico
- Cultivo Especie: Arábigo Variedad: Catimor

taste.

Our a la carte dishes!!

It is best if you enjoy your cappuccino or mocachino with our delicious dessert of the day :)
We have international food as the typical food of our region, all this with ingredients based on coffe...

[Order Our Coffee](#)



Figura N° 11: Pagina web sección redes sociales



BARISTA

COFFEE HOUSE

Fuente: La Autora

Elaboración: Claudia Neira C.

[Our Shops](#)

[Menus](#)

[Buy Coffee](#)

Video Promocional:

Figura N°12: Portada de Video Promocional



Fuente: La Autora
Elaboración: David Neira C.

Características:

Duración: 2 min minutos 15 seg.

Descripción: Da a conocer los atractivos turísticos de la finca cafetalera conjuntamente a la ubicación y a las actividades que se pueden desarrollar en ella.

6.2.3. Estudio Técnico

Determinación del Tamaño del Proyecto

En este estudio se determina el tamaño y localización del proyecto, la infraestructura, el proceso productivo, y demás requerimientos físicos necesarios para el funcionamiento de la actividad turística en el negocio.

6.2.3.1. Tamaño

Se refiere a la capacidad de producción (servicio) que posee la finca en un periodo de tiempo determinado y en función de la demanda.

Capacidad Instalada

Indica cual será la máxima capacidad de comercialización que puede alcanzar el restaurante y el paquete turístico, al atender todos los días del año, con una capacidad de 32 y 20 personas respectivamente:

Cuadro N° 59: Capacidad Instalada

CAPACIDAD INSTALADA			
Servicios	Personas Diarias	Total por año (365 días)	Porcentaje
Restaurante	32	11680	100%
Paquete turístico	20	7300	

Fuente: Análisis Técnico
Elaboración La Autora.

Capacidad Utilizada – Restaurante

Esta dado por el nivel de utilización de la capacidad total del restaurante, es decir se toma como referencia los días que se atenderá siendo en este caso de miércoles a domingo (5 días). Para el cálculo del total de días al año se realiza la siguiente relación:

Días/semana= 5

Semana/año= 52

Total Anual= $5 \times 52 = 260$ días

Cuadro N°60: Capacidad Utilizada Restaurante

CAPACIDAD UTILIZADA			
Denominación	Capacidad	Días en el Año	Total al Año
Capacidad Utilizada Restaurante	32	260	8320
TOTAL			

Fuente: Cuadro N: 59

Elaboración: La Autora

Capacidad Utilizada del Paquete Turístico

Se basa en la propuesta de venta de 4 paquetes turísticos por mes, principalmente en los fines de semana, teniendo en cuenta que es un “Full Day”, con lo cual para obtener el total de días al año se realiza lo siguiente:

Días/mes= 4

Mes/año= 12

Total Anual= $4 \times 12 = 48$ días

Cuadro N°61: Capacidad Utilizada Paquete Turístico

CAPACIDAD UTILIZADA			
Denominación	Capacidad	Días en el Año	Total al Año
Capacidad Utilizada Paquete Turístico	20	48	960
TOTAL			

Fuente: Cuadro N:59

Elaboración: La Autora.

Cuadro N°62: Capacidad Utilizada Total

CAPACIDAD UTILIZADA TOTAL			
Servicios	Capacidad Instalada	Capacidad Utilizada	Porcentaje Utilizado
Restaurante	11.680	8320	71%
Paquete Turístico	7.300	960	13%
TOTAL		9280	

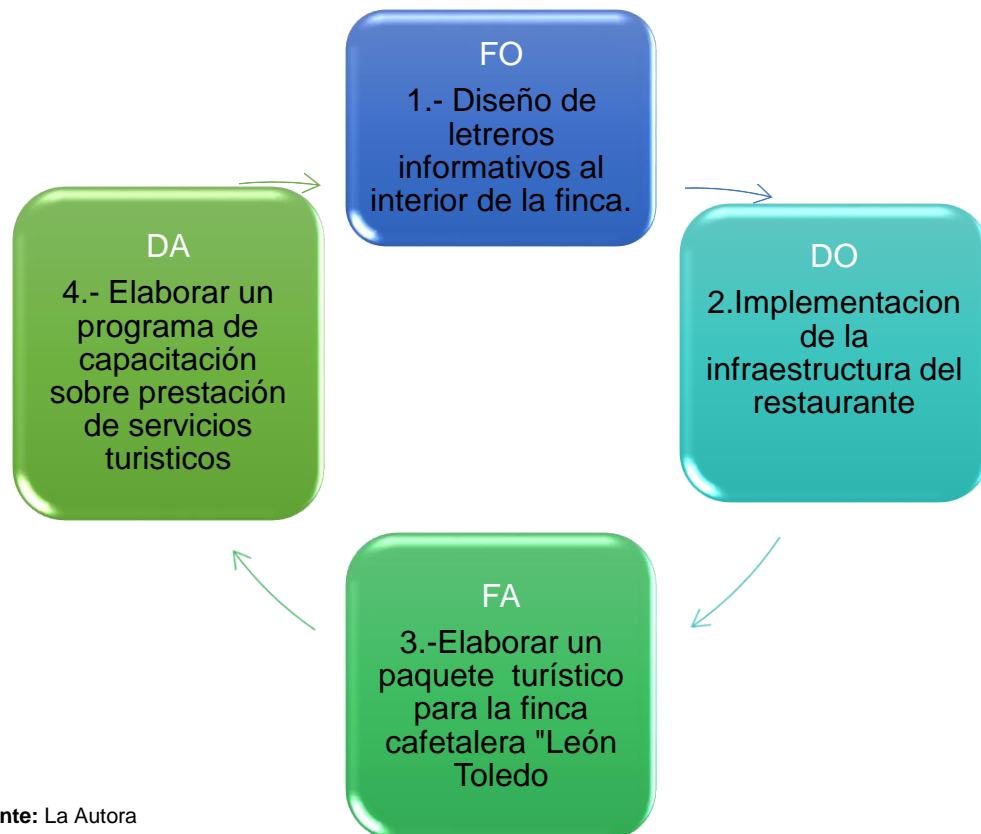
Fuente: Cuadros N: 60,61

Elaboración: La Autora

6.2.3.2. Propuesta de Objetivos Estratégicos

El análisis de matriz de estrategias F.O.D.A, dio como resultado cuatro estrategias, que permitirán desarrollar la propuesta del presente plan de negocios, el mismo que se constituye como un aporte para la comunidad de la parroquia San Pedro de Vilcabamba, así como de forma sostenible a la finca cafetalera “León Toledo” a involucrarse en la actividad turística.

Grafico N° 15: Objetivos estratégicos



Fuente: La Autora

Elaboración: Claudia Neira C.

6.2.3.3. Objetivo Estratégico N°1: Diseño de letreros informativos al interior de la finca cafetalera “León Toledo”

Meta: Con la finalidad de impulsar el desarrollo del turismo en la finca cafetalera se pretende el diseño de letreros informativos los mismos que ayudan a la identificación e interpretación de los cultivos existentes en la finca además son de gran ayuda para el recorrido de los turistas dentro de la huerta familiar.

Estrategias:

- Utilizar equipo GPS para la ubicación en coordenadas reales de los atractivos turísticos para realizar el itinerario.
- Para el diseño de los letreros utilizar el Manual de Señalización Turística 2015, elaborado por el Ministerio de Turismo, el mismo que contiene las normas y técnicas en cuanto a los pictogramas y dimensiones que deben tener los rótulos, la consideración de estos elementos en el diseño de los letreros, permitirá que los visitantes tomen conciencia sobre la necesidad de conservar los recursos naturales y culturales de la finca.

Tácticas:

- Facilitar al visitante la práctica de senderismo, perfectamente en el medio natural, proporcionando seguridad, calidad e información sobre la actividad que se va a desarrollar
- Incentivar el conocimiento del entorno natural y de los elementos de la tradición rural de los espacios donde se transita, buscando una práctica respetuosa cultural y ambiental.

Responsables:

- Propietarios de la Finca Cafetalera “León Toledo”

Tiempo:

Dada la necesidad e importancia que amerita el diseño de los letreros informativos, su implementación se dará de acuerdo al financiamiento e inversión de los dueños de la finca.

Recursos:**a) Recursos Humanos:**

- Albañil para el montaje de los letreros

b) Recursos Materiales:

- Letrero de acceso de Norte a Sur a la finca
- Letreros cuadrados por cada estación de cultivo del café: especie y variedades.

c) Recursos Económicos:

- Costo de la señalética: \$1080 dólares

Resultados Esperados:

- Motivar la visita a la finca cafetalera y lograr el crecimiento y desarrollo de la actividad turística en el sector
- Difundir los atractivos naturales como culturales de la parroquia
- Posesionar a la finca como una de las primeras en incentivar el agroturismo.

Presupuesto de los letreros:

Dentro del presupuesto se determina los gastos que se van a realizar para la construcción y elaboración de letreros dentro de la huerta de café.

**Cuadro N°61: Presupuesto para los letreros informativos al interior de la finca "León Toledo"
Recorrido por los accesos,cultivos y senderos existentes de Norte a Sur**

CANTI DAD	TIPO DE SEÑALÉTICA	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS		PRESUPUESTO		TEXTOS	OBSERVACIONES
				COSTO UNITARIO, en USD	COSTO TOTAL, en USD		
2	Letreros de acceso a la finca de Norte a Sur.	Letreros de un solo panel que estará soportado por un marco de caña guadua	180 cm x 120 cm	270,00	540,00	Leyenda de Bienvenida a la finca	Contiene: Logo de la Finca Cafetalera "León Toledo" y marca turística. El primero en el acceso Norte por la vía Loja - Vilcabamba al lado izquierdo, y el segundo en el acceso Sur por la misma vía, al lado izq.
1	SEÑALÉTICA Letreros por cada estación de cultivo de café: especie y variedades	Letrero de un solo panel que soporta una estructura formada por dos postes de caña guadua que sostiene un techo y un tablero de forma cuadrada.	180 cm x 120 cm	60,00	60,00	ESTACIÓN 1: Cultivo especie café Arábigo: Variedad Típico Mejorado	A partir del acceso Norte a la finca e Inicio de los cultivos de cafe, por el sendero ecológico existente de N-S
1				60,00	60,00	ESTACIÓN 2: Cultivo especie café Arábigo: Variedad Especial	A 20 min de la Estación 1
1				60,00	60,00	ESTACIÓN 3: Cultivo especie café Arábigo: Variedad Borbón Amarillo	A 10 min de la Estación 2 y 30 min del inicio
1				60,00	60,00	ESTACIÓN 4: Cultivo especie café Arábigo: Variedad: Típico	A 10 min de la Estación 3 y 40 min del inicio
1				60,00	60,00	ESTACIÓN 5: Cultivo especie café Arábigo: Variedad: Criollo	A 10 min de la Estación 4 y 50 min del inicio
1				60,00	60,00	ESTACIÓN 6: Cultivo especie café Arábigo: Variedad: Catimoro	A 10 min de la Estación 5 y 1 hora del inicio
1				60,00	60,00	ESTACIÓN 7: Cultivo especie café Arábigo: Variedad: Sachimoro	A 10 min de la Estación 6 y 1 hora 10min del inicio
1				60,00	60,00	ESTACIÓN 8: Cultivo especie café Arábigo: Variedad: Catimoro	A 10 min de la Estación 7 y 1 hora 20 min del inicio
1				60,00	60,00	ESTACIÓN 9: Cultivo especie café Arábigo: Variedad: Típico Mejorado	A 10 min de la Estación 8 y 1 hora 30min del inicio
11	COSTO TOTAL DE LA SEÑALÉTICA			1080,00			

Señalización:

La señalización en el interior de la finca cafetalera será una de las herramientas fundamentales para atender los requerimientos de información, educación y recreación, además de promover y fortalecer la conciencia ambiental de los turistas.

Diseño de Elementos Informativos e Interpretativos:

– Características de los letreros

De acuerdo a la normativa de señalización en áreas protegidas (en desarrollo por parte del ministerio de ambiente y turismo) se establece como material para la señalización la madera como material para el sendero.

Para los tableros se utilizará madera de yumbingue, está sin duda es la mejor alternativa no solamente por las características que tiene sino por la gran capacidad de resistir a la intemperie por largo tiempo.

Los tableros irán sostenidos por caña guadua, está entre las plantas de mayor y más versátil utilización en el mundo. Es un organismo ecológicamente sociable y nativo.

Los letreros serán realizados en letra Arial y textos en tamaños de acuerdo con la señal siempre considerando la fácil legibilidad. Los pictogramas a utilizarse serán tallados en la madera.

Los elementos a diseñarse serán letreros informativos e interpretativos cuyo diseño genere el menor impacto a la vez sean atractivos para el turista.

Diseño Del Material Interpretativo

Cuadro N° 63: Descripción del letrero informativo a la finca cafetalera

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL	Señalética de bienvenida a la finca	COORDENADAS Latitud:697125 Longitud:953006
FUNCIÓN	UBICACIÓN	
Dirigir a los visitantes hacia los atractivos turísticos	Señalización de bienvenida a la finca cafetalera "León Toledo"	
<p>DESCRIPCIÓN: Es un letrero de un solo panel que estará soportado por un marco de caña guadua. Con una estructura de caña guadua de 15 cm de diametro</p> <p>MATERIALES: Tablones de Yumbingue de 120 cm de espesor por 110 cm de ancho, postes de caña guadua laminada metálica para las fotografías, pernos, perno-tuercas para sostener el tablero y pintura.</p> <p>DIMENSIONES: La dimensión del tablero es de 120 cm de alto por 110 cm de ancho, los postes de caña guadua tendrán una dimensión de 120 cm de alto por 180cm de ancho. La altura en que deberá estar colocado el letrero será a una dimensión de 90 cm con respecto al suelo.</p> <p>PICTOGRAMAS: Lacadas en tablero de madera pino, de 1 cm de espesor y su tamaño será de 10 cm por 10 cm. Recomendable lacar en natural para resaltar la veta de la madera</p> <p>Tipo y tamaño de letra: El tipo de letra que se utilizará: Arial color negro, su tamaño es de 12 cm por 12 cm para el título y para el contenido secundario es de 6cm por 6cm. El tamaño del logo es de 10 cm.</p>		
		
MANTENIMIENTO	COSTO	
La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal así como por el proveedor de los materiales deberá cubrir al menos 8 años.	\$ 540	
Fotografía: Impresas en lámina metálica.		




Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Figura N°:13 Diseño del Letrero Informativo a la Finca Cafetalera



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Cuadro N°64: Propuesta de Letrero Informativo a la Finca Cafetalera

Estado Actual	Propuesta de Letrero
	
PROPUESTA DEL LETRERO	
	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 65: Descripción del letrero interpretativo variedad de café
Típico Mejorado**

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL	Descripción del letrero interpretativo Variedad de café : Típico Mejorado	COORDENADAS Latitud:697164 Longitud:953007
FUNCIÓN	UBICACIÓN	
Dirigir a los visitantes hacia este cafetal	Huerta de café de la familia León Toledo"	
DESCRIPCIÓN: Es un letrero de un solo panel que se soporta en una estructura formada por dos postes de caña guadua de 15 cm de diámetro que sostiene un techo y un tablero en forma cuadrada que es la parte interpretativa el mismo que va sujetado por el panel.		
MATERIALES: Se utilizará tabloncillos yungue de 120 cm de espesor por 110 cm de ancho, dos postes de caña guadua, 1 platina de media con perno para que el letrero interpretativo pueda girar fácilmente, pintura, paja y clavos.		
DIMENSIONES: El tablero consta de dos caras y tendrá una dimensión de 120 cm de ancho por 110 cm de alto, estará a una altura de 80 cm de alto respecto al suelo. los postes de caña guadua tienen una dimensión de 230 cm de alto por 180cm de ancho.		
TIPO Y TAMAÑO DE LA LETRA: El tipo de letra es Arial, el color negro, la misma que se logrará al momento de calar la madera. El tamaño de la letra será de 6cm de ancho por 6cm de alto para el título. Segundo letrero: lado anverso fotografía, lado reverso descripción de la variedad de café. tamaño de 3cm de ancho por 5 cm de alto.		
MANTENIMIENTO	COSTO	
La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal así como por el proveedor de los materiales deberá cubrir al menos 8 años.	\$ 60	
FOTOGRAFÍA: Impresa en lámina metálica.		

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Figura N° 14: Diseño del Letrero Interpretativo Variedad de Café Típico Mejorado



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Cuadro N°66: Propuesta de Letrero Interpretativo Variedad de Café Típico Mejorado

Estado Actual	Propuesta de Letrero
	
PROPUESTA DEL LETRERO	
	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Cuadro N° 67: Descripción del letrero interpretativo variedad de café Especial

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL	Descripción del letrero interpretativo variedad de café : Especial	COORDENADAS Latitud:697236 Longitud:953011
FUNCIÓN	UBICACIÓN	
Dirigir a los visitantes hacia este cafetal	Huerta de café de la familia León Toledo"	
<p>DESCRIPCIÓN: Es un letrero de un solo panel que se soporta en una estructura formada por dos postes de caña guadua de 15 cm de diámetro que sostiene un techo y un tablero en forma cuadrada que es la parte interpretativa el mismo que va sujetado por el panel.</p> <p>MATERIALES: Se utilizará tabloncillos yumbingue de 120 cm de espesor por 110 cm de ancho, dos postes de caña guadua, 1 platina de media con perno para que el letrero interpretativo pueda girar fácilmente, pintura, paja y clavos.</p> <p>DIMENSIONES: El tablero consta de dos caras y tendrá una dimensión de 120 cm de ancho por 110 cm de alto, estará a una altura de 80 cm de alto respecto al suelo. los postes de caña guadua tienen una dimensión de 230 cm de alto por 180 cm de ancho.</p> <p>TIPO Y TAMAÑO DE LA LETRA: El tipo de letra es Arial, el color negro, la misma que se logrará al momento de calar la madera. El tamaño de la letra será de 6cm de ancho por 6cm de alto para el título. Segundo letrero: lado anverso fotografía, lado reverso descripción de la variedad de café. tamaño de 3cm de ancho por 5 cm de alto.</p>		
		
MANTENIMIENTO	COSTO	
La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal así como por el proveedor de los materiales deberá cubrir al menos 8 años.	\$ 60	
FOTOGRAFÍA: Impresa en lámina metálica.		



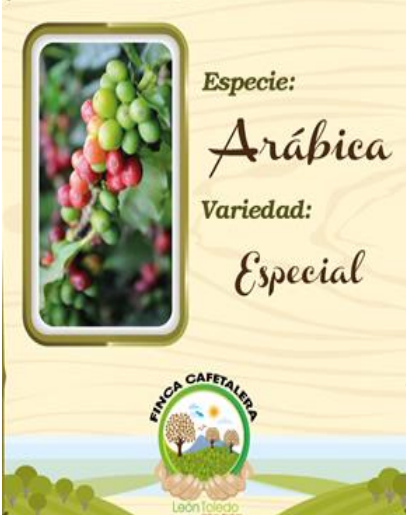
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Figura N° 15: Diseño del Letrero Interpretativo Variedad de Café Especial



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Cuadro N°68: Propuesta del letrero interpretativo variedad de café Especial

Estado Actual	Propuesta de Letrero
	
PROPUESTA DE LETRERO	
	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Cuadro N° 69: Descripción del letrero interpretativo variedad de café Bourbon Amarillo

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL	Descripción del letrero interpretativo variedad de café : Bourbon Amarillo	COORDENADAS: Latitud:697114 Longitud:953016
FUNCIÓN	UBICACIÓN	
Dirigir a los visitantes hacia este cafetal	Huerta de café de la familia León Toledo"	
DESCRIPCIÓN: Es un letrero de un solo panel que se soporta en una estructura formada por dos postes de caña guadua de 15 cm de diámetro que sostiene un techo y un tablero en forma cuadrada que es la parte interpretativa el mismo que va sujetado por el panel.		
MATERIALES: Se utilizará tableros yungue de 120 cm de espesor por 110 cm de ancho, dos postes de caña guadua, 1 platina de media con perno para que el letrero interpretativo pueda girar fácilmente, pintura, paja y clavos.		
DIMENSIONES: El tablero consta de dos caras y tendrá una dimensión de 120 cm de ancho por 110 cm de alto, estará a una altura de 80 cm de alto respecto al suelo. los postes de caña guadua tienen una dimensión de 230 cm de alto por 180 cm de ancho.		
TIPO Y TAMAÑO DE LA LETRA: El tipo de letra es Arial, el color negro, la misma que se logrará al momento de calar la madera. El tamaño de la letra será de 6cm de ancho por 6cm de alto para el título. Segundo letrero: lado anverso fotografía, lado reverso descripción de la variedad de café. tamaño de 3cm de ancho por 5 cm de alto.		
MANTENIMIENTO	COSTO	
La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal así como por el proveedor de los materiales deberá cubrir al menos 8 años.	\$ 60	
FOTOGRAFÍA: Impresa en lámina metálica.		




Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Figura N° 16: Diseño del Letrero Interpretativo Variedad de Café Bourbon Amarillo



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Cuadro N°70: Propuesta del letrero interpretativo variedad de café Bourbon Amarillo

Estado Actual	Propuesta de Letrero
	
PROPUESTA DEL LETRERO	
	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

**Cuadro N°71: Descripción del letrero interpretativo variedad de café
Típico**

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL	Descripción del letrero interpretativo Variedad de café: Típico	COORDENADAS: Latitud:697115 Longitud:953022
FUNCIÓN	UBICACIÓN	
Dirigir a los visitantes hacia este cafetal	Fig. Nro : Huerta de café de la familia León Toledo"	
<p>DESCRIPCIÓN: Es un letrero de un solo panel que se soporta en una estructura formada por dos postes de caña guadua de 15 cm de diámetro que sostiene un techo y un tablero en forma cuadrada que es la parte interpretativa el mismo que va sujetado por el panel.</p> <p>MATERIALES: Se utilizará tabloncillos yumbingue de 120 mm de espesor por 110 cm de ancho, dos postes de caña guadua, 1 platina de media con perno para que el letrero interpretativo pueda girar fácilmente, pintura, paja y clavos.</p> <p>DIMENSIONES: El tablero consta de dos caras y tendrá una dimensión de 110 cm de ancho por 120 cm de alto, estará a una altura de 80 cm de alto respecto al suelo. los postes de caña guadua tienen una dimensión de 230 cm de alto por 180 de ancho.</p> <p>TIPO Y TAMAÑO DE LA LETRA: El tipo de letra es Arial, el color negro, la misma que se logrará al momento de calar la madera. El tamaño de la letra será de 6cm de ancho por 6cm de alto para el título. Segundo letrero: lado anverso fotografía, lado reverso descripción de la variedad de café. tamaño de 3cm de ancho por 5 cm de alto.</p>		
MANTENIMIENTO	COSTO	
La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal así como por el proveedor de los materiales deberá cubrir al menos 8 años.	\$ 60	
FOTOGRAFÍA: Impresa en lámina metálica.		




Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Figura N° 17: Diseño del Letrero Interpretativo Variedad de Café Típico



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Cuadro N° 72: Propuesta del letrero interpretativo variedad de café Típico

Estado Actual	Propuesta de Letrero
	
PROPUESTA DEL LETRERO	
	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Cuadro N°73: Descripción del letrero interpretativo variedad de café Catimor

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL	Descripción del letrero interpretativo Variedad de café : Catimor	COORDENADAS: Latitud:697120 Longitud:953026
FUNCIÓN	UBICACIÓN	
Dirigir a los visitantes hacia este cafetal	Huerta de café de la familia León Toledo"	
<p>DESCRIPCIÓN: Es un letrero de un solo panel que se soporta en una estructura formada por dos postes de caña guadua de 15 cm de diámetro que sostiene un techo y un tablero en forma cuadrada que es la parte interpretativa el mismo que va sujetado por el panel.</p> <p>MATERIALES: Se utilizará tabloncillos yumbingue de 120 cm de espesor por 110 cm de ancho, dos postes de caña guadua, 1 platina de media con perno para que el letrero interpretativo pueda girar fácilmente, pintura, paja y clavos.</p> <p>DIMENSIONES: El tablero consta de dos caras y tendrá una dimensión de 110 cm de ancho por 120 cm de alto, estará a una altura de 80 cm de alto respecto al suelo. los postes de caña guadua tienen una dimensión de 230 cm de alto por 180 cm de ancho.</p> <p>TIPO Y TAMAÑO DE LA LETRA: El tipo de letra es Arial, el color negro, la misma que se logrará al momento de calar la madera. El tamaño de la letra será de 6cm de ancho por 6cm de alto para el título. Segundo letrero: lado anverso fotografía, lado reverso descripción de la variedad de café. tamaño de 3cm de ancho por 6cm de alto.</p>		
		
MANTENIMIENTO	COSTO	
La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal así como por el proveedor de los materiales deberá cubrir al menos 8 años.	\$ 60	
FOTOGRAFÍA: Impresa en lámina metálica.		



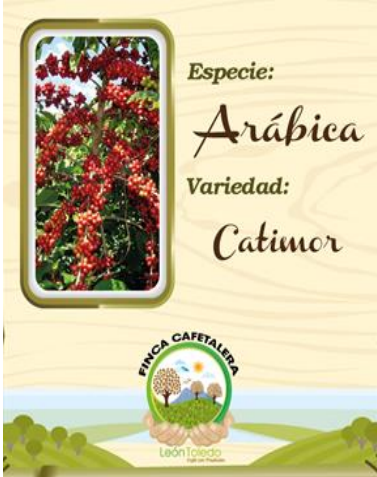
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Figura N°18: Diseño del Letrero Interpretativo Variedad de Café Catimor



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Cuadro N° 74: Propuesta del letrero interpretativo variedad de café Catimor

Estado Actual	Propuesta de Letrero
	
PROPUESTA DEL LETRERO	
	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Cuadro N°75: Descripción del letrero interpretativo variedad de café Sarchimor

SISTEMA DE SEÑALÉTICA TURÍSTICA		
TIPO DE SEÑAL	Descripción del letrero interpretativo Variedad de café : Sarchimor	COORDENADAS: Latitud:697215 Longitud:953028
FUNCIÓN	UBICACIÓN	
Dirigir a los visitantes hacia este cafetal	Huerta de café de la familia León Toledo"	
DESCRIPCIÓN: Es un letrero de un solo panel que se soporta en una estructura formada por dos postes de caña guadua de 15 cm de diámetro que sostiene un techo y un tablero en forma cuadrada que es la parte interpretativa el mismo que va sujetado por el panel.		
MATERIALES: Se utilizará tabloncitos yungue de 120 cm de espesor por 110 cm de ancho, dos postes de caña guadua, 1 platina de media con perno para que el letrero interpretativo pueda girar fácilmente, pintura, paja y clavos.		
DIMENSIONES: El tablero consta de dos caras y tendrá una dimensión de 110 cm de ancho por 120 cm de alto, estará a una altura de 80 cm de alto respecto al suelo. los postes de caña guadua tienen una dimensión de 230 cm de alto por 180 cm de ancho.		
TIPO Y TAMAÑO DE LA LETRA: El tipo de letra es Arial, el color negro, la misma que se logrará al momento de calar la madera. El tamaño de la letra será de 6cm de ancho por 6cm de alto para el título. Segundo letrero: lado anverso fotografía, lado reverso descripción de la variedad de café. tamaño de 3cm de ancho por 5 cm de alto.		
MANTENIMIENTO	COSTO	
La garantía técnica conferida por el fabricante de la señal así como por el proveedor de los materiales deberá cubrir al menos 8 años.	\$ 60	
FOTOGRAFÍA: Impresa en lámina metálica.		




Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Figura N° 19: Diseño del Letrero Interpretativo Variedad de Café Sarchimor



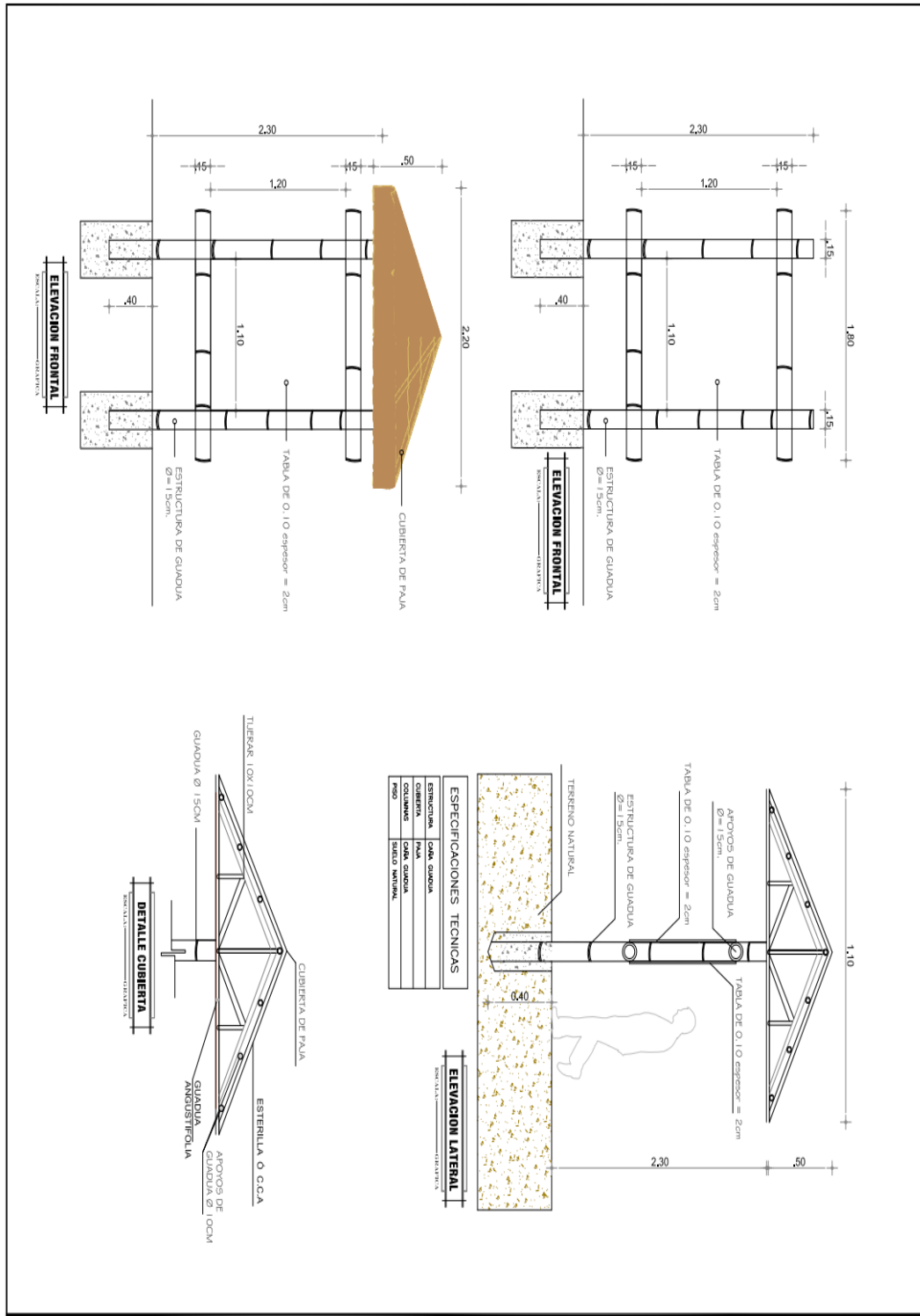
Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Cuadro N° 76: Propuesta del letrero interpretativo variedad de café Sarchimor

Estado Actual	Propuesta de Letrero
	
PROPUESTA DEL LETRERO	
	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Figura N° 20: Plano de los Letreros Interpretativos



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

6.2.3.4. Objetivo Estratégico N°2: Implementación del Restaurante para la prestación de servicio de alimentación.

Meta:

Con la finalidad de mejorar la infraestructura física que posee la finca se ha propuesto la creación del servicio de restaurante en la finca “León Toledo” el cual se implementará debido a la gran demanda de individuos encuestados

Estrategias:

- Diseñar la infraestructura de restaurante con el fin de mejorar los servicios de la finca
- Analizar las mejores opciones de creatividad y diseño para darle un entorno rustico y muy acogedor

Tácticas:

- Poder ofrecer un servicio de calidad al visitante
- Que el cliente se lleve la mejor experiencia gastronómica de la parroquia
- Realizar platos a base de café
- Realizar shows de barismo y catación para los apasionados por el café

Responsables:

Dueños de la finca cafetalera León.

Tiempo:

- El tiempo de construcción estimada de la obra es de 4 meses.

Recursos

Recursos Humanos:

- Arquitecto
- Dueños de la Finca

- Albañiles

Recursos Económicos:

Costo de la obra: 36.438,07 USD

Resultados Esperados:

- Motivar la visita a la finca cafetalera y lograr el crecimiento y desarrollo de la actividad turística
- Crear nuevas experiencias en la visita a la finca y sobre todo que tengan comodidad y confort.
- Crear un espacio posesionado para la creación de platillos especiales en un lugar innovador.

Chozón - Restaurante para la finca cafetalera “León Toledo”

La finca cafetalera “León Toledo”, con miras a desarrollar una infraestructura física acorde con los requerimientos y demanda de la comunidad, en términos de buscar el desarrollo armónico de la finca y el fomento del agroturismo para la parroquia de San Pedro de Vilcabamba; y como una respuesta al objetivo planteado; cual es, el de dotarle de los servicios de alimentación a la misma; por lo cual, se ha considerado importante y prioritario, realizar esta propuesta de planificación, en un corto plazo, con la implementación del proyecto: **Chozón - Restaurante** que tiene los siguientes características técnicas:

- **Implantación:** Se emplaza en el sector Sureste del mencionado predio, a 50 m de la vivienda existente y frente al área pavimentada (patio de secado natural de café); se accede por la parte sur y se conecta a través de zona de estacionamientos vehiculares, (ver Graf N. N°37). Chozón-restaurante, signado con los N°5 N°6; goza de una vista privilegiada en el corazón mismo de la zona de instalaciones de infraestructura física existente.

– **Planta arquitectónica:** Se ha concebido el proyecto, en planta única, con dos módulos de forma hexagonal, con capacidad para 32 personas y 62,44m² de construcción c/u; el primer módulo se lo edificará en una I Etapa, y contiene: las áreas de cocina: almacenaje, preparación y servicio de productos gastronómicos típicos de la zona y barra - bar para la práctica de show de barismo y caja; además un área abierta para la atención al público por las condiciones favorables del clima del lugar, que así lo ameritan; se lo construirá utilizando materiales propios del medio, como son estructura metálica, recubierta con bambú, cubierta de paja y pisos de cerámica rústica; dispone de amplios espacios ajardinados a su alrededor y por el momento, se utilizará la batería de SS.HH. existente para uso de los visitantes. Se prevé, además, un segundo módulo de iguales características de capacidad y área de construcción que el anterior, y se lo implementará en una II Etapa, cuando las condiciones de oferta y demanda de estos servicios así lo ameriten, (ver figura N°:24.).

– **Planta de cubiertas, fachada, corte y perspectiva,** complementan el mencionado proyecto arquitectónico de Chozón-Restaurante, los elementos tales como: Planta de cubierta, a construirse con estructura metálica, recubierta con bambú y paja; pendiente del 60% (ver figura N°: 23); fachada principal, perspectiva y corte que determinan las proyecciones y vistas del mismo desde el exterior e interior, respectivamente, y permiten visualizar, la plástica de los materiales de construcción a ser utilizados, en la mencionada propuesta, (Ver figura N°: 25)

**Cuadro N°77: Presupuesto de la Infraestructura física: Chozón –
Restaurante, I Módulo, I Etapa**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA					
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA					
CARRERA DE INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA					
PROYECTO: CABAÑA RESTAURANTE PARA LA FINCA CAFETALERA: "LEÓN - TOLEDO"					
OFERENTE: PRESUPUESTO REFERENCIAL: MÓDULO I, ETAPA I					
UBICACIÓN: PARROQUIA RURAL SAN PEDRO DE VILCAMBAMBA, CANTON LOJA, PROVINCIA DE LOJA					
FECHA: AGOSTO DE 2016					
Íte m	DESCRIPCION	UNI DAD	CANTI DAD	PRECIO UNIT USD	PRECIO TOTAL USD
A	OBRAS PRELIMINARES :				56,69
A1	REPLANTEO PARA OBRAS DE CONSTRUCCION	M2	62,50	0,907	56,687
B	MOVIMIENTOS DE TIERRAS:				1506,79
B1	EXCAVACION SIN CLASIFICAR A MAQUINA con pres.roca	M3	150,00	4,292	643,875
B2	EXCAVACION A MANO PARA PLINTOS CON PRES. ROCA	M3	12,00	7,246	86,955
B3	EXCAVACION MANUAL PARA CIMIENTO CON PRES.ROCA	M3	9,00	4,703	42,330
B4	RELLENO COMPACTADO CON MATERIAL DE SITIO	M3	20,00	5,126	102,510
B5	DESALOJO DE TIERRA CARGADA A MAQUINA	M3	150,00	4,207	631,125
C	ESTRUCTURA				4504,65
C1	BORDILLOS DE H. S. (B= 15; H= 50 cm) fy = 180 Kg/cm2	ML	27,00	11,89	321,11
C2	DINTELES DE H. A. (15X 5X10 cm) fc = 180 Kg/cm2	ML	3,00	6,30	18,90
C3	H. S. EN PLINTOS fc = 210 Kg/cm2	M3	3,65	108,19	394,88
C4	H. S. CUELLO fy = 210 Kg/cm2	M3	0,60	161,39	96,83
C5	H. S. CADENAS INFERIORES fc = 210 Kg/cm2	M3	3,25	146,22	475,21
C6	MUROS DE H. S. fc = 210 Kg/cm2	M3	0,75	146,22	109,67
C7	CIMIENTOS DE MAMPOSTERIA DE PIEDRA MORTERO 1:4	M3	4,00	53,63	214,51
C8	REPLANTILLO con piedra 10cm Y H.S fY= 180 Kg/cm2 (e=5cm)	M2	2,10	100,48	211,00
C9	H. A. MESONES p/lavabo freg. (e=6 - 7 cm) fc=180 Kg/cm2	M2	4,50	16,86	75,85
C10	MURO DE H.C (40% PIEDRA+ 60% H.S) fc= 210 Kg/cm2	M3	27,50	94,06	2586,68
D	ACERO DE REFUERZO				1909,18
D1	ACERO ESTRUCTURAL DE REFUERZO fy= 4200 Kg/cm2	KG	854,25	1,54	1315,55
D2	MALLA ELECTROSOLDADA 5.5 mm 10 x10	M2	90,00	6,60	593,64
E	CUBIERTA Y ESTRUCTURA METÁLICA				8804,22
E1	CUBIERTA STEEL PANEL AR. e=0.35mm inc. Cumbretero	M2	100,50	12,05	1211,03
E2	CUBIERTA DE PAJA sobre STEELpanel	M2	100,50	12,05	1211,03
E3	PLACA METALICA 6mm 20x20 cm y 4 anclajes de 16mm	UN	7,00	13,85	96,93
E4	PERFILERIA DE ACERO INCLUYE PINTADA color madera	KG	1989,00	3,16	6285,24
F	MAMPOSTERIA ENLUCIDOS Y REVESTIMIENTO				2680,90
F1	CERAMICO PARA PAREDES 25X30	M2	10,50	21,68	227,59
F2	GRANITO EN MESONES 60X60	M2	16,50	38,31	632,11

F1	CERAMICO PARA PAREDES 25X30	M2	10,50	21,68	227,59	
F2	GRANITO EN MESONES 60X60	M2	16,50	38,31	632,11	
F3	MAMPOSTERIA LADRILLO VISTO ECHADO (Mort 1:4)	M2	75,00	15,79	1184,48	
F4	LACADO DE PAREDES DE LADRILLO	M2	150,00	2,58	386,33	
F5	ENLUCIDO VERTICAL PALETEADO (MORT 1:5)	M2	30,00	6,32	189,47	
F6		M2	30,00	2,03	60,95	
G	PISOS :				1331,58	
G1	POLIETILENO	M2	87,50	1,94	170,17	
G2	CONTRAPISO(empedrado 15cm y H.S. fc=180 Kg/cm2 e=5cm)	M2	65,00	11,80	766,98	
G3	MA SILLADO DE PISOS (MORTERO 1:4)	M2	65,00	6,07	394,43	
H	CARPINTERIA PUERTAS VENTANAS				2448,02	
H1	PUERTA PROTECCION TIPO ROMBO	M2	2,50	61,33	153,32	
H2	PUERTA DE LAUREL ,marco de madera y 3 paneles MDF	M2	2,50	71,53	178,82	
H3	VENTANA DE LAUREL Y VIDRIO BLANCO 4mm	M2	12,50	71,49	893,67	
H5	MUEBLE EMPOTRADO de laurel, bajo mesones, lacado	ML	10,00	122,22	1222,22	
I	CERRAJERIA :				61,68	
I1	CERRADURA VIRO No 50 COLOCADA	UN	1,00	49,06	49,06	
I2	AGARRADERAS NIQUELADAS COLOCADAS	UN	2,00	6,31	12,62	
J	PIEZAS SANITARIAS :				210,10	
J1	FREGADERO DE ECERO INOXIDABLE 2 P TEKA o similar	UN	1,00	146,20	124,27	
J2	FREGADERO DE ECERO INOXIDABLE 1P TEKA o similar	UN	1,00	100,98	85,83	
K	CANALIZACION Y DESAGUES				237,26	
K1	CAJA DE REVISION 60X60X60 tapa H.A fc= 180 Kg/cm2	UN	1,00	36,93	31,39	
K2	CANALIZACION CON TUBO PVC D= 75mm. DESG E/C	ML	16,00	6,01	81,69	
K3	CANALIZACION TUBO PVC D= 110mm. DESG E/C	ML	8,00	8,25	56,10	
K4	PUNTO DE AA ° SS° CON PVC DE D =50 mm TIPO B	PTO	1,00	21,22	18,04	
K5	PUNTO DE AA. SS. CON PVC DE D =75 mm TIPO B	PTO	2,00	25,03	42,54	
K6	REJILLA DE ALUMINIO D= 75 mm (incluye) SIFON	UN	1,00	8,83	7,51	
L	AGUA POTABLE				174,03	
L1	ACOMETIDA A APP. CON PVC ROSCABLE D = ½ Pulg	ML	25,00	3,81	80,88	
L2	LLAVE DE PASO (CORTADORA) FV D = ½ Pulg	UN	3,00	15,52	39,58	
L3	PUNTO DE AA PP CON PVC ROSCABLE D= ½ Pulg	UN	2,00	21,40	36,37	
L4	UNIVERSAL POLIMEX D= ½ Pulg	UN	4,00	5,06	17,20	
M	INSTALACIONES ELECTRICAS				545,24	
M1	ACOMETIDA PRINCIPAL LUZ ELECT.cable sólido #8	ML	15,00	3,10	46,56	
M2	INTERRUPTORES SIMPLS 15A 120V	PTO	3,00	7,06	21,17	
M3	FOCO AHORRADOR DE 32 W MAS BOQUILLA PLAFON	UN	18,00	4,03	72,54	
M4	PUNTO DE LUZ (SIN INTERRUPTOR)	PTO	18,00	13,63	245,41	
M5	TOMACORRIENTES DOBLES	PTO	4,00	20,78	83,14	
M6	TABLERO DE CONTROL 8 CIRC Y 6 BREAKER S	UN	1,00	76,42	76,42	
N	PINTURAS :				63,75	
N1	PINTURA DE LATEX VINIL ACRILICA (2 MANOS)	M2	30,00	2,13	63,75	
PRESUPUESTO TOTAL CABAÑA-RESTAURANTE, MÓDULO I					24534,11	
SON: VEINTE Y CUATRO MIL QUINIENTOS TREINTA Y CUATRO, DÓLARES, 11/100						
PROYECTO DE TESIS: CABAÑA RESTAURANTE PARA LA FINCA CAFETALERA "LEÓN - TOLEDO"				ETA PAS	m² de construcción	COSTO/m² CONST
1	PRESUPUESTO CABAÑA RESTAURANTE-COCINA, MÓD.I, IET	I	62,44	392,92	24534,11	
2	PRESUPUESTO CABAÑA RESTAURANTE, MÓDULO II, II ETAPA	II	62,44	314,34	19627,29	
PRESUPUESTO TOTAL CABAÑA RESTAURANTE, MÓDULOS I + II				124,88	353,63	44161,40

Fuente: Arq. Víctor Neira

Elaboración: Arq. Víctor Neira

Presupuesto de la Infraestructura física: Chozón – Restaurante, I Módulo, I Etapa

Para su elaboración se han considerado los diversos **rubros de obra a ejecutarse** que se sintetizan en a) Obras Preliminares, b) Estructura, c) Estructura de cubierta y Recubrimientos, d) la Obra Civil, e) Instalaciones Eléctricas y f) Instalaciones Sanitarias, con un a) 6,51%, b) 29,20%, c) 46,48%, d)15,15%, e) 0,7% f) y 1,95% de inversiones, **para un monto total de \$24.534,11 USD, que constituye el 100%** de la inversión, en cada uno de los rubros, el técnico especializado en la materia y como responsable del mismo, ha realizado el cálculo de volúmenes de obra (determinación de cantidades), el análisis de precios unitarios: con los costos directos que incluyen materiales, mano de obra y transporte; así como, los costos indirectos: costos administrativos, imprevistos y utilidades; y finalmente, la memoria y las especificaciones técnicas para la ejecución de la obra.

Política de Calidad

El afán es brindar un servicio de calidad, las zonas distribuidas para dicho servicio:

- Provisión de Alimentos: La compra de la materia prima para el restaurante se hará dentro de la parroquia generalmente en el mercado y ocasionalmente en la ciudad de Loja por insumos especiales.
- Comedor: Sera un espacio al aire libre para disfrute de los comensales, ofreciendo confort y un ambiente adecuado para comer.
- Almacenaje de Insumos: Será debidamente almacenado en refrigeración o congelación, se hará de manera permanente para mantener los alimentos frescos y secos.

Horario de Atención del Restaurante: El restaurante estará disponible de miércoles a domingo en los horarios de 08:00 am 18:00 pm.

Menú del Restaurante: Se creó un Menú fusión en donde se destacan platos típicos de la región como platos a la carta y no pueden faltar bebidas a base de café.

Figura N°21: Menú del Restaurante



Finca Cafetalera León Toledo
Café de Tradición

DESAYUNOS:

Desayuno Bourbon: \$3.50
-Sandwich margarita (Albaca, tomate, queso)
-Huevos revueltos
-Café
-Jugo

Desayuno Arábigo: \$4.00
-Café
-Jugo
-Huevo hervido
-Croque de pollo
(Pan dorado en mantequilla. Pollo, gratinado con salsa bechamel, queso parmesano y champiñones)

Platos Fuertes

Cocina: \$7.50
Seco de pollo: \$2.50
Costillas de cerdo en BBQ de café \$10.00

Sopas

Arveja con guineo \$2.00
Repe \$2.00
Ceviche de camarón \$9.00

Bebidas

Frapuchino - Tropical Café (Helado de maracuyá, mango, café y crema de cacao) \$4.00
Ginger clásico (limonada con jengibre y menta) \$1.80
Jugos (tomate, naranja) \$1.75

Bebidas Calientes

Capuchino \$1.60
Café latte \$2.50
Expreso \$1.50
Tés artesanales con frutos rojos \$2.00
Hierbaluisa \$1.00
Negro \$1.00
Canela \$1.00
Menta \$1.00

Fuente: Claudia Neira
Elaboración: David Neira

El Menú cuenta con:

Desayunos:

- Desayuno Bourbon: Sanduche Margarita (albahaca, tomate, queso) huevo revuelto, jugo, café
- Desayuno Árabe: Choque Pollo (Pan dorado en mantequilla, pollo gratinado con salsa bechamel, parmesano y champiñones)

Platos Fuertes:

- Cecina
- Seco de Pollo
- Costillas de Cerdo en BBQ de Café
- Ceviche de Camarón

Sopas:

- Arveja con Guineo
- Repe

Postres

- Tiramisú de Café
- Chesscake de Maracuyá
- Mousse de Café

Bebidas

- Frapuchino
- Tropical Café (Helado de Maracuyá, mango, café y crema de cacao)
- Ginger Clásico (Limonada con jengibre y menta)
- Jugos
- Capuchino
- Café Latte
- Expreso
- Te Artesanal de frutos rojos
- Hierba Luisa
- Negro
- Canela
- Menta

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

Cuadro N° 79			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	1
Desayuno Arábigo				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V. Total
1	Lb	Café Arábigo	5,50	5,50
2	doc	Naranja	1,00	2,00
1	Kg	Azúcar	1,80	1,80
32	Unid	Huevos	0,15	4,80
3	Unid	Pan Baguette	1,50	4,50
5	Gr.	Mantequilla	0,50	2,50
4	Lib	Pollo	2,30	9,20
1	Lb	Queso Parmesano	2,00	2,00
1	paq	Champiñones	2,00	2,00
1	Gr.	Sal	0,0003	0,0003
2	Frasc	Salsa Bechamel	0,0055	0,0110
Costo Total para 32 pax				34,31
Costo total para 16 pax				17,16

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 80			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	2
Desayuno Bourbon				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
1	funda	Albahaca	0,60	0,60
5	Lb	Tomate Riñón	0,40	2,00
2	Lb	Queso	2,00	4,00
32	Unid	Huevos	0,15	4,80
3	Unid	Pan Baguette	1,50	4,50
5	Gr.	Mantequilla	0,50	2,50
1	Frasc	Salsa Bechamel	2,30	2,30
1	Lb	Café	5,50	5,50
Costo Total 32 pax				26,20
Costo total 16 pax				13,10

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 81			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	3
Cecina				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
8	Lb	Lomo de Cerdo	2,80	22,40
4	Lb	Tomate Riñón	0,40	1,60
5	Lb	Cebolla	0,30	1,50
5	Unid	Limón	0,05	0,25
2	Cucharadas	Achiote	0,05	0,10
5	Cucharadas	Ajo	0,10	0,50
1	pisca	sal y comino	0,20	0,20
Costo Total de la Materia Prima para 32 pax				26,55
Costo total para 16 pax				13,28

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N°82			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	4
Seco de Pollo				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
7	Lb	Arroz	0,65	4,55
11	Lb	Pollo	1,70	18,70
5	Lb	Tomate Riñón	0,40	2,00
3	Lb	Cebolla	0,30	0,90
1	Caja	Sazonador Maggie	0,45	0,45
1	Gr	Sal y Comino	0,12	0,12
Costo total para 32 pax				26,72
Costo total para 16 pax				13,36

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N°83			Porciones	1
Receta Estándar			Receta No.	5
Costillas de Cerdo en BBQ de Café				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
1	Lb	Costilla de Cerdo	2,00	2,000
1	Taza	Pasta de Tomate	0,07	0,070
5	Gr.	Tomate Riñón	0,001	0,005
3	Gr.	azúcar morena	0,001	0,003
100	ml.	vino tinto	0,004	0,400
4	cucharadas	vinagre	0,001	0,003
2	Gr.	mostaza	0,001	0,002
4	cucharadas	café borbón	0,005	0,020
1	lb	papa	0,001	0,0014
1	lb	espárragos verdes	0,003	0,003
1	Gr.	Pimienta Molida	0,006	0,006
Costo Total de la Materia Prima				2,51
Costo por 32 pax				62,00
Costo por 16 pax				32,00

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N°84			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	6
Arveja con Guineo				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
4	Lb	Arveja tierna	1,000	4,000
17	Unid	Guineo Seda	0,046	0,782
3	Gr.	Ajo pelado	0,004	0,011
4	Tazas	Leche	0,200	0,800
1	manejo	Cebolla Blanca	0,250	0,250
1	manejo	Cilantro	0,250	0,250
40	Gr.	Cebolla Blanca	0,002	0,072
1	cucharadas	Sal y Comino	0,120	0,120
Costo Total para 32 Pax				6,29
Costo total para 16 pax				3,14

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N°85			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	7
Repe				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
24	Unidad	Guineo de Seda	0,050	1,200
4	manejo	Cebolla Blanca	0,300	1,200
5	Gr.	Ajo pelado	0,004	0,020
2	Lb	quesillo	2,000	4,000
1	Manejo	cilantro	0,250	0,250
		Sal y Comino	0,120	0,000
Costo Total para 32 pax				6,67
Costo Total para 16 pax				3,34

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N°86			Porciones	1
Receta Estándar			Receta No.	8
Ceviche de Camarón				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
120	Gr.	Camarón	0,0089	1,068
80	Gr.	Cebolla Paiteña	0,0007	0,056
90	Gr.	Tomate Riñon	0,0010	0,090
50	Gr.	Limon	0,0010	0,050
110	ml.	Naranja	0,0004	0,044
120	ml.	Salsa de Tomate	0,0007	0,084
5	Gr.	Cilantro	0,0010	0,005
70	Gr.	Platano verde	0,0005	0,035
40	Gr.	Canguil	0,0014	0,056
1	Gr.	Sal	0,0003	0,0003
1	Gr.	Pimienta Molida	0,0055	0,006
Costo Total				1,49
Costo para 31 pax				46,19
Costo para 16 pax				23,84

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 87			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	9
Tiramisú de Café				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
25	Unidad	Claras de Huevo	0,15	3,75
1	kg	Azúcar	1,80	1,80
1	Unidad	Mascarpone	0,75	0,75
1	Caja	Bizcotela	2,00	2,00
1,5	Lb	Café	7,00	10,50
1	barra	Chocolate	3,00	3,00
1	funda	Cacao en polvo	2,50	2,50
Costo Total para 32 Pax				24,30
Costo total para 16 pax				12,15

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N°88			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	10
Chesscake de Maracuyá y chocolate				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
1	Taza	Queso Crema	2,50	2,50
1	kg	Azúcar	1,80	1,80
1	lata	Leche condensada	4,00	4,00
1	taza	Pulpa de Maracuyá	1,00	1,00
1	taza	Chocolate semiamargo derretido	7,00	7,00
1	barra	Chocolate	1,00	1,00
Costo Total para 32 Pax				17,30
Costo Total para 16 Pax				8,65

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N°89			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	11
Café Expreso				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
1	funda	Café Arábigo Especial	5,50	5,50
1	funda	Azúcar	1,80	1,80
Costo Total para 32 Pax				7,30
Costo Total para 16 Pax				3,65

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N°90			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	12
Mousse de Café				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
24	Unid	Yemas de Huevo	0,15	3,60
24	Cucharaditas	Azúcar	0,02	0,48
32	Cucharaditas	Agua	0,01	0,32
1400	ml	Nata Liquida	0,002	3,30
8	Cucharaditas	Café soluble	1,87	14,96
1	barra	Chocolate blanco	1,00	1,00
1	Manojo	Hojas de menta	0,25	0,25
Costo Total para 32 Pax				23,91
Costo total para 16 pax				11,95

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N°91			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	13
Frapuchino - Tropical Coffe				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
1	tarro	helado de vainilla	3,00	3,00
8	Unid	Mango	0,30	2,40
1	Lb	Café	4,25	4,25
1	funda	Crema de cacao	0,95	0,95
1	Manojo	Hojas de menta	0,25	0,25
Costo Total para 32 Pax				10,85
Costo total para 16 pax				5,43

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 92			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	14
Ginger Clásico				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
15	Unid	Limonas	0,05	0,75
6	Manojo	Jengibre	0,50	3,00
1	Manojo	Hojas de menta	0,25	0,25
Costo Total para 32 pax				4,00
Costo total para 16 pax				2,00

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 93			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	15
Jugos				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
3	Unid	docenas	1,00	3,00
20	Unid	Naranja	0,10	2,00
Costo Total para 32 Pax				5,00
Costo Total para 16 Pax				2,50

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 94			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	16
Café con Leche				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
24	Cucharaditas	Café Arábigo Especial	0,32	7,68
1	funda	Azúcar	1,80	1,80
1	funda	Leche	1,00	1,00
Costo Total para 32 Pax				10,48
Costo Total para 16 Pax				5,24

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 95			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	17
Café Capuchino				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
24	Cucharaditas	Café Arabigo Especial	0,32	7,68
1	funda	Azúcar	1,80	1,80
1	funda	Canela en polvo	1,30	1,30
Costo Total para 32 Pax				10,78
Costo Total para 16 Pax				5,39

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 96			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	18
Café Latte				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
24	Cucharaditas	Café Arábigo Especial	0,32	7,68
1	funda	Azúcar	1,8	1,8
1	funda	Canela en polvo	1,3	1,3
Costo Total para 32 Pax				10,78
Costo Total para 16 Pax				5,39

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

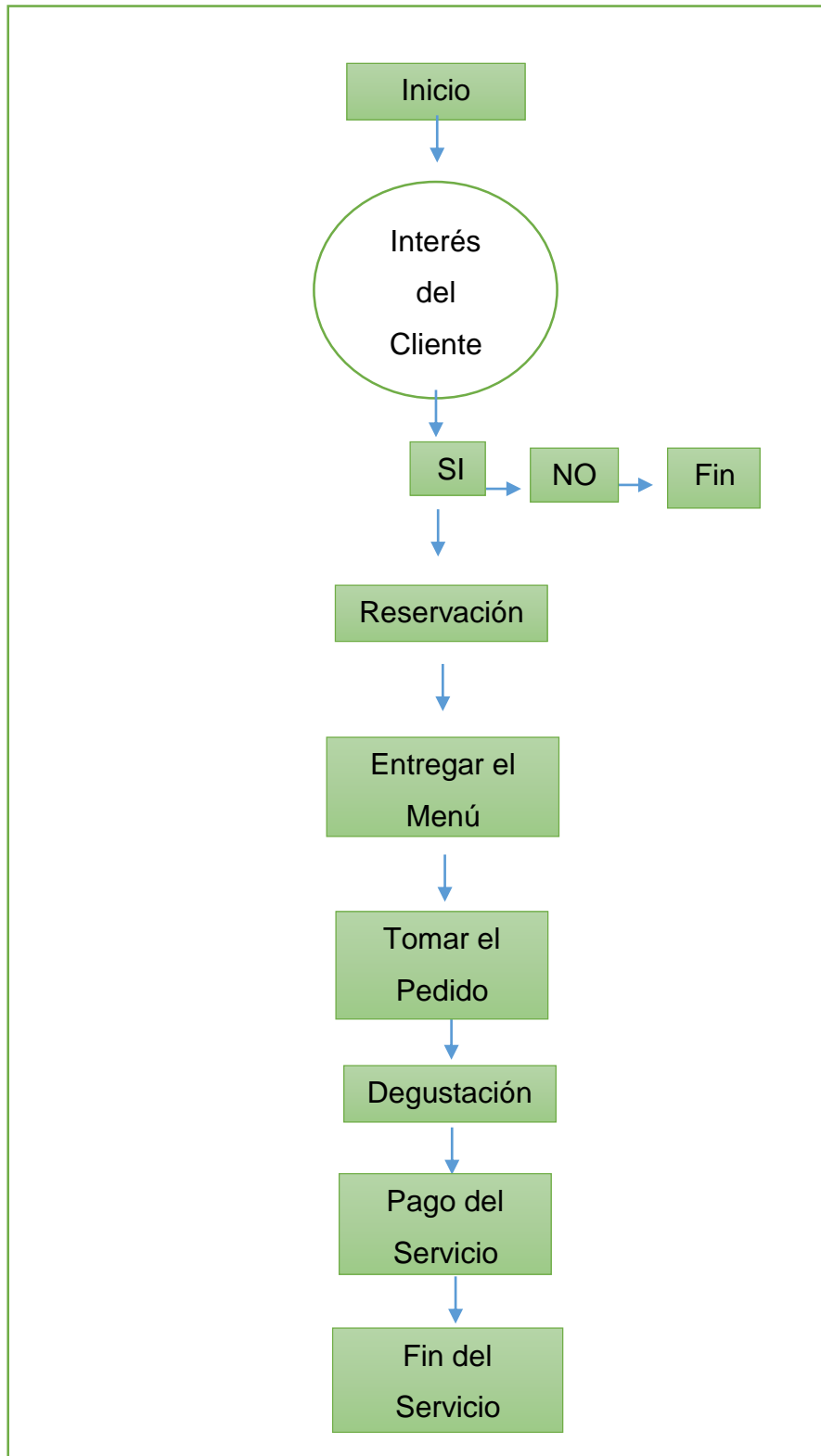
Elaboración: La Autora

Cuadro N°97			Porciones	32
Receta Estándar			Receta No.	19
Te				
Cantidad	Unidad	Ingrediente	V. Unitario	V.Total
1	paquete	Te negro	0,75	0,75
1	paquete	Te Hierva Luisa	0,75	0,75
1	paquete	te Canela con miel	0,75	0,75
Costo Total para 32 Pax				2,25
Costo Total para 16 Pax				1,125

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

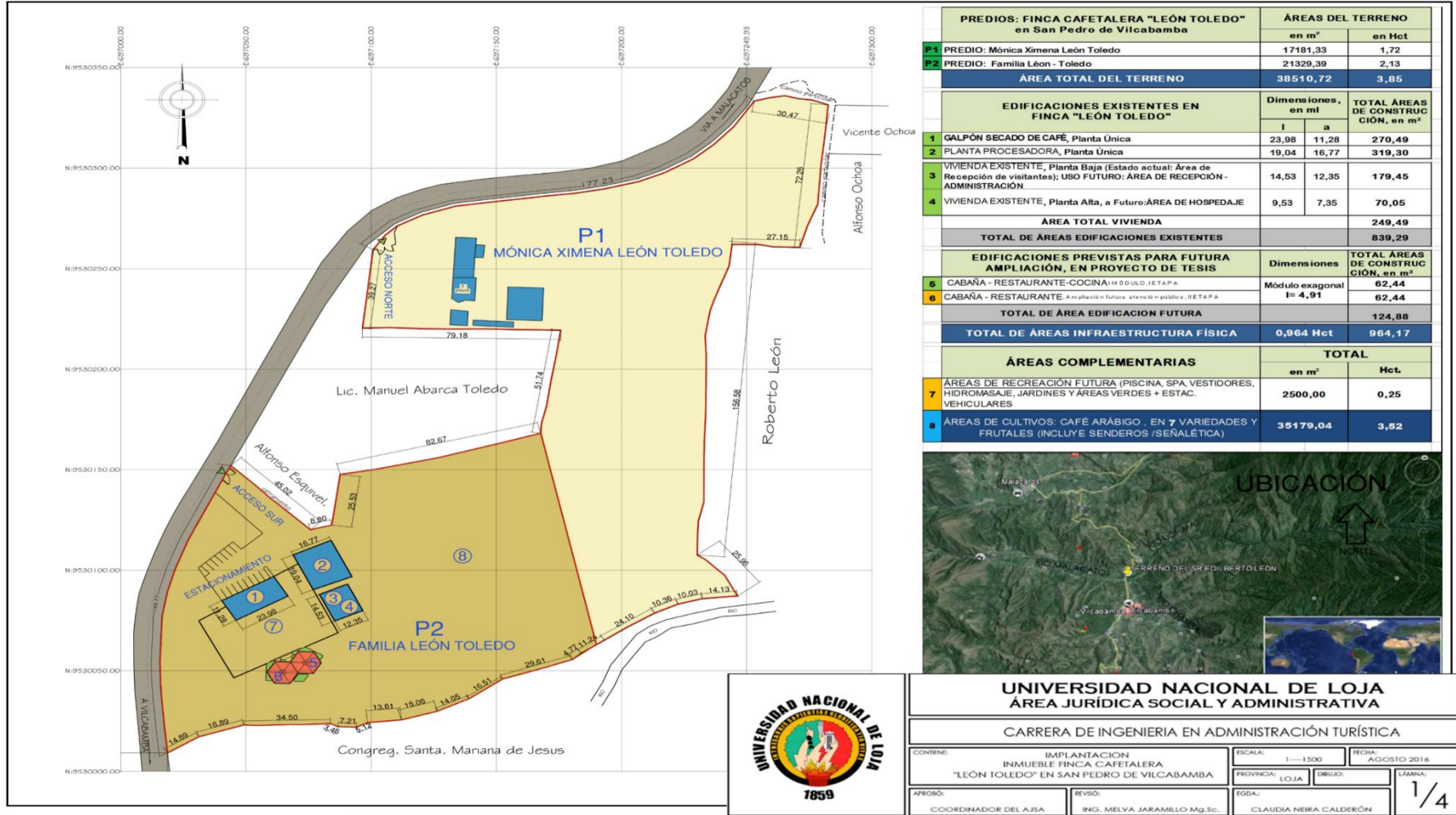
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 16: Flujograma de operación del restaurante



Fuente: La Autora
Elaboración: Claudia Neira

Figura N°22: Implantación Inmueble Finca Cafetalera “León Toledo”



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

CONTIENE: IMPLANTACION INMUEBLE FINCA CAFETALERA "LEÓN TOLEDO" EN SAN PEDRO DE VILCABAMBA	ESCALA: 1:1500	FECHA: AGOSTO 2016
APROBÓ: COORDINADOR DEL AJSA	REVISÓ: ING. MELVA JARAMILLO Mg.Sc.	DIBUJÓ: CLAUDIA NEIRA CALDERÓN
		LÁMINA: 1/4

Fuente: Observación Directa
 Elaboración: Arq. Víctor Neira

Figura N°23: Propuesta de diseño: Restaurante, Planta Única para la finca “León Toledo”



Fuente: Arq. Víctor Neira
Elaboración: Arq. Víctor Neira

Figura N° 24: Propuesta de Diseño: Restaurante, Planta de Cubiertas para la Finca “León Toledo”



Fuente: Arq. Víctor Neira
Elaboración: Arq. Víctor Neira

Figura N° 25: Propuesta de Diseño: Restaurante, Fachada – Corte, para la Finca “León Toledo”



Fuente: Arq. Víctor Neira
 Elaboración: Arq. Víctor Neira

Figura N° 26: Propuesta Perspectiva del Restaurante para la Finca “León Toledo”



Fuente: Arq. Víctor Neira
 Elaboración: Arq. Víctor Neira

6.2.3.5. Objetivo Estratégico N°3: Elaborar un paquete turístico para la finca cafetalera “León Toledo”

Meta:

Con la finalidad de dar a conocer los atractivos naturales y culturales de la finca cafetalera “León Toledo” así como también los atractivos de la parroquia San Pedro de Vilcabamba se pretende elaborar un paquete turístico, el cual promoverá el turismo de la zona.

Estrategias:

- Elaborar un paquete turístico el mismo que servirá como recorrido para ir cumpliendo el itinerario.
- Analizar los atractivos naturales y culturales con los que cuenta la parroquia san Pedro de Vilcabamba para poder incluirlos en el paquete
- Analizar los atractivos potenciales de la finca para poder incluirlos en el paquete.
- Crear alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas

Políticas:

- La información que el guía brinde al visitante es clara, concisa y que capte la atención.
- Se debe de cumplir a cabalidad el itinerario y las horas estipuladas en el paquete.
- Se debe de realizar todo el circuito trazado

Tácticas:

- El paquete turístico esta direccionado a turistas los cuales tengan un gusto especial por el café
- Mediante el paquete turístico el visitante tendrá altas expectativas sobre la finca cafetalera como los atractivos cercanos a la parroquia.

- El paquete turístico potencializará la finca debido a las actividades que se realizarán en él.

Responsable:

- Dueños de la Finca “León Toledo”
- Guía de Turismo especializado

Tiempo:

- La duración del paquete será un “Full day” (todo el día)

Recursos:

a) Recursos Humanos:

- Dueños de la Finca
- Empleados que laboran en la finca
- Guía de turismo

b) Recursos Económicos:

- Costo del Paquete Turístico \$30 por Pax

Diseño del Paquete Turístico:

Para la elaboración del Paquete Turístico se han analizado las potencialidades de la parroquia en cuanto a los servicios que puede prestar, así como también los atractivos que presenta la finca cafetalera, razón por la cual, se ha diseñado un “Full Day” (Día Completo) viable para recibir grupos entre 5 a 10 personas. Con el nombre de **Tour: “Conoce San Pedro de Vilcabamba lugar donde se encuentra el mejor café del mundo”** el cual está diseñado para la recreación de los visitantes en el menor tiempo posible, sin descuidar la calidad del servicio ni la satisfacción que se llevarán.

Itinerario del Paquete Turístico - Tour: “Conoce San Pedro de Vilcabamba lugar donde se encuentra el mejor café del mundo” - “Full Day”

6h30: Salida de Loja

7h15: Arribo a la finca León – Toledo (desayuno)

- Acondicionamiento de vestimenta (gorra, repelente, bloqueador solar)

8H00: Caminata hacia la huerta de la familia

- Recorrido por los cafetales
- Arado de la Tierra, Siembra de plantas
- Alimentar a los animales
- Recolección de café (si es temporada)

10H00: Visita a la Piladora y Tostadora León Toledo

- Proceso del grano de café:
- Café en cascara
- Café Pilado
- Café Tostado
- Café Molido

12H00: Show de Barismo

13H00: Almuerzo en el Restaurante de la Finca

14H00: Visita el Centro de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba

14H30: Caminata hacia la Molienda del Sr. Edgar Toledo

- Visita al trapiche e interpretación

15H00: Visita al Río Uchima

16H30: Visita a la Asociación de Mujeres 23 de junio

- Fábrica de papel reciclado

17H00: Retorno a la Finca Cafetalera

- Catación de Café

19H00: Cena

20H00: Regreso a Loja

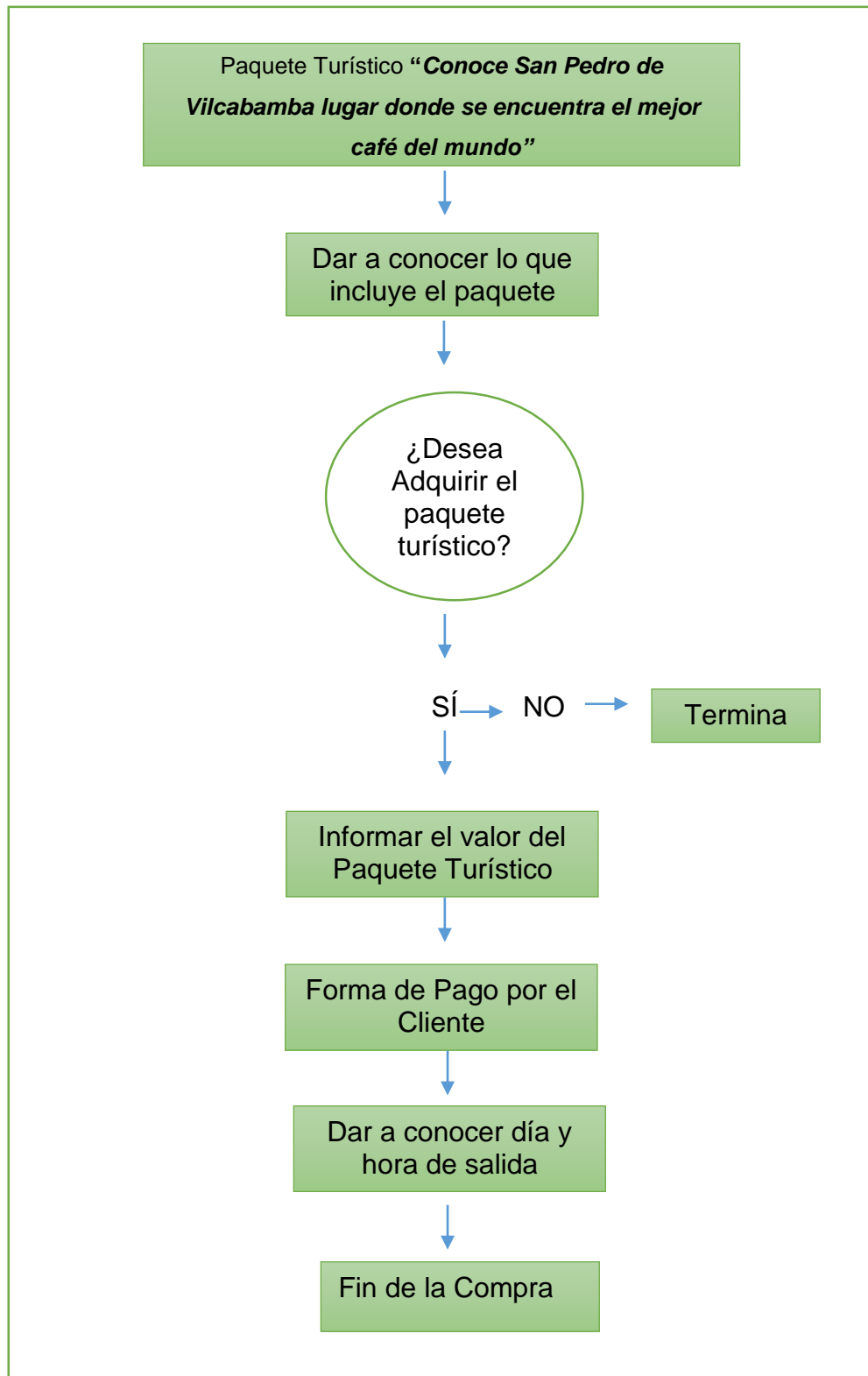


FIN DE NUESTROS SERVICIOS

Fuente: La Autora

Elaboración: Claudia Neira C.

Grafico N° 17: Diagrama del proceso de la compra del paquete turístico



Fuente: La Autora
Elaboración: Claudia Neira C.

Guion Turístico

Muy buenos días y bienvenidos a la Finca Cafetalera “León Toledo”, mi nombre es en este día tengo el placer de compartir con todos ustedes este maravilloso circuito realizado especialmente para ustedes amantes de la naturaleza y del buen café.

San Pedro de Vilcabamba es una parroquia llena de maravillosos paisajes y rodeada de una naturaleza inigualable es así como este acogedor lugar se abre paso entre las montañas para mostrar su urbe.

Se inicia el recorrido en la Finca Cafetalera “León Toledo” quienes durante 42 años han sido impulsores de esta actividad la cual se ha mantenido en el dinamismo de producción y comercialización del café, misma que es fuente de ingreso de la familia.

Esta actividad de producción de café ha sido en base al trabajo, esfuerzo y calidad en la selección adecuada del café considerando los mercados nacionales e internacionales para satisfacer la necesidad de los clientes con un enfoque ecológico y socialmente responsable.

Seguido de este discurso por parte del dueño de la finca el guía procede la caminata rumbo a la huerta de café.

El Café que se cultiva en la finca es la variedad de café arábigo, el cual posee un fino y aromático olor y sabor, representa un gran porcentaje de la producción de los caficultores de la provincia de Loja, el mismo que requiere un clima especial por que se desarrolla en alto de montaña que va desde 900 a 2000 metros sobre nivel del mar. Nosotros nos encontramos a 16100 m.s.n.m., con una temperatura promedio de 18 a 24 grados, con una extensión de 1.72Hct dedicado básicamente al cultivo de café orgánico y plantaciones frutales.

Como podemos observar en la huerta presentamos las siguientes características: Zona de cultivo biodiverso, tecnología de producción y procesamiento ecológico, condiciones ambientales favorables para el cultivo acotando que las plantaciones de café son netamente orgánicas dotando de abono especial a base de compost, La finca maneja un cultivo mixto, ya que los cafetales son sembrados conjuntamente con especies de ciclo corto, para evitar el monocultivo y la degradación del suelo. El cultivo es manejado mediante un proceso de riego por goteo, utilizando una bomba y un canal que viene directamente del río Malacatos, la distancia que existe entre planta y planta de café es de un metro; Continuando con el recorrido podemos observar las diferentes variedades de café “arábiga” que posee la finca como: Catimor, Bourbon, Sachimor, Bourbon Amarillo entre otras.

Si alguna de las personas desea realizar el arado de la tierra, siembra de plantas estamos gustosos de enseñarles con uno de los agricultores que está realizando la labor.

Luego de un recorrido minucioso por el cafetal y cosechando algunos frutales y granos de café el grupo se dirige hacia la piladora y tostadora donde se enseñará el procesamiento del grano:

1. Formas de recolección:

- Los Frutos que alcanzan su plena madurez llegan a su punto óptimo de calidad
- No se cosechan frutos verdes, pintones, sobre maduros o secos

2. Despulpado:

- Después de la cosecha de los frutos comienza una degradación rápida de esta así que rápidamente se procede al despulpado.

3. Fermentación y lavado. (la fermentación dura algún tiempo tomaremos granos ya fermentados como muestra y procedemos al lavado)

4. Secado en marquesinas (Nos dirigimos a nuestra marquesina artesanal para mostrar cómo se realiza el secado)

5. Almacenamiento (nos dirigimos hacia la zona de almacenaje)

6. Tostado y Molido (realizamos el tostado y molido en las maquinas industriales que tenemos)

El Barista de la finca nos está esperando para que con el café procesado que tenemos realice un show de barismo y degustación del café de altura en el restaurante.

Seguidamente nuestro chef anuncia que está listo el almuerzo después de la comida podrán tomar un descanso en nuestras instalaciones.

En la tarde el grupo de turistas se dirigen al corazón de la parroquia, en donde se encuentra la Iglesia parroquial San Pedro de la Puerta del Cielo es de estilo colonial, fue construida por sus moradores y por dos indígenas tapialeros de Loja en el año de 1906, fue hecha de madera, el Sr. Julio Gonzáles fue el carpintero que armó la iglesia, la misma que fue reconstruida en el año de 1966 terminando en el año de 1971 quedando sus paredes de tapia y su techo de guadua y teja, en su parte alta se ubica el campanario que consta de tres campanas, la iglesia está compuesta por tres naves en la principal está el altar mayor donde mora la la imagen de San Pedro de Vilcabamba y del Señor de la Agonía, en las ventanas se encuentran imágenes de la Virgen del Cisne, San Francisco de Asís, San Roque. Frente a la iglesia se encuentra el parque central que fue construido en el año de 1970. Luego de esta explicación siguen su recorrido a la molienda del Sr. Edgar León donde se les dará la bienvenida y nos dirigiremos al trapiche en donde se les dará una explicación de esta actividad: Este trapiche artesanal tiene alrededor de unos 70 años, pertenecía al Señor Luis Ochoa y en la actualidad siguió a su descendencia, su nieto es muy solicitado pues muchos habitantes se dedican al cultivo de la caña de azúcar, cabe recalcar que la caña es el producto en el que se utilizan todos sus derivados y dependiendo de la producción que se muele se obtendrá cierta cantidad en cada uno de los siguientes productos que son: bagazo, cachaza ,guarapo, miel y panela, acto seguido se les brindará un vaso de caña de azúcar o guarapo.

Para la distracción y relajación del grupo nos dirigimos hacia el Río Uchima el mismo tiene dos afluentes que lo forman las lagunas de banderilla y

Colanuma, luego el río se une con el Chamba de Vilcabamba y forman el Piscobamba y luego forman el Chira que desemboca en el Perú. Este río es considerado como el único en la provincia de Loja que posee sus aguas limpias y cristalinas, cabe destacar que en sus estribaciones conserva la belleza natural de su vegetación que sirve de albergue de la biodiversidad, los que deseen pueden tomar un baño; Luego de tener contacto con la naturaleza del sector nos dirigimos hacia la Asociación de Mujeres 23 de junio en donde encontramos todo tipo de manualidades diseñadas por un grupo de mujeres de la parroquia aquí los turistas pueden observar y adquirir algunas de las artesanías.

Retornamos a la finca donde nos estará esperando el Barista de la misma con diferentes tipos de café la Provincia de Loja en donde se hará una demostración de la calidad de café de altura comparándolo con los sabores y texturas del café que cultivamos con el fin de dar a conocer al turista los diferentes aromas y sabores, se hará la presentación del café en “arte latte” que es una decoración de las tazas con formas diversas.

Luego de saborear un delicioso café serviremos la cena y damos el agradecimiento correspondiente por la visita a la finca cafetalera León Toledo y esperamos su pronto retorno al paraíso del café.

El Tour Incluye:

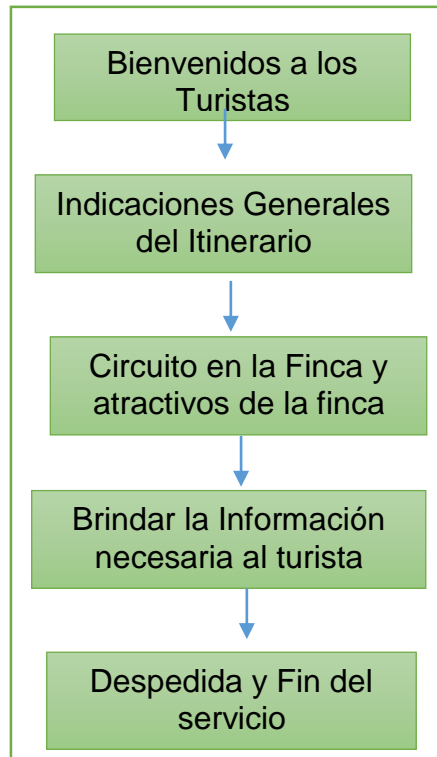
Incluye:

- Desayuno
- Almuerzo
- Visita guiada a los atractivos
- Cena
- Transporte

No Incluye:

- Otros gastos no especificados en el tour

Grafico N° 18 :Diagrama del proceso del servicio de Guianza



Fuente: La Autora
Elaboración: Claudia Neira C.

Alianzas Estratégicas

Crear alianzas estratégicas con las agencias de viajes e instituciones públicas involucradas con el turismo de la ciudad de Loja para poder ser incluida dentro de Paquetes Turísticos.

La contratación con las agencias de viajes e instituciones públicas se basará en difundir el material publicitario, los precios de los productos y servicios asignados. Los intermediarios tendrán comisión, con la finalidad de abrir nuevos nichos de mercado y aumentar demandantes, se iniciará con la operadora de turismo y agencia de viaje “Vilca Tour” e instituciones como la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja y el Ministerio de Turismo para posteriormente ir incrementando a otras entidades y empresas turísticas.

Contrato de Prestación de Servicios de Paquete Turístico

La finca cafetalera “León Toledo” mediante representante legal Ing. Ximena León Toledo, ofrece a la AGENCIA DE VIAJES VILCA TOUR representado por Ing. Elizabeth Suárez, se adhiere a este contrato que se regirá por las siguientes clausulas:

1.- Objeto del contrato: a través del presente contrato la FINCA CAFETALERA “LEÓN TOLEDO” ofrece la venta del paquete turístico a la AGENCIA DE VIAJES VILCATUR.

2.- Servicios: Los servicios que ofrece la Finca “León Toledo” están agrupados en un solo paquete: dicho paquete cuenta con servicio de Guianza, trasporte y alimentación, además de otras actividades complementarias.

3.- Precio: El Precio del paquete es de \$25 está establecido por la finca “León Toledo”, le corresponderá el 20% de comisión del precio asignado a la agencia” Vilcatur”

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

5.- Obligaciones: La Finca Cafetalera “León Toledo” entregará todo tipo de material publicitario a la agencia de viajes “Vilcatur” para la promoción de la misma.

6.- Disponibilidad: La Finca Cafetalera “León Toledo” estará laborando año calendario sin interrupciones.

Finca “León Toledo

AA. VV Vilcatur

6.2.3.6. Objetivo Estratégico N°4: Elaborar un programa de capacitación sobre la prestación de servicios turísticos a los propietarios y trabajadores de la finca “León Toledo”

Meta:

Elaborar un plan de capacitación a los propietarios de la Finca “León Toledo” con la finalidad de transmitir conocimientos que permitan fortalecer las habilidades y actitudes eficientes en el desempeño del recurso humano.

Estrategias:

- Brindar capacitaciones a los propietarios y trabajadores de la finca
- Solicitar la inscripción de los mismos al plan de capacitación de forma gratuita
- Realizar talleres en temáticas de: Técnicas de guiar, seguridad alimentaria, atención al cliente.

Políticas:

- Las capacitaciones están dirigidas a los propietarios y trabajadores de la finca antes inscritos.
- La capacitación está compuesta por: temáticas, tendrán clases teóricas y prácticas de 60 horas (Técnicas de guiar) y de 30 horas (seguridad alimentaria y técnicas de atención al cliente).
- La capacitación se efectuará a través de convenios con el MINTUR y del Gobierno Provincial de Loja
- Los talleres serán gratuitos.
- Al finalizar la capacitación se realizará una evaluación para evidenciar resultados
- Al finalizar el programa de capacitación se otorgará un certificado, por horas, por la participación en el ciclo de talleres.
- El certificado estará acreditado o avalado por el Ministerio de Turismo y del Gobierno Provincial de Loja.

Tácticas:

- La capacitación se desarrollará en la Finca Cafetalera “León Toledo” en la parroquia San Pedro de Vilcabamba
- La capacitación no tendrá un límite de personas, podrán asistir todas aquellas personas que tengan la necesidad de formarse y ampliar sus conocimientos en el ámbito turístico.

Responsables:

- Coordinadora del área de turismo del Gobierno Provincial de Loja
- Coordinadora Zonal 7 del Ministerio de Turismo

Tiempo:

- Técnicas de Guiar:
Clases Teóricas: 40 horas
Clases Prácticas: 20 horas
- Seguridad Alimentaria:
Clases Teóricas: 20 horas
Clases Prácticas: 10 horas
- Técnicas de Atención al Cliente
Clases Teóricas: 20 horas
Clases Prácticas: 10 horas

Recursos:**a) Recursos Humanos:**

- Coordinadora del área de turismo del Gobierno Provincial de Loja
- Propietarios de la Finca
- Trabajadores de la Finca
- Coordinadora Zonal 7 del Ministerio de Turismo

b) Recursos Materiales:

- Data Show
- Espacio físico (Lugar a llevar a cabo la capacitación)
- Equipo de computo
- Equipo de audio

- Materiales de oficina
 - Muebles de oficina (mesas, sillas)
 - Cámara fotográfica
- c) Recursos Económicos:**
- Los gastos los asumirá el Gobierno Provincial de Loja conjuntamente con el Ministerio de Turismo del cantón Loja.
- d) Resultados Esperados:**
- Los talleres de capacitación pretenden generar en los pobladores las destrezas adecuadas para emprender proyectos relacionados con la prestación de servicios. Para lograr que los pobladores adquieran dichos conocimientos, se ha desarrollado para solventar las falencias que tienen muchos individuos al momento de emprender algún negocio.
- e) Contenidos:**
- Las charlas de Capacitación están enfocadas en tres ejes principales, y cada uno de ellos pretende solventar las necesidades que presentan los dueños y propietarios de la finca cafetalera.

Cuadro N° 98: Ejes de Capacitación



Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Cuadro N° 99: Taller de Capacitación: Técnicas de Guiar

TALLER DE CAPACITACIÓN : TÉCNICAS DE GUIAR					
DURACIÓN: 60 Horas		CLASES TÉORICAS			40 Horas
		CLASESPRÁCTICAS			20 horas
RESPONSABLE: Claudia Neira Calderón		PARTICIPANTES: Guías nativos de turismo			
Nro.	TEMAS	HORARIO	DURACIÓN		
			HORAS/ SEMANA	Nro. SEMANAS	TOTAL HORAS
1.	<u>TÉCNICAS DE GUIANZA I:</u> 1.1. COMUNICACIÓN VERBAL Y EXPRESIÓN CORPORAL 1.2. ANIMADORES TURÍSTICOS 1.3. TOUR CONDUCTOR O GUÍA DE RUTA 1.4. COMO SER UN BUEN ANFITRIÓN 1.5. FUNCIONES GENERALES DEL GUÍA DE TURISMO 1.6. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO QUE BRINDA UN GUÍA DE TURISMO 1.7. CUALIDADES DE UN GUÍA DE TURISMO	Lunes Miércoles Viernes 8H00 a 10h00	6	5	30
2.	<u>TÉCNICAS DE GUIANZA II:</u> 1.1. ACTIVIDADES QUE DESARROLLA UN GUÍA 1.2. CLASES DE GUÍAS TURÍSTICOS 1.3. TIPS QUE DEBE TOMAR EN CUENTA EL GUÍA 1.4. REQUISITOS PARA OBTENER LA LICENCIA DE GUÍA 1.5. VELAR POR EL BIENESTAR DEL TURISTA 1.6. CUIDAR LA APARIENCIA PERSONAL Y POSTURA PROFESIONAL 1.7. PROMOVER LA NATURALEZA Y EL ENTORNO 1.8. CONTAR CON UNA EXCELENTE PREPARACIÓN 1.9. CONOCIMIENTO DE CULTURA GNRAL	Lunes Miércoles Viernes 10H00 a 12h00	6	5	30

Fuente: La Autora

Elaboración: Claudia Neira C.

Cuadro N° 100: Taller de Capacitación: Seguridad Alimentaria

TALLER DE CAPACITACIÓN: SEGURIDAD ALIMENTARIA					
DURACIÓN: 60 Horas			CLASES TÉORICAS		20 Horas
			CLASESPRÁCTICAS		10 horas
RESPONSABLE: Claudia Neira Calderón			PARTICIPANTES: Propietarios y Empleados		
Nro	TEMAS	HORARIO	DURACIÓN		
			HORAS/ SEMANA	Nro. SEMANAS	TOTAL HORAS
1.	<u>TALLER DE SEGURIDAD ALIMENTARIA:</u> 1.1. INTRODUCCIÓN A LA SEGURIDAD ALIMENTARIA 1.2. PATOLOGÍAS COMUNES DERIVADAS DE ALIMENTOS 1.3. COMO SE CONTAMINAN LOS ALIMENTOS 1.4. COMO MANUPULAR ALIMENTOS 1.5. COMO DESINFECTAR LOS ALIMENTOS (FRUTAS, VERDURAS, ETC).	Lunes Miércoles Viernes 8H00 a 10h00	6	5	30

Fuente: La Autora

Elaboración: Claudia Neira C.

Cuadro N° 101: Taller de Técnicas de atención al cliente

TALLER DE CAPACITACIÓN : TÉCNICAS ATENCIÓN AL CLIENTE					
DURACIÓN: 60 Horas			CLASES TÉORICAS		20 Horas
			CLASESPRÁCTICAS		10 horas
RESPONSABLE: Claudia Neira Calderón			PARTICIPANTES: Propietarios y Empleados finca		
Nro	TEMAS	HORARIO	DURACIÓN		
			HORAS/ SEMANA	Nro. SEMANAS	TOTAL HORAS
1.	<u>TALLER DE ATENCIÓN AL CLIENTE:</u> 1.1. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE 1.2. CALIDAD DE LA ATENCIÓN 1.3. CLAVES PARA LA ATENCIÓN DE CALIDAD 1.4. TÉCNICAS DE SERVICIO AL CLIENTE 1.5. EL ARTE DE LAS RELACIONES HUMANAS 1.6. TIPOS DE CLIENTES 1.7. ÉTICA Y VALORES	Lunes Miércoles Viernes 10H00 a 12h00	6	5	30

Fuente: La Autora

Elaboración: Claudia Neira C.

Figura N° 27: Certificado para los participantes a los talleres



Fuente: La Autora

Elaboración: David Neira C.

6.2.4. Estudio Administrativo

6.2.4.1. Estructura Organizacional

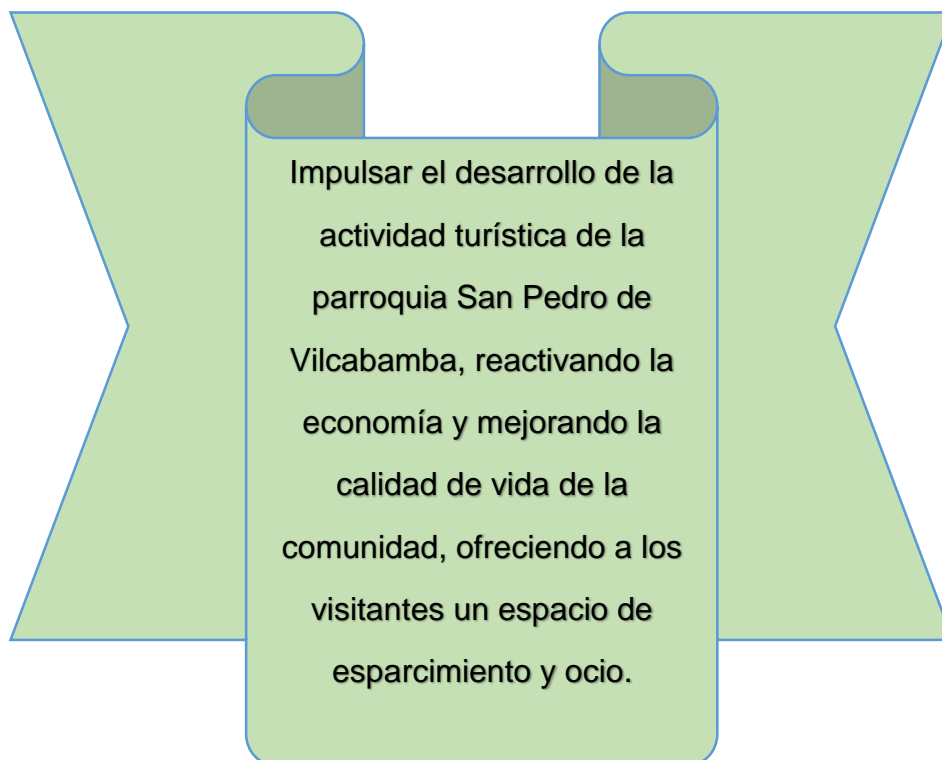
Nombre: Finca Cafetalera “León Toledo”

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

Ubicación: Se encuentra ubicada en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba en el barrio Alama en la vía Loja – Vilcabamba diagonal a la Hostería “Madre Tierra”.

Teléfono: 0990620490

Misión:



Fuente: La Autora
Elaboración: Claudia Neira C.

Visión:



Políticas de Visión y Misión:

- Planificar y promover el desarrollo social, económico, ambiental, turístico y cultural de la parroquia, para garantizar a la población el acceso equitativo a los bienes y servicios básicos, de buena calidad-
- Trabajar en el mejoramiento continuo de la calidad de la infraestructura turística y servicios que se ofrecerán en la finca cafetalera.

Objetivos Estratégicos:

- Crear satisfacción del turista en la finca cafetalera con la implementación de productos y servicios turísticos innovadores.
- Ofrecer una actividad turística comprometida con el medio ambiente crear políticas sostenibles para el medio
- Formar parte de una de las fincas de primer orden dentro de la ruta del café de la provincia de Loja

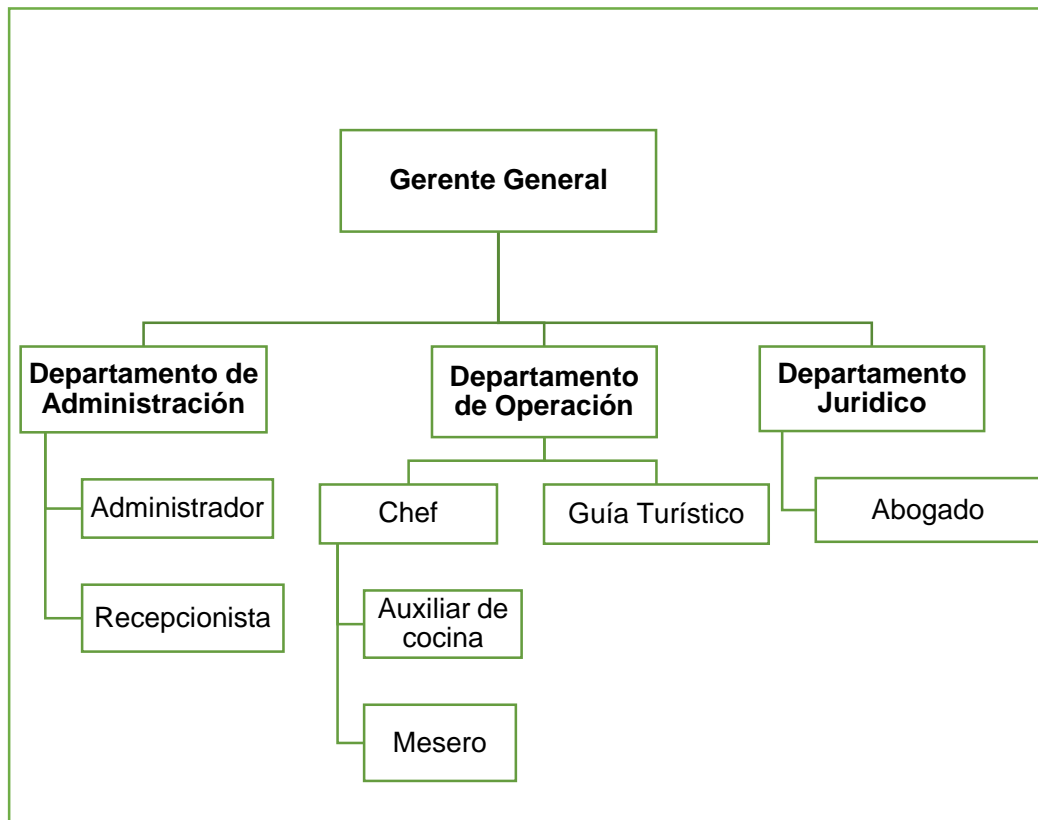
Estrategias Empresariales:

- Constantemente diversificar los productos turísticos de la finca con la finalidad de crear innovación.
- Crear nuevos nichos de mercado mediante alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas.
- Motivar a turistas nacionales mediante campañas publicitarias a viajar primero en Ecuador.

Valores Cooperativos:

- **Responsabilidad social, económica y ecológica:** Velar por el bienestar de los trabajadores y la comunidad donde se desarrolla la empresa, por el uso sostenible y sustentable de los recursos naturales y los intereses económicos de los inversionistas.
- **Servicio:** Está considerado como la actitud permanente de colaboración hacia la comunidad.
- **Servicio al Cliente:** Atender de manera oportuna las necesidades de nuestros clientes fomentando el desarrollo de una excelente relación empresa- cliente que nos asegure estabilidad en el mercado.
- **Honestidad:** En el trato ético y profesional a nuestros clientes, empleados y la comunidad en general.
- **Fomento al Desarrollo:** Incentivar el desarrollo profesional y humano del personal que labora con nosotros, proveedores etc.
- **Respeto:** Incluye el respeto por uno mismo, respeto por los derechos, la dignidad de todas las personas y el respeto por el medio ambiente, es fundamental para una convivencia sana y pacífica, en la sociedad.
- **Excelencia:** Brindar un servicio de calidad a los clientes desarrollando productos y servicios turísticos que satisfagan sus necesidades fortaleciendo el desarrollo turístico generando una mejor economía para el país.

Organigrama Estructural



Fuente: La Autora

Elaboración: Claudia Neira C.

Funciones y Responsabilidades:

Área de Administrativa

Administrador:

- Observar y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos de la organización
- Recibir y registrar llamadas
- Formular políticas para las reservaciones y emitir informes semanales de las mismas.
- Coordinar actividades de capacitación
- Dar información amplia de los servicios que presta la empresa
- Organizar y dirigir las reuniones periódicas de trabajo del personal que conforme el equipo de gestión

- Orientar el trabajo del personal que conforme la empresa
- Controlar y supervisar presupuestos de vetas
- Realizar una lista de proveedores y citarlos continuamente para evaluar la calidad y precio de los productos por adquirir.
- Manejar el presupuesto

Recepcionista

- Encargado de atender al cliente
- Realizar los cobros por el servicio adquirido
- Supervisa y controla los ingresos y egresos

Área Operativa

Chef

- Definir y elaborar las recetas estándar, tanto para alimentos como para bebidas
- Ser responsable de la elaboración y actualización de menús y cartas
- Comprar los ingredientes necesarios para la comida
- Conocer de la elaboración de menús (refrigerios, platos típicos, platos a la carta, platos vegetarianos, cenas, etc.) que se ofrece y estar pendiente de los gustos y preferencias alimentarias de los turistas.
- Tener lista a orden para que sea servida en el menor tiempo posible.
- Cumplir con las normas de salubridad en la preparación y manipulación de alimentos y bebidas.
- Mantener limpia la cocina
- Realizar el inventario de los materiales, equipos y utensilios que se utilizaran en la cocina.
- Vigilar que los alimentos estén en buen estado, aplicando métodos de conservación adecuados.

Ayudante de Cocina

- Ser la mano derecha del chef de cocina, siguiendo las normas, especificaciones y recetas cuidadosamente supervisadas por su superior.
- Encargarse de la higiene y el mantenimiento de la cocina y manipulación de alimentos
- Llevar la materia prima a la cocina para la preparación de los platos
- Encargarse de emplatar una vez realizada la receta.

Mesero

- Dependiente del área funcional de alimentos y bebidas, planificará y supervisará el servicio para asegurar la satisfacción del cliente.
- Tomará la orden ya sea del desayuno, almuerzo o cena.
- Liderará y recibirá los platos para llevárselos a los comensales
- Ayudará en las necesidades de los clientes
- Limpieza de la zona del restaurante
- Limpieza de mesas

Guía Turístico

- Coordinar con chef que los clientes que tenga a su cargo tengan sus alimentos y bebidas a tiempo.
- Conducir a los turistas a los diferentes atractivos de la comunidad.
- Cuidar de la seguridad del turista
- Velar por la protección y respeto del medio ambiente
- Coordinar con los turistas el manejo de la basura (debe realizarlo en el cesto, usar los senderos establecidos y no apartarse de ellos.
- Conocer que el guía es el máximo responsable del tour que se brindará.

6.2.4.2. Estructura Legal

Tipo de Empresa

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

Constitución Política del Ecuador

Es el cuerpo normativo principal que ordena, permite y prohíbe toda actividad que se pudiera desempeñar en el estado, es por ello que, se deberán aplicar, en primera instancia las ordenanzas que en ellas se manifiestan.

A continuación, se presentarán los artículos que tienen relación con la implementación y desarrollo de una empresa que se dedicará a la actividad turística.

La constitución del Ecuador asegura dentro del artículo, 33 capítulo II “Derechos del Buen Vivir”, la libertad de trabajo que promueva la vida digna y el buen vivir dentro de la población ecuatoriana; esto implica, asegurar la canasta básica, salud, seguridad social y servicios básicos a la población.

Además, dentro del Régimen de Desarrollo, la Constitución abarca temas relacionados con el sistema político económico, entre los cuales, hay que resaltar los artículos 284 y 285 del capítulo IV “Soberanía Económica, que incentivan el empleo y la inversión en los diferentes sectores de producción de bienes y servicios a nivel nacional, como sería, en este caso la actividad turística, ya que, es socialmente aceptada y su práctica actualmente promovida de una manera sostenible y sustentable.

Fundación de la Compañía

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

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

Art.149.- Serán fundadores, en caso de constitución simultánea, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución.

- Ley de Turismo

El Estado ecuatoriano cuenta con varios cuerpos normativos que son presentados como leyes, mismas que regulan la actividad en cada ámbito económico desarrollado dentro del territorio nacional.

Para el desarrollo de la actividad turística se ha establecido un cuerpo normativo inter- disciplinario denominado “Ley de Turismo” que rige toda actividad turística dentro del país. A continuación, se presentará un análisis de esta ley con enfoque principal en el sector de alimentación.

Entre las generalidades dentro de la Ley de Turismo en el Capítulo I, artículo 4, se recalca las siguientes políticas que influyen directamente con la gestión y operación de las empresas turísticas en el país.

Cuadro N° 102: Política estatal con relación al sector del turismo

Capítulo I	Ley de Turismo	Artículo 4 : Generalidades
	<p>A.- Reconocer que, la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.</p>	<p>D.- Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno nacional y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos.</p>
	<p>G.- Fomentar e incentivar el turismo interno.</p>	<p>H. Generar empleo por parte de la actividad turística.</p>

Fuente: Ley de Turismo

Elaboración: La Autora

Ya que la mayoría de emprendimientos turísticos en el país corresponden a inversiones privadas, es indiscutible, el apoyo que ha recibido este sector por parte del gobierno nacional en el desarrollo de actividades turísticas, además, se encarga de coordinar los diversos organismos que controlan y organizan el sector turístico para su correcta operatividad.

Dentro del capítulo II de la Ley de Turismo “De las actividades turísticas y de quienes las ejercen”, se han tomado como puntos importantes de referencia a los artículos 5,8,9,10 y 12. Estos, en general, consideran los diversos estatutos que el sector turístico debe seguir para su correcto ejercicio, considerando que la actividad turística es desarrollada por personas naturales o jurídicas. Recalca también que, el establecimiento

debe poseer registro de turismo a nombre del prestador de servicios y una licencia única de funcionamiento que debe adquirirse al inicio de la operación y brindará múltiples beneficios dentro del sector turístico.

En el Capítulo VII artículo 26, “De los Incentivos y Beneficios en General”, se expresa el amparo a los emprendedores turísticos cuyos proyectos han sido aprobados por el Ministerio de Turismo dentro del territorio nacional, Los beneficios obtenidos incluyen exoneración total de impuestos en los actos societarios de aumento de capital y registro de empresas de turismo, exoneración de los impuestos gravados en la transferencia de dominio de inmuebles y acceso a créditos en instituciones financieras dirigidas a líneas de financiamiento de emprendimiento turístico.

Para ser sujeto a los incentivos que brinda la Ley de Turismo se debe haber realizado inversiones y reinversiones para nuevos proyectos o mejoramiento de los actuales dedicados al turismo receptivo interno, debe estar ubicado en zonas con potencial turístico, preferentemente en zonas rurales donde se fomente el desarrollo económico, y que constituyan actividades turísticas que merezcan promoción acelerada.

Reglamentos

Los diferentes reglamentos planteados en la legislación ecuatoriana se deberán aplicar con la finalidad de complementar las disposiciones anteriormente mencionadas, para esto se tomó en cuenta el Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo. Este establece en su capítulo primero “De las actividades Turísticas y su categorización”, dentro del artículo 43, la necesidad de la definición de la actividad turística a realizar para la correcta aplicación de las disposiciones que contiene la Ley de Turismo, que consisten en:

a) Servicio de alimentos y bebidas. - Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con

la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento.

En conjunto con el artículo 5, expresado anteriormente, se establece el reglamento que delega el registro único de turismo, con la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro, cuya inscripción es realizada una sola vez.

De igual forma se considera necesario el registro de operación, referido a la adquisición de la licencia única de funcionamiento, constituido así la autorización legal necesaria para el correcto desarrollo de actividades turísticas. Los diversos estamentos para la adquisición de esta licencia se encuentran expresados en los artículos 55,56,58 y 60 del Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo.

El reglamento general de las actividades turísticas hace referencia en el decreto 3400, título IV de la obligación de registro y de la obtención de Licencia Anual de Funcionamiento, artículos 141,142,148 y 149, que las personas naturales y jurídicas están en la obligación de registrarse como empresa turística en el Ministerio de Turismo, de obtener la licencia única de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos en otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones y otros instructivos administrativos. Así también se encuentra especificados los requisitos para el cumplimiento de las exigencias antes mencionadas. (Mintur, 2016).

Licencia Única Anual de Funcionamiento

Art.55.- Requisito previo para la operación, - Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios

turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrán vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

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

Art 57.- Autoridad Administrativa. - El Ministerio de Turismo concederá la licencia única anual de funcionamiento exceptuándose aquellos establecimientos turísticos que se encuentren ubicados dentro de la jurisdicción cantonal de los municipios a los cuales, a través del proceso de descentralización, se halla trasferido esta competencia, en cuyo caso son estos organismos los que otorgan el instrumento admirativo mencionado,

Art.58.- Establecimiento de requisitos. - El ministerio de turismo mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva cámara provincial de turismo de su jurisdicción.

Art. 60.- Pago de la licencia. - El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. en los municipios, descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente. De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo.

Requisitos Legales

La finca cafetalera “León Toledo” deberá constar con los siguientes trámites para ser legalmente una empresa de tipo turística.

Registro Único del Contribuyente

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

Patente Municipal

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

Licencia Anual de Funcionamiento

- Copia del comprobante de pago del uno por mil de los activos fijos (sellado y fechado por el MINTUR) y certificado.
- Formulario N°2 y N°3 para permiso de funcionamiento.
- Especie valorada para Licencia única de funcionamiento de turismo y permisos de higiene.
- Copia de cédula de ciudadanía del representante legal.
- Copia de certificación de jornadas de capacitación
- Copia de permiso del cuerpo de bomberos del año en vigencia.
- Comprobante de pagos de impuestos municipales (patentes, activos totales, licencia anual de funcionamiento – turismo).
- Copia del RUC
- Certificado de salud del propietario y personal.

Registro Actividad Turística

- Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del registro mercantil.
- Copia del registro único de contribuyente (RUC)
- Copia de cédula de identidad a color
- Copia de la última papeleta de votación a color.
- Copia del contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- Certificado de 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: José Antonio Eguiguren y Bolívar (esquina oficina ITUR).
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia de la carta)

6.2.5. Estudio Financiero

Se determinó el estudio financiero para conocer si la empresa es o no rentable en el momento en que la finca cafetalera “León Toledo” empiece a funcionar. Se procedió el estudio financiero de la siguiente manera:

6.2.5.1. Inversión

Dentro de la empresa no sería posible el funcionamiento de la misma si no existieran todos los activos correspondientes es por esta razón que se encuentran debidamente estructurados, clasificándolos en tres grandes rubros: Activo Fijo, Activo Diferido, Activo Circulante.

- Activos Fijos:

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

Construcciones: Se considera en este caso la implementación de construcción del chozón restaurante para la finca, así como también la señalética en el interior de la huerta cafetalera. Con la suma de \$37518,07 con 62,44 metros de construcción. (Ver en Cuadro N°:103).

Maquinaria Y Equipo: Aquellos bienes que permiten brindar un servicio, es la cantidad de \$1784,88. (Ver Cuadro N°:104).

Muebles y Enseres: Servirá para el restaurante con el fin de crear un ambiente acogedor para el turista, tiene un monto total de \$2010 (Ver Cuadro N°:105).

ACTIVOS FIJOS

Cuadro N° 103: Construcciones

Detalle	Cantidad	Descripción	m ² de Costruc	Costo/m ²	Valor Total
Edificación Restaurante	1	Cabaña Restaurante, Módulo 1	62,44	392,92	24534,11
TOTAL			62,44	392,92	24534,11
COMPONENTES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO		VALOR TOTAL
Materiales para los letreros informativos	2	Paneles Informativos. Accesos a la finca: N y S	270,00		540,00
Materiales para los letreros informativos	9	Estaciones de cultivo del café en finca "León Toledo"	60,00		540,00
TOTAL					1080,00

Cuadro N° 104: Maquinaria y Equipo

Detalle	Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
Cocina Industrial	1	Acero Inoxidable	307,80	307,80
Horno	1	Indurama	150,00	150,00
Refrigeradora	1	Cuarzo Cromado	917,69	917,69
Licuada	1	Elextrolux Negra	80,00	80,00
Cafetera	1	Expreso/Capucchino	239,39	239,39
Batidora	1	Elextrolux Negra	90,00	90,00
TOTAL			1784,88	

Cuadro N° 105: Muebles y Enseres

Detalle	Cantidad	Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Counter de Atención	1	Madera de pino, laca natural + plancha granítica 15mm	ml	200,00	200,00
Taburetes	6	Para barra bar: troncos de árboles con espaldar y asientos tapizados en mimbre; altura= 75 cm	Unid	40,00	240,00
Mesas de madera para 4 pax	6	maderá de pino, tabloncillo e=4 cm, acabado laca natural, fijados a base troncos de madera	ml	75,00	450,00
Sillas de madera	32	idem características que los tauretes; altura= 45 cm	Unid	35,00	1120,00
TOTAL					2010,00

Fuente: Todo Hogar – Loja
Elaboración: La Autora

Equipo de Seguridad: Material para la seguridad de las instalaciones a un costo de \$467,40 (Ver Cuadro N°:106).

Equipo de Computación: Sirven para poder realizar funciones de manera eficaz dentro de las actividades de la finca, a un costo de \$490,00 (Ver Cuadro N°:107).

Equipo de Oficina: Aptas para el cumplimiento de las actividades administrativas, con un costo de \$760,00. (Ver Cuadro N°108).

Cuadro N° 106: Equipo de Seguridad				
Detalle	Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
Extintor	2	de 5 kg	35,00	35,00
Alarma	1	Con estación principal y sensores de movimiento	240,00	240,00
TOTAL				275,00
Cuadro N° 107: Equipo de Computación				
Detalle	Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
Computadora	1	Laptop 14. Core/Gris NP	400,00	400,00
Impresora	1	Epson/Gris	90,00	90,00
TOTAL				490,00
Cuadro N° 108: Equipo de Oficina				
Detalle	Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
Sumadora	1		70	70
Teléfono Inalámbrico	1	Panasonic	40,00	40,00
Tv	1	Panasonic de 16" negra	600,00	600,00
TOTAL				710,00

Fuente: Todo Hogar – Loja

Elaboración: La Autora

Cuadro N°109: Resumen Activos Fijos

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS		
ACTIVOS	VALOR TOTAL	%
Construcción Cabaña Restaurante	24.534,11	77
Materiales de Señalética	1.080,00	3
Maquinaria y Equipo	1.784,88	6
Muebles y Enseres	2.010,00	6
Equipo de Seguridad	275,00	1
Equipo de Computación	490,00	2
Equipo de Oficina	710,00	2
SUBTOTAL	30.883,99	
IMPREVISTOS 3%	926,52	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	31.810,51	100%
SON: Treinta y ocho mil, cuatrocientos cuarenta y uno, con setenta y cuatro		

Fuente: Cuadro N°103,104,105,106,107,108

Elaboración: La Autora

Cuadro N°110: Depreciación de Activos Fijos

Depreciación de Activos Fijos					
Descripción	Valor del Activo	% Depreciación	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación Anual
Construcción Restaurante	24.534,11	5%	18400,58	20	1226,71
Construcción de Señalética	1.080,00	10%	540,00	10	108,00
Maquinaria y Equipo	1.784,88	10%	892,44	10	178,49
Muebles y Enseres	2.010,00	10%	1005,00	10	201,00
Equipo de seguridad	275,00	10%	137,50	10	27,50
Equipo de Computación	490,00	33%	4,90	3	161,70
Equipo de Oficina	710,00	10%	355,00	10	71,00
Total de Depreciaciones			21335		1974,39

Fuente: Cuadro N°103,104,105,106,107,108

Elaboración: La Autora

Fórmula:

Depreciación Anual: Valor de Activo x %Depreciación

Valor del Activo: Valor del Activo – Depreciación x Número de años del Proyecto.

- Activos Diferidos

Constituyen aquellos elementos de carácter intangible que permitirán a la empresa entrar en funcionamiento (pre-operativos) y su monto es recuperable mediante la cuenta de amortización de activos diferidos.

Estudio Preliminar: Valor a pagar por los estudios que permiten determinar la viabilidad del proyecto, siendo en este caso \$420,00

Cuadro N°111: Estudios Preliminares

Estudios Preliminares	
Descripción	Valor Total
Estudio de Mercado	100,00
Estudio Técnico	100,00
Estudio y Evaluación Financiera	120,00
Evaluación de Impactos Ambientales	100,00
Total	420,00

Fuente: Asesoría Profesional
Elaboración: La Autora

Gastos de Constitución: Es el gasto que toda empresa debe establecer en forma legal para su funcionamiento, cuyo monto asciende a \$885,80

Cuadro N°112: Gastos de Constitución

Activo Diferido	
Gasto de Constitución	
Descripción	Valor Total
Patente Municipal	30,00
Permiso de Funcionamiento	150,00
Registro Mercantil	40,00
Registro de actividad turística	100,00
Estudios preliminares	420,00
SUBTOTAL	740,00
IMPREVISTOS, 3%	22,20
Total Activo Diferido	762,20

Fuente: Asesoría Legal
Elaboración: La Autora

Cuadro N°113: Amortización del Activo Diferidos

Amortización del Activo Diferido			
Descripción	Vida Util	Valor Activo	Valor Amortizar Anual
Activos diferidos	5,00	762,20	152,44

Fuente: Cuadro N° 112
Elaboración: La Autora

Fórmula:

$$\text{Valor Amortizable} = \frac{\text{Total de activos diferidos}}{\text{Periodo de vida útil}}$$

$$\text{Valor Amortizable} = \frac{885,80}{5}$$

$$\text{Valor Amortizable} = \$177.16$$

- **Activo Circulante:** Representan a los gastos que la empresa utilizará el momento que este empiece a ponerse en marcha estos rubros son: pagos del personal y suministros varios.

Los valores que deben cubrir el capital de trabajo están dados en los costos de servicios y el costo de operación, los cuales se lo ha calculado mensual y anualmente, estructurándose de la siguiente manera:

Mano de Obra Directa: Son los individuos que tienen relación directa con la prestación de nuestros servicios

Mano de Obra Indirecta: Son los individuos que no participan directamente con la prestación del servicio.

Activo Circulante										
Cuadro N°114: Mano de Obra Directa de la Finca (Primer Año)										
Cantid	Cargo	Remuneración Básica Unificada	Aporte Patronal (12,15%)	Total Mensual	Subtotal Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacac	TOTAL ANUAL	
1	Cocinero	370,50	45,02	415,52	4986,19	30,88	30,50	15,44	5907,94	
1	Aux. Cocina	369,00	44,83	413,83	4966,00	30,75	30,50	15,38	5885,50	
1	Guía	Trabaja 4 días al mes / Gana 30,00 diarios								1440,00
Total									13233,44	

Fuente: Salarios Mínimos Sectoriales

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 115: Mano de Obra Indirecta de la Finca (Primer Año)									
Cantid	Cargo	Remuneración Básica Unificada	Aporte Patronal (12,15%)	Total Mensual	Subtotal Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	TOTAL ANUAL
1	Administ /Recep	372,33	45,24	417,57	5010,82	31,03	30,50	15,51	5935,31
Total									5935,31

Fuente: Salarios Mínimos Sectoriales

Elaboración: La Autora

Cuadro N°116: Mano de Obra Directa de la Finca (Segundo Año)										
Cantid	Cargo	Remuneración Básica Unificada	Aporte Patronal	Total Mensual	Subtotal Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos reserva (8,33%)	TOTAL ANUAL
1	Chef	381,62	46,37	427,98	5135,77	31,80	30,50	15,90	31,79	6455,66
1	Aux. Cocina	380,07	46,18	426,25	5114,98	31,67	30,50	15,84	31,66	6431,01
1	Guía	Trabaja 4 días al mes / Gana 30,90 diarios								1483,2
Total										14369,86

Fuente: Salarios Mínimos Sectoriales

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 117: Mano De Obra Indirecta de la Finca (Segundo Año)										
Cant	Cargo	Remuneración Básica Unificada	Aporte Patronal	Total Mensual	Subtotal Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos reserva (8,33%)	TOTAL ANUAL
1	Administ /Recep	383,50	46,60	430,10	5161,14	31,96	30,50	15,98	31,95	6485,74
Total										6485,74

Fuente: Salarios Mínimos Sectoriales

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 118: Mano de Obra Directa de la Finca (Tercer Año)										
Cantid	Cargo	Remuneración Básica Unificada	Aporte Patronal	Total Mensual	Subtotal Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos reserva (8,33%)	TOTAL ANUAL
1	Chef	392,53	47,69	440,22	5282,66	32,71	30,50	16,36	32,70	6629,82
1	Aux. Cocina	390,94	47,50	438,44	5261,27	32,58	30,50	16,29	32,57	6604,46
1	Guía	Trabaja 4 días al mes / Gana 31,78 diarios								1525,44
Total										14759,73

Fuente: Salarios Mínimos Sectoriales

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 119: Mano De Obra Indirecta de la Finca (Tercer Año)										
Cant	Cargo	Remuneración Básica Unificada	Aporte Patronal	Total Mensual	Subtotal Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos reserva (8,33%)	TOTAL ANUAL
1	Administ /Recep	394,47	47,93	442,40	5308,75	32,87	30,50	16,44	32,86	6660,76
Total										6660,76

Fuente: Salarios Mínimos Sectoriales

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 120: Mano de Obra Directa de la Finca (Cuarto Año)										
Cantidad	Cargo	Remuneración Básica Unificada	Aporte Patronal	Total Mensual	Subtotal Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos reserva (8,33%)	TOTAL ANUAL
1	Chef	403,21	48,99	452,20	5426,35	33,60	30,50	16,80	33,59	6800,20
1	Aux. Cocina	401,57	48,79	450,36	5404,38	33,46	30,50	16,73	33,45	6774,15
1	Guía	Trabaja 4 días al mes / Gana 32,65 diarios								1567,2
Total										15141,55

Fuente: Salarios Mínimos Sectoriales

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 121: Mano De Obra Indirecta de la Finca (Cuarto Año)										
Cant	Cargo	Remuneración Básica Unificada	Aporte Patronal	Total Mensual	Subtotal Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos reserva (8,33%)	TOTAL ANUAL
1	Administ /Recep	405,20	49,23	454,43	5453,15	33,77	30,50	16,88	33,75	6831,98
Total										6831,98

Fuente: Salarios Mínimos Sectoriales

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 122: Mano de Obra Directa de la Finca (Quinto Año)										
Cantid	Cargo	Remuneración Básica Unificada	Aporte Patronal	Total Mensual	Subtotal Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos reserva (8,33%)	TOTAL ANUAL
1	Chef	413,65	50,26	463,91	5566,89	34,47	30,50	17,24	34,46	6966,85
1	Aux. Cocina	411,97	50,05	462,03	5544,35	34,33	30,50	17,17	34,32	6940,12
1	Guía	Trabaja 4 días al mes / Gana 33,49 diarios								1607,52
Total										15514,49

Fuente: Salarios Mínimos Sectoriales

Elaboración: La Autora

Cuadro N°123: Mano De Obra Indirecta de la Finca (Quinto Año)										
Cant	Cargo	Remuneración Básica Unificada	Aporte Patronal	Total Mensual	Subtotal Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos reserva (8,33%)	TOTAL ANUAL
1	Administ /Recep	415,69	50,51	466,20	5594,38	34,64	30,50	17,32	34,63	6643,87
Total										6643,87

Fuente: Salarios Mínimos Sectoriales

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 124: Presupuesto Mano de Obra (Primer Año)		
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Mano de Obra Directa		
Cocinero	492,33	5.907,94
Auxiliar de Cocina	490,46	5.885,50
Guía	120,00	1.440,00
SUBTOTAL	1.102,79	13.233,44
Mano de Obra Indirecta		
Administ/Recepcionista	494,61	5.935,31
SUBTOTAL	494,61	5.935,31
TOTAL	1.597,40	19.168,75
Cuadro N° 125: Presupuesto Mano de Obra (Segundo Año)		
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Mano de Obra Directa		
Cocinero	537,97	6.455,66
Auxiliar de Cocina	535,92	6.431,01
Guía	123,60	1.483,20
SUBTOTAL	1.197,49	14.369,86
Mano de Obra Indirecta		
Administ/Recepcionista	540,48	6.485,74
SUBTOTAL	540,48	6.485,74
TOTAL	1.737,97	20.855,60
Cuadro N° 126: Presupuesto Mano de Obra (Tercer Año)		
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Mano de Obra Directa		
Cocinero	552,49	6.629,82
Auxiliar de Cocina	550,37	6.604,46
Guía	127,12	1.525,44
SUBTOTAL	1.229,98	14.759,73
Mano de Obra Indirecta		
Administ/Recepcionista	555,06	6.660,76
SUBTOTAL	555,06	6.660,76
TOTAL	1.785,04	21.420,49

Fuente: Cuadro N:114 al 123
Elaboración: La Autora

Cuadro N° 127: Presupuesto Mano de Obra (Cuarto Año)		
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Mano de Obra Directa		
Cocinero	566,68	6.800,20
Auxiliar de Cocina	564,51	6.774,15
Guía	130,60	1.567,20
SUBTOTAL	1.261,80	15.141,55
Mano de Obra Indirecta		
Administ/Recepcionista	569,33	6.831,98
SUBTOTAL	569,33	6.831,98
TOTAL	1.831,13	21.973,53
Cuadro N° 128: Presupuesto Mano de Obra (Quinto Año)		
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Mano de Obra Directa		
Cocinero	580,57	6.966,85
Auxiliar de Cocina	578,34	6.940,12
Guía	133,96	1.607,52
SUBTOTAL	1.292,87	15.514,49
Mano de Obra Indirecta		
Administ/Recepcionista	553,66	6.643,87
SUBTOTAL	553,66	6.643,87
TOTAL	1.846,53	22.158,36

Fuente: Cuadro N:114.123
 Elaboración: La Autora

Materia Prima Directa: Son los insumos necesarios para la utilización en el servicio de restaurante y utilizados para la preparación de los platos que se ofrecerán, se determina los precios de la materia prima de acuerdo al menú, con un monto total de \$15.940,84

Cuadro N°129: Materia Prima Directa

Materia Prima Directa					
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Men.	Valor Anual
Café Bourbon	Libra	15	3,00	45,00	540,00
Naranja	Unidad	150	0,10	15,00	180,00
Huevos	Cubeta	5	5,00	25,00	300,00
Pan	Unidades	15	0,20	6,00	72,00
Carne de Pollo	Libras	100	3,5	350,00	4200,00
Champiñones	Libras	15	0,25	3,75	45,00
Albahaca	Unidad	10	0,6	6,00	72,00
Tomate	Libra	15	0,5	7,50	90,00
Carne de Cerdo	Libra	160	3	4,80	5.760,00
Cebolla	Libra	15	0,5	4,00	48,00
Ajo	Libra	12	2	24,00	288,00
Arroz	Arroba	4	12,5	50,00	600,00
Papa	Libra	25	0,3	7,50	90,00
Espárragos verdes	Libra	12	1,25	15,00	180,00
Arveja	Libra	25	0,54	13,57	162,84
Guineo Verde	Racimo	5	3	15,00	180,00
Camarón	Kilo	5	4,5	350,00	2000,00
Hojas de Menta	Unidad	25	1,24	3,00	371,00
Maracuya	Libra	35	1,5	52,50	630,00
Mango	Unidad	50	0,5	15,00	180,00
TOTAL				1012,62	15940,84

Fuente: Mercados de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Materia Prima Indirecta: Son aquellos materiales indirectos, que, si bien forman parte de los platos del menú, no lo hacen de manera directa, con un monto total de \$2.359

Cuadro N°130: Materia Prima Indirecta

Materia Prima Indirecta					
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Men.	Valor Anual
Sal	Kilo	4	1,50	6,00	72,00
Azucar	Kilo	15	2,50	37,50	450,00
Aceite	Litro	8	2,85	22,80	273,60
Achiote	Litro	4	1,80	7,72	86,40
Leche	Litro	15	1,25	18,75	225,00
Queso	Libra	20	2,5	50,00	600,00
Especies varias	Unidad	5	2	10,00	120,00
Mantequilla	Libra	10	1,5	15,00	180,00
Crema de Cacao	Kilo	10	2,5	15,00	180,00
Chocholate	Kilo	4	0,7	6,00	72,00
Jengibre	Unidad	2	0.40	10,00	50,00
Canela	Unidad	2	0.40	10,00	50,00
TOTAL				208,77	2359,00

Material de Combustión: Indispensable para el proceso de cocción de los alimentos y preparación de bebidas calientes, con un monto de \$90,00

Cuadro N°131: Material de Combustión

Material de Combustión				
Cantidad	Descripción	Valor Unit	Valor Mensual	Valor Anual
3	Bombona de gas	2,50	7,50	90,00
Total			7,50	90,00

Fuente: Información Secundaria
Elaboración: La Autora

Menaje: Utensilios de cocina de gran utilidad para ofrecer el servicio de restaurante, se obtiene un costo de \$1103,08

Cuadro N°132: Menaje de Cocina

Menaje de Cocina				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Juego de Ollas	6	44,51	22,25	267,0564
Ensaladeras	4	4	1,33	16
Jarras de vidrio 1lt	4	5,92	2,0	23,68
Servilleteros metal	6	3,29	1,65	19,74
Saleros	6	0,88	0,44	5,28
Azucareros	6	4,65	2,33	27,9
Vasos herradura liso	32	0,71	1,89	22,72
Copa 12 onz.	32	3,51	9,36	112,32
Soperos Blancos	32	2	5,33	64
Plato extendido blanco	32	2,32	6,19	74,24
Charol acero 60 x 40	2	6,05	1,01	12,1
Charol acero 30 x 20	1	3,25	0,27	3,25
Cucharas soperas	32	1,02	2,72	32,64
Tenedor de mesa	32	1,02	2,72	32,64
Cuchillo de mesa	32	1,58	4,21	50,56
Cucharilla de café	32	0,72	1,92	23,04
Taza de café blanca	32	2,6	6,93	83,2
Platillo de taza blanca	32	1,6	4,27	51,2
Tablas de picar	2	5,5	0,92	11
Asador de carnes	1	13,51	1,13	13,51
Juego de pailas	2	53	8,83	106
cuchillos de cocina	3	10	2,5	30
Cucharones	3	6	1,5	18
Exprimidor de fruta	1	3	0,25	3
Total			91,92	1103,08

Servicios Básicos: Son pagos de agua, luz, teléfono que se utilizan todos los días para ofrecer un servicio y se debe hacer el pago mensualmente, su monto es de \$ 49,30.

Cuadro N°133: Servicios Básicos

Servicios Básicos					
Componentes	Unidad	Cantidad	Valor Unit	Valor Mensual	Valor Anual
Agua	m3	15,00	1,46	21,90	262,80
Luz	Kv/h	200,00	0,095	19,00	228,00
Teléfono	m/h	150,00	0,056	8,40	100,80
Total				49,30	591,60

Fuente: Municipio de Loja, EERSSA,CNT
 Elaboración: La Autora

Servicios Adicionales: Indispensables para la recreación del turista, su costo mensual es de \$36,40

Cuadro N°:134: Servicios Adicionales

Servicios Adicionales		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Internet	21,40	256,80
Tv Cable	15,00	180,00
Total		436,80

Fuente: TV Cable
 Elaboración: La Autora

Útiles de Oficina: Gastos al adquirir materiales y útiles de oficina, para la parte administrativa de la empresa, tiene un costo de \$2,75 mensuales.

Cuadro N°135: Útiles de Oficina

Útiles de Oficina					
COMPONENTES	Unidad	Cantidad	Valor Unit	Valor Mensual	Valor Anual
Archivadores (1 al año)	Unid	1	0,70	0,06	0,70
Carpetas archivo (1 al año)	Unid	1	0,35	0,03	0,35
Esferos (2 al año)	Doc	2	2,00	0,33	4,00
Cuadernos Universitarios (1 al año)	Unid	1	2,00	0,17	2,00
Clips (1 al año)	Caja	1	2,00	0,17	2,00
Grapas (2 al año)	Caja	2	1,50	0,25	3,00
Tinta de Impresora (3 al año)	Cartucho	3	5,00	1,25	15,00
Resma de papel (2 al año)	Unid	2	3,00	0,50	6,00
Total				2,75	33,05

Fuente: La Reforma
Elaboración: La Autora

Materiales Y Útiles de Aseo: Gastos que ayudan con la limpieza diaria de las instalaciones de la empresa, con un costo mensual de \$43,78.

Cuadro N°136: Materiales Y Útiles de Aseo

Materiales y Útiles de Aseo					
Componentes	Unidad	Cantidad	Valor Unit	Valor Mensual	Valor Anual
Detergente 5Kg	Funda	1	13,65	13,65	163,80
Recogedores (2 al año)	Unid	2	2,25	0,38	4,50
Basureros (2 al año)	Unid	2	3,00	0,5	6,00
Escobas	Unid	1	1,50	1,50	18,00
Trapeadores (2 al año)	Unid	2	3,20	0,53	6,40
Guantes	Pares	3	1,50	4,50	54,00
Toallas de Mano	Unid	4	2,00	0,67	8,00
Papel Higiénico	Paca	4	4,70	18,80	225,60
Jabón de Manos	Galón	2	19,50	3,25	39,00
Total				43,78	525,30

Fuente: Zerimar
Elaboración: La Autora

Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo: Valor asignado para el mantenimiento de la maquinas industriales que posee la finca cafetalera, su valor mensual es de \$ 435,00

Cuadro N°137: Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo

MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO					
Componentes	Unidad	Cantidad	Valor Unit	Valor Mensual	Valor Anual
Tostadora Mecánica Gas	Unid	1	150,00	150,00	1800,00
Secadora Mecánica a Gas	Unid	1	150,00	150,00	1800,00
Selladora	Unid	1	25,00	25,00	300,00
Molino Eléctrico	Unid	2	10,00	20,00	240,00
Molino Eléctrico 2	Unid	2	10,00	20,00	240,00
Hoyadora	Unid	1	50,00	50,00	600,00
Bombas de 25 litros	Unid	4	2,50	10,00	120,00
Tanques para abonos 200ml	Unid	2	5,00	10,00	120,00
Total				435,00	5220,00

Fuente: Propietarios de la finca
Elaboración: La Autora

- **Gastos de Venta:**

Promoción Y Publicidad: Gastos que se generan para promocionar a la empresa dentro del mercado, su costo mensual es de \$37,50.

Cuadro N°138: Promoción Y Publicidad

Promoción y Publicidad					
Componentes	Unidad	Cantidad	Valor Unit	Valor Mensual	Valor Anual
Diseño del Logotipo	Aviso	1	50,00	4,17	50
Video Promocional	Global	1	400,00	33,33	400,00
Total				37,50	450,00

Fuente: Agencia de Publicidad "Metamorfosis"
Elaboración: La Autora

Trasporte: Gasto que se adquiere para brindar un servicio de movilización a los turistas a los diferentes atractivos señalados en el itinerario.

Cuadro N°139: Transporte

Transporte				
Cantidad	Descripción	Valor Unit	Valor Mensual	Valor Anual
4	Trasporte por día (buseta)	50,00	200,00	2400,00
Total			200,00	2400,00

Fuente: Cooperativas de Transporte terrestre
Elaboración: La Autora

Cuadro N°140: Resumen de los Activos Circulantes

Resumen de Activo Circulante o Capital de Trabajo		
Especificaciones	Valor Mensual	Valor Anual
Mano de Obra Directa	1.102,79	13233,44
Mano de Obra Indirecta	494,61	5935,31
Materia Prima Directa	1.328,40	15940,84
Materia Prima Indirecta	196,58	2359,00
Menaje de Cocina	91,92	1103,08
Servicios Básicos	49,30	591,60
Servicios Adicionales	36,40	436,80
Útiles de Oficina	2,75	33,05
Materiales Y Utiles de Áseo	43,78	525,30
Mantenimiento de Maquinaria Y Equipo	435,00	5220,00
Promoción y Publicidad	37,50	450,00
Material de Combustión	7,50	90,00
Trasporte	200,00	2400,00
SUBTOTAL	3.829,95	45959,42
IMPREVISTOS 3%	114,90	1378,78
TOTAL ACTIVOS CIRCULANTE	3.944,85	47338,20

Fuente: Cuadro N:114 al Cuadro N:134
 Elaboración: La Autora

Cuadro N°141: Resumen de Activos

Resumen de Activos		
Especificaciones	Valor Total	%
Activo Fijo	31.810,51	87,11
Activo Diferido	762,20	2,09
Activo Circulante	3944,85	10,80
Total	36.517,56	100

Fuente: Cuadro N:103 al Cuadro N: 139
 Elaboración: La Autora

6.2.5.2. Financiamiento:

Para el financiamiento de la Finca Cafetalera “León Toledo” la propietaria Ing. Ximena León aportara con \$25784,20 que representa el 50% como capital interno y \$25784,20 que representa el 50% como capital externo, se sacará un crédito en el Banco del Ecuador

Cuadro N°142: Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
FINANCIAMIENTO		
Descripción	Cantidad	Porcentaje
Capital Propio	18258,78	50,00
Crédito o Prestamo Bancario	18258,78	50,00
Total	36517,56	100,00

Fuente: Cuadro N:140
Elaboración: La Autora

Amortización del Préstamo

Datos:

Saldo Inicial: 25927,11

Interes:11,83%

Tiempo: 5 años

Forma de pago: Semestral (10 pagos cada seis meses)

Número de pagos: 10 pagos

Pagos anuales: 2

Cuadro N°143: Amortización del Préstamo

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Año	Semestral	Saldo Inicial	Amortización	Interés	Dividendo Semestral	Dividendo Anual	Saldo Final
1	1	18258,78	1825,878	1080,01	2905,88	5703,77	16432,90
	2	16432,90	1825,878	972,01	2797,88		14607,02
2	1	14607,02	1825,878	864,01	2689,88	5271,77	12781,15
	2	12781,15	1825,878	756,00	2581,88		10955,27
3	1	10955,27	1825,878	648,00	2473,88	4839,76	9129,39
	2	9129,39	1825,878	540,00	2365,88		7303,51
4	1	7303,51	1825,878	432,00	2257,88	4407,76	5477,63
	2	5477,63	1825,878	324,00	2149,88		3651,76
5	1	3651,76	1825,878	216,00	2041,88	3975,76	1825,88
	2	1825,88	1825,878	108,00	1933,88		0,00

Fuente: Banco del Estado
 Elaboración: La Autora

6.2.5.3. Presupuesto de Costos: Para dicha proyección se usa las tasas de inflación del país, pronosticadas con las tasas de inflación de años anteriores (año 1:3,14 – año 2: 3,00 – año 3: 2,86 – año 4: 2,72- año 5: 2,59).

Cuadro N°144: Presupuesto de Costos

Proyección de los Presupuestos para los cinco años de vida útil del proyecto					
Costos del Servicio					
Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de Obra Directa	13233,44	13630,44	14020,27	14401,63	14774,63
Materia Prima Directa	15940,84	16419,07	16888,65	17348,02	17797,34
Materia Prima Indirecta	2359,00	2429,77	2499,26	2567,24	2633,73
Deprec. Const. Restaurante	1226,71	1263,51	1299,64	1334,99	1369,57
Deprec. Construcc Letreros	108,00	111,24	114,42	117,53	120,58
Menaje	1103,08	1136,17	1168,66	1200,45	1231,54
Material de Combustión	90,00	92,70	95,35	97,94	100,48
Deprec.Maquinaría y Equipo	178,49	178,49	178,49	178,49	178,49
Servicios Básicos	591,60	609,35	626,78	643,82	660,50
Total Costos del Servicio	34741,15	35778,03	36796,18	37792,18	38766,38
Costos Operativos					
Gastos Administrativos					
Mano de Obra Indirecta	5.935,31	6.113,37	6.288,21	6.459,25	6.626,55
Deprec.Muebles y Enséres	201,00	201,00	201,00	201,00	201,00
Deprec.Equipo de Seguridad	27,50	46,74	46,74	46,74	46,74
Deprec.Equipo de Computac	161,70	161,70	161,70	161,70	161,70
Deprec.Equipo de Oficina	71,00	71,00	71,00	71,00	71,00
Servicios Adicionales	436,80	436,80	436,80	436,80	436,80
Materiales Y Utiles de Aseo	525,30	541,06	556,53	571,67	586,48
Utiles de Oficina	33,05	34,04	35,02	35,97	36,90
Mant. Maquinaria Y Equipo	5.220,00	5.376,60	5.530,37	5.680,80	5.827,93
Total Costos Administrativ	12.611,66	12.982,31	13.327,37	13.664,93	13.995,09
Gasto de Ventas					
Promoción Y Publicidad	450,00	463,50	476,76	489,72	502,41
Trasporte	2400,00	2.472,00	2.542,70	2.611,86	2.679,51
Costo Total de Ventas	2.850,00	2.935,50	3.019,46	3.101,59	3.181,92
Gastos Financieros					
Amortización del Act.Diferido	152,44	162,74	162,74	162,74	162,74
Interés del Prestamo	2052,01	2052,01	2052,01	2052,01	2052,01
Total Costos Financieros	2.204,45	2.214,75	2.214,75	2.214,75	2.214,75
Total de Costos	52.407,27	53.910,60	55.357,76	56.773,45	58.158,14

Fuente: Cuadro N: 114,134

Elaboración: La Autora

6.2.5.4. Ingresos

Para determinar los ingresos que obtendrá la finca por el servicio de restaurante y venta de paquetes turísticos durante su vida útil, se ha creído conveniente realizar la distribución de los costos totales en valores iguales obteniendo un porcentaje del 50%, al valor total, dada por la naturaleza de tus costos al encontrarse relacionados con dependencia del uno con el otro.

Cuadro N° 145: Distribución de los Costos Totales

Años	Costos Totales	Porcentaje		Costos por Servicios	
		Alimentac	Paquete Turístico	Alimentac	Paquete Turist
1	52.407,27	50,00%	50,00%	26203,63	26203,63
2	53.910,60	50,00%	50,00%	26955,30	26955,30
3	55.357,76	50,00%	50,00%	27678,88	27678,88
4	56.773,45	50,00%	50,00%	28386,72	28386,72
5	58.158,14	50,00%	50,00%	29079,07	29079,07

Fuente: Cuadro N: 145
Elaboración: La Autora

Luego de obtener los costos por servicio, se procede a calcular los ingresos de restaurante y del paquete turístico, en base a la capacidad utilizada respectivamente y el margen de utilidad deseado

Cuadro N° 146: Ingresos Restaurante

Ingresos por Restaurante							
Años	Total de los Costos	Nº de Pax Atender	Costo Unitario del Servicio	Margen de Utilidad	Utilidad en Dólares	Precio de venta al Público	Total de Ingresos
1	26204	8320	3,15	52%	2,20	5,35	44546,18
2	26955,30	8320	3,24	52%	2,27	5,51	45824,01
3	27678,88	8320	3,33	52%	2,33	5,66	47054,10
4	28.386,72	8320	3,41	52%	2,39	5,80	48257,43
5	29.079,07	8320	3,50	52%	2,45	5,94	49434,42

Fuente: Cuadro N: 145
Elaboración: La Autora

Cuadro N° 147: Ingresos Paquete Turístico

Ingresos Paquete Turístico y Restaurante							
Años	Total de los Costos	Nº de Pax Atender	Costo Unitario del Servicio	Margen de Utilidad	Utilidad en Dólares	Precio de venta al Público	Total de Ingresos
1	26204	960	27,30	30%	10,92	38,21	36685,09
2	26955,30	960	28,08	30%	11,23	39,31	37737,42
3	27678,88	960	28,83	30%	11,53	40,37	38750,43
4	28.386,72	960	29,57	30%	11,83	41,40	39741,41
5	29.079,07	960	30,29	30%	12,12	42,41	40710,70

Fuente: Cuadro N: 145
Elaboración: La Autora

Cuadro N° 148: Ingresos Totales

INGRESOS TOTALES					
Servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Restaurante	44546,18	45824,01	47054,10	48257,43	49434,42
Paquete Turistico	36685,09	37737,42	38750,43	39741,41	40710,70
Total	81231,26	83561,43	85804,53	87998,84	90145,11

Fuente: Cuadro N: 147

Elaboración: La Autora

6.2.5.5. Clasificación de los Costos:

En todo proceso productivo u obtención de servicios, los costos en que se incurren no son de la misma magnitud e incidencia, por lo cual se hace factible clasificarlos en costos fijos y costos variables, con la finalidad de realizar posteriormente una valoración empresarial mediante el punto de equilibrio.

Costos Fijos: Aquellos costos que inciden en la empresa por el hecho de existir, independientemente de efectuarse o no la prestación del servicio.

Costos Variables: Representan aquellos costos que varían en proporción al volumen de la prestación del servicio.

Cuadro N° 149: Clasificación de los Costos										
Detalle	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Costo Fijo	Costo Var	Costo Fijo	Costo Var	Costo Fijo	Costo Var	Costo Fijo	Costo Var	Costo Fijo	Costo Var
Costos de Servicio										
Mano de Obra Directa		13233,44		13630,44		14020,27		14401,63		14774,63
Materia Prima		15940,84		16419,07		16888,65		17348,02		17797,34
Materia Prima Indirecta		2359,00		2429,77		2499,26		2567,24		2633,73
Deprec. Const. Restaurantes	1226,71		1263,51		1299,64		1334,99		1369,57	
Deprec. Construcc Señales	108,00		111,24		114,42		117,53		120,58	
Menaje		1103,08		1136,17		1168,66		1200,45		1231,54
Material de Combustión		90,00		92,70		95,35		97,94		100,48
Servicios Basicos		591,60		609,35		626,78		643,82		660,50
Deprec. Maquinaria Y Equipos	178,49		178,49		178,49		178,49		178,49	
Costos Operativos										
Administrativos										
Mano de Obra Indirecta		5935,31		6113,37		6.288,21		6.459,25		6.626,55
Deprec. Muebles Y Enseres	201,00		201,00		201,00		201,00		201,00	
Deprec. Equipo de Seguridad	27,50		46,74		46,74		46,74		46,74	
Deprec. Equipo de Computación	161,70		161,70		161,70		161,70		161,70	
Deprec. Equipo de Oficina	71,00		71,00		71,00		71,00		71,00	
Servicios Adicionales	436,80		436,80		436,80		436,80		436,80	
Materiales y Utiles de Aseo		525,30		541,06		556,53		571,67		586,48
Utiles de Oficina		33,05		34,04		35,02		35,97		36,90
Ventas										
Promoción y Publicidad	450,00		463,50		476,76		489,72		502,41	
Transporte		2.400,00		2.472,00		2.542,70		2.611,86		2.679,51
Financieros										
Amortización del Activo Diferido	152,44		162,74		162,74		162,74		162,74	
Intereses Préstamo	2.052,01		2.052,01		2.052,01		2.052,01		2.052,01	
Total de Costos	5.065,65	39.721,62	5.148,73	40.913,27	5.201,30	42083,39	5252,73	43228,06	5303,04	44347,66

Fuente: Cuadro N: 145
Elaboración: La Autora

6.2.5.6. Estado de Pérdidas y Ganancias: Es un análisis que muestra la rentabilidad de la empresa en un periodo determinado, esto a su vez permite al propietario analizar la situación financiera, los ingresos, costos, etc. y de esta manera tomar las decisiones más acertadas para el futuro del negocio.

Cuadro N° 150: Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de Pérdidas y Ganancias					
Periodo	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos por Ventas	81.231,26	83.561,43	85.804,53	87.998,84	90.145,11
(-) Costo Total	52.407,27	53.910,60	55.357,76	56.773,45	58.158,14
(=) Utilidad Bruta	28.824,00	29.650,83	30.446,77	31.225,40	31.986,98
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	4.323,60	4.447,62	4.567,02	4.683,81	4.798,05
(=) Utilidad antes Impuesto a la Renta	24.500,40	25.203,20	25.879,75	26.541,59	27.188,93
(-) 22% Impuesto a la Renta	5.390,09	5.544,71	5.693,55	5.839,15	5.981,56
(=) Utilidad antes de la Reserva	19.110,31	19.658,50	20.186,21	20.702,44	21.207,37
(-) 10% Reserva Legal	1.911,03	1.965,85	2.018,62	2.070,24	2.120,74
(=) Utilidad Neta	17.199,28	17.692,65	18.167,59	18.632,19	19.086,63

Fuente: Cuadro N: 148
Elaboración: La Autora

6.2.5.7. Punto de Equilibrio

Es el balance entre ingresos y egresos en el que se obtiene un beneficio igual a 0, con lo cual la empresa no pierde ni gana, es decir se igualan los ingresos con los costos.

Para el cálculo del punto de equilibrio se lo hace a través del método matemático que esta dado en función de la capacidad instalada y los ingresos, y el método grafico que consiste en representar gráficamente las curvas de los costos e ingresos en un plano cartesiano.

Cálculo del punto de equilibrio para el primer año

- **Método Matemático**

En función de la capacidad Instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables Totales}} \times 100\%$$

$$PE = \frac{5.065,65}{81.231,26 - 39.721,62} \times 100\%$$

$$PE = \frac{5.065,65}{41.509,64} \times 100\%$$

$$PE: 0,12 \times 100\%$$

$$PE = 12\%$$

Análisis:

El porcentaje representa que la empresa al utilizar el 12% de su capacidad instalada no tiene ni perdidas ni ganancias.

En función a las ventas o ingresos:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Totales}}}$$

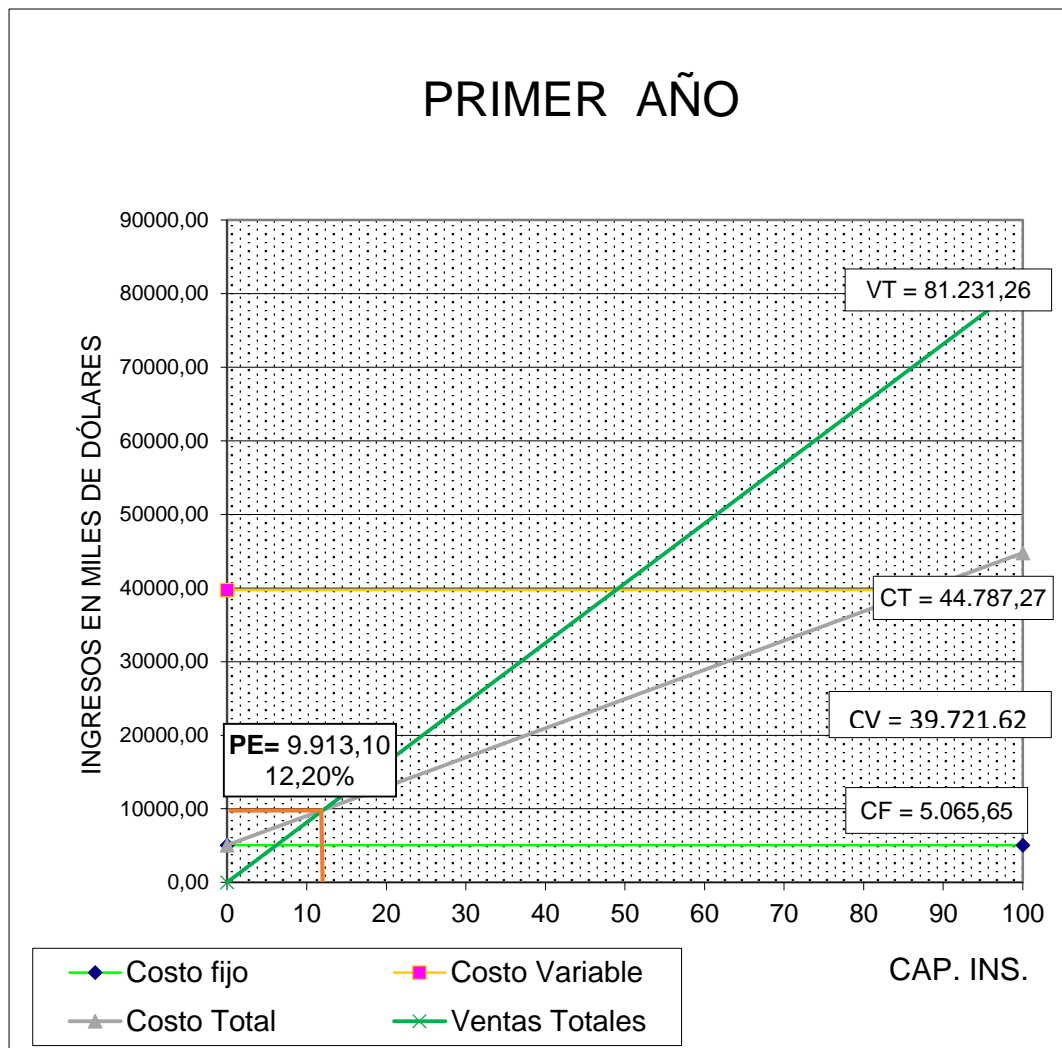
$$PE = \frac{5065,65}{1 - \frac{39.721,62}{81.231,26}}$$

$$PE = \frac{5065,65}{1 - 0,4900}$$

$$PE = \frac{5065,65}{0,51}$$

PE= 9913,09

Gráfico N°19: Grafica del Punto de Equilibrio



Fuente: Punto de Equilibrio

Elaboración: La Autora

Análisis de la Gráfica:

El Presente gráfico indica que para el primer año la empresa debe vender \$ 81.231,26 dólares del total de ingresos para llegar al punto de equilibrio con un 12% de la capacidad instalada.

6.2.5.8. Evaluación Financiera

Busca determinar la factibilidad financiera de la propuesta de inversión, para lo cual su función será medir tres aspectos fundamentales:

- Estructurar el plan de funcionamiento, una vez medido el grado de incidencia de los costos se podrá establecer si pueden ser cubiertos por los ingresos.
- Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión.
- Brindar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión de la finca cafetalera.

Flujo de Caja

Muestra un proceso sistematizado de los costos y beneficios financieros, en el cual se da a conocer la inversión inicial realizada, así como las entradas y salidas del capital ocurridos en cada período del proyecto, como se muestra a continuación:

Cuadro N° 151: Flujo de Caja

Flujo de Caja						
Descripción	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Ventas		81.231,26	83.561,43	85.804,53	87.998,84	90.145,11
Credito Bancario	18.258,78					
Capital Propio	18.258,78					
Valor Residual					355,00	
Total Ingresos	36.517,56	81.231,26	83.561,43	85.804,53	88.353,84	90.145,11
Egresos						
Activo Fijo	31.810,51					
Activo Diferido	762,20					
Activo Circulante	3944,85					
Reinversión					300,00	
Costos Totales		52.407,27	53.910,60	55.357,76	56.773,45	58.158,14
Total Egresos	36.517,56	52.407,27	53.910,60	55.357,76	57.073,45	58.158,14
(=) Utilidad Bruta	0,00	28.824,00	29.650,83	30.446,77	31.225,40	31.986,98
(-) 15% Utilidad de Trabajadores		4.323,60	4.447,62	4.567,02	4.683,81	4.798,05
(=) Utilidad Antes de Impuestos		24.500,40	25.203,20	25.879,75	26.541,59	27.188,93
(-) 22% Impuesto a la Renta		5.390,09	5.544,71	5.693,55	5.839,15	5.981,56
(=) Utilidad Liquida		19.110,31	19.658,50	20.186,21	20.702,44	21.207,37
(+) Depreciaciones		1974,39	1974,39	1974,39	1974,39	1974,39
(+) Amortización Diferido		152,44	152,44	152,44	152,44	152,44
(-) Amortización Capital		3651,76	3651,76	3651,76	3651,76	3651,76
Flujo de Caja	0,00	17.585,39	18.133,58	18.661,29	19.177,52	19.682,44

Fuente: Cuadro N: 144,145,146

Elaboración: La Autora

6.2.5.8 Valor Actual Neto (VAN)

Representa el saldo actualizado que queda luego de poner en ejecución el proyecto, es decir los beneficios que quedan del ejercicio, para establecer el VAN debe aplicarse el flujo neto de caja, una tasa de actualización que refleje el costo de oportunidad del capital invertido en el mercado.

Costo de Oportunidad: Es el resultado de la suma de la tasa activa referencial del Banco Central del Ecuador (8,71%) más la tasa de inflación (3,09%) con lo cual se obtiene una tasa de oportunidad de 11,80%.

Para calcular el Factor de Actualización aplicamos la siguiente fórmula:

$$FA = \frac{1}{(1+i)^n}$$

En donde:

FA = Factor de actualización; **i**= Tasa de oportunidad; **n**= # de años.

Desarrollo:

$$FA = \frac{1}{1 + (0,1180))^1}$$

$$FA = \frac{1}{1 + 0,1180}$$

$$FA = \frac{1}{1,1180}$$

$$FA = 0,894454$$

El mismo cálculo se lo realiza para los demás años de vida útil del proyecto respectivamente.

Cuadro N° 152: Valor Actual Neto (VAN)

Años	Flujo Neto	Factor de Actualización (11,80%)	Valor Actualizado
0	36.517,56		
1	17.585,39	0,89	15.729,33
2	18.133,58	0,80	14.507,74
3	18.661,29	0,72	13.354,15
4	19.177,52	0,64	12.275,10
5	19.682,44	0,57	11.268,60
Total			67.134,92
Inversión			36517,56
VAN			30.617,36

Fuente: Cuadro N: 147
Elaboración: La Autora

Fórmula del VAN:

VAN= Sumatoria del VAN – Inversión Inicial

VAN= 67.134,92 – 36.517,56

VAN= 30.617,36

Como resultado se obtiene un valor actual neto positivo, determinando que la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida (mayor a 1), expresada en la generación de un VAN de \$85.934,97 en un periodo de 5 años. Es decir que el proyecto está en la capacidad de crear valor y confianza en los procesos de inversión.

6.2.5.9 Tasa Interna de Retorno

Conocida también como tasa de descuento, muestra la capacidad de ganancia del proyecto, se obtiene un TIR de 66%, es decir se obtiene gran rentabilidad por el dinero invertido demostrando que es una tasa mayor que los mercados financieros.

Cuadro N°153: Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo Neto	Actualización			
		Factor Act.	Van Menor	Factor Act.	Van Mayor
		41,00%		41,50%	
0	-36.517,56		-36.517,56		36.517,56
1	17.585,39	0,709220	12.471,91	0,706714	12.427,84
2	18.133,58	0,502993	9.121,06	0,499444	9.056,71
3	18.661,29	0,356732	6.657,09	0,352964	6.586,77
4	19.177,52	0,253002	4.851,95	0,249445	4.783,73
5	19.682,44	0,179434	3.531,70	0,176286	3.469,74
		VAN MENOR	116,13	VAN MAYOR	-192,78

Fuente: Cuadro N: 147
Elaboración: La Autora

Para calcular el TIR se utiliza la fórmula:

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 41 + 0,50 \left(\frac{116,13}{116,13 - (-192,78)} \right)$$

$$TIR = 41 + 0,50 \left(\frac{116,13}{308,91} \right)$$

$$TIR = 41 + 0,50(0,38)$$

TIR: 41,19

Relación Beneficio – Costo: En la Relación Beneficio – Costo, se toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios, se deduce que por cada \$1,00 invertido se tendrá una ganancia de 0,70 centavos.

Cuadro N° 154: Relación Beneficio – Costo

RELACION BENEFICIO/COSTO						
AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	Costo Total Orig.	Factor Act.	Costo Actualizado	Ingreso Original	Factor Act.	Ingreso Actualizado
		11,80%			11,80%	
1	52.407,27	0,894454	46.875,91	36.685,09	0,894454	32.813,14
2	53.910,60	0,800049	43.131,10	37.737,42	0,800049	30.191,77
3	55.357,76	0,715607	39.614,40	38.750,43	0,715607	27.730,08
4	56.773,45	0,640078	36.339,43	39.741,41	0,640078	25.437,60
5	58.158,14	0,572520	33.296,72	40.710,70	0,572520	23.307,71
			199.257,56			139.480,29

Fuente: Cuadro N: 147

Elaboración: La Autora

Para determinar la relación Beneficio – Costo se aplica la siguiente fórmula

$$\text{Relación Beneficio – Costo} = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

$$\text{Relación Beneficio – Costo} = \frac{139.480,29}{199.257,56}$$

Relación Beneficio/ Costo =1,70 Dólares.

Este valor indica que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá una rentabilidad de 0,70 centavos de dólar, siendo

6.2.5.10 Periodo de Recuperación del Capital

Es aquel periodo donde se recupera la inversión inicial, es decir en el segundo año de vida se recupera el monto invertido en este proyecto.

Cuadro N°151: Periodo de Recuperación del Capital

Años	Flujo Neto	Factor de Actualización (11,80%)	Valor Actual	Flujos Acumulados
0	36.517,56			
1	17.585,39	0,894454	15.729,33	15.729,33
2	18.133,58	0,800049	14.507,74	30.237,07
3	18.661,29	0,715607	13.354,15	43.591,22
4	19.177,52	0,640078	12.275,10	55.866,32
5	19.682,44	0,572520	11.268,60	67.134,92
TOTAL:				212.558,85

Fuente: Cuadro N :147

Elaboración: La Autora

La fórmula para obtener el P.R.C es la siguiente:

$$P.R.C = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \Sigma \text{ Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inver}}$$

$$P.R.C = 2 + \frac{36.517,56 - \Sigma 30.237,07}{14.507,74}$$

$$P.R.C = 2 + (0,30)$$

$$P.R.C = 2,30$$

2 años

7 meses

21 días

$$0,60 * 12 = 7,2$$

$$0,70 * 30 = 21$$

El periodo de recuperación del capital está establecido a recuperarse en 2 años, 7 meses, 21 días.

6.2.5.11 Análisis de Sensibilidad

El análisis que se realiza ante la incertidumbre ante posibles cambios económicos que se puedan dar en el transcurso del tiempo, siendo los ingresos y los costos los rubros más sensibles, dándose el incremento de los costos o la disminución de los ingresos.

Cuadro N°152: Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 36,35% en los Costos

Años	Costo Total Original	Costo Total Original	Ingreso Total Original	Actualización				
				Flujo Neto	Factor Act.	Valor Actual	Factor Act.	Valor Actual
		36,35%			60,70%		61,20%	
						-36.517,56		-36.517,56
1	52.407,27	73.894,25	36.685,09	-37.209,16	0,62228	-23.154,42	0,62035	-23.082,60
2	53.910,60	76.013,94	37.737,42	-38.276,52	0,38723	-14.821,79	0,38483	-14.729,99
3	55.357,76	78.054,44	38.750,43	-39.304,01	0,24096	-9.470,86	0,23873	-9.383,00
4	56.773,45	80.050,56	39.741,41	-40.309,15	0,14995	-6.044,22	0,14809	-5.969,58
5	58.158,14	82.002,98	40.710,70	-41.292,28	0,09331	-3.852,92	0,09187	-3.793,53
						34.189,78		-93.476,26

La fórmula que se emplea para el análisis de sensibilidad es la siguiente:

TIR del proyecto: 41%

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$NTIR = 41.0 + 0.5 \left(\frac{34.189,78}{34.189 - (-93.476,26)} \right)$$

$$NTIR = 36,35\%$$

1.- Diferencia del TIR:

$$\text{Dif. TIR} = \text{TIR proy} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{Dif. TIR} = 41\% - 36,35\%$$

$$\text{Dif. TIR} = 43,25\%$$

2.- Porcentaje de Variación:

$$\% \text{ Var} = (\text{Dif. TIR} / \text{TIR del proy.}) * 100$$

$$\% \text{ Var} = 43,25\% / 66,25\% * 100$$

$$\% \text{ Var} = 65,28\%$$

3.- Coeficiente de Sensibilidad

$$\text{Coeficiente de Sensibilidad} = \% \text{ Var} / \text{Nueva TIR}$$

$$\text{Coeficiente de Sensibilidad} = 65,28\% / 66,25\%$$

$$\text{Coeficiente de Sensibilidad} = 0,998684$$

Cuadro N°153: Análisis de Sensibilidad con la disminución del 24,27% en los Ingresos

Años	Costo Total ORIGINAL	Ingreso Original	Ingreso Original	Actualización				
				Flujo Neto	Factor Act.	Valor Actual	Factor Act.	Valor Actual
			24,27%		60,00%		60,50%	
						-36.517,56		-36.517,56
1	52.407,27	36.685,09	21.644,20	-30.763,07	0,689655	-21.215,91	0,684932	-21.070,59
2	53.910,60	37.737,42	22.265,08	-31.645,52	0,475624	-15.051,38	0,469131	-14.845,90
3	55.357,76	38.750,43	22.862,76	-32.495,01	0,328017	-10.658,91	0,321323	-10.441,38
4	56.773,45	39.741,41	23.447,43	-33.326,01	0,226218	-7.538,96	0,220084	-7.334,52
5	58.158,14	40.710,70	24.019,31	-34.138,83	0,156013	-5.326,09	0,150743	-5.146,17
						15.522,28		-15.766,45

La fórmula que se emplea para el análisis de sensibilidad es la siguiente:

TIR del proyecto: 41%

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) \quad NTIR = 41.0 + 0.5 \left(\frac{15.522.28}{15.522.28 - (-15.766,45)} \right)$$

1.- Diferencia del TIR:

Dif. TIR = TIR proy – Nueva TIR

Dif. TIR = 41% - 36,35%

Dif. TIR = 43,25%

2.- Porcentaje de Variación:

% Var= (Dif. TIR /TIR del proy.)*100

% Var= 43,25%/66,25%*100

% Var= 65,28%

3.- Coeficiente de Sensibilidad

Coeficiente de Sensibilidad. = %Var/Nueva TIR

Coeficiente de Sensibilidad. = 65,28%/66,25%

Coeficiente de Sensibilidad. = 0,998684

6.2.6. Estudio de Impacto Ambiental

La finca cafetalera “León Toledo” es un proyecto que genera impactos ambientales, razón por la cual se ha pensado en este factor y por tal motivo se establecerán medidas de mitigación causar un bajo impacto ambiental en la realización del proyecto.

Para poder detectar los impactos posibles se utilizó la Matriz de Leopold la cual permite identificar los impactos iniciales de un proyecto

Identificación de las Etapas y Acciones que puedan causar impacto ambiental:

Etapas de Construcción:

Trasporte de materiales de construcción: Se refiere a los materiales de construcción que será utilizados durante el trabajo de la obra.

Se realizará excavaciones para la construcción del restaurante, genera un bajo impacto debido a que ya hay la edificación y se procederá a la implementación del módulo I (chozón restaurante).

Se realizará de la misma manera la excavación sobre la tierra para la implantación de señalética en la huerta de la familia generando un bajo impacto ya que se utilizarán recursos maderables propiamente de la naturaleza.

Etapas de Operación y Mantenimiento:

Uso de las Instalaciones: Se refiere a la actividad turística que realizamos en la finca, al momento de llegar turistas a la misma hay una capacidad de carga generando un impacto negativo y positivo.

Mantenimiento de las Instalaciones. - Para la limpieza de las instalaciones se utiliza productos tóxicos que indirectamente afectan al medio ambiente ya que el grado de toxicidad es bajo.

Producción de desechos sólidos y líquidos. - La actividad turística genera desechos sólidos y líquidos el momento de dar su servicio, se utilizará el

método de reciclaje de basura sólida, líquida, plásticos etc. para evitar la contaminación.

Mantenimiento de la Señalética. - Cada 3 años se le dará mantenimiento a los letreros de señalética en el caso que necesiten reparación o una mano de pintura en caso de lo necesite, genera un bajo impacto ya que la finca no cuenta con muchos letreros de señalética así que no es masivo.

Etapas de Cierre

Traslado de maquinaria, equipo y desalojo de escombros. - Una vez finalizada la obra se procede a eliminar los escombros que esta deja y limpiando la zona de construcción para su ejecución.

Factores Ambientales y Sociales que causan impactos:

Medio Físico:

Agua. - Contaminación y desperdicio del agua

Suelo. - Excavaciones y contaminación por los desechos

Aire: - Emanación de gases tóxicos.

Paisaje. - Alteración del entorno.

Medio Biótico

Flora y Fauna. - La flora y fauna existente en los cultivos de café, pero es mínimo el impacto.

Medio Socio- Económico.

Este factor es positivo ya que aprovechando los recursos que tiene el sitio se genera el mejoramiento de la calidad de vida de la población, desarrollo del turismo en la zona incrementando fuentes de empleo con actividades productivas

Cuadro N°154: Matriz Cualitativa de Interacción Causa-Efecto

Factores Ambientales			Etapa de Construcción				Etapa de operación y mantenimiento				Etapa de cierre	
			Transporte de materiales de construcción	Excavaciones	Construcción de infraestructura	Implementación de señalética	Realización de actividades turist.	Mantenimiento de las Instalaciones	Producción de desechos Solidos y Líquidos	Mantenimiento de la señalética	Traslado de maquinaria y equipo	Deshalojo de Escombros
Medio Físico	Agua				IA-		IA-	IA-		IA-		
	Suelo		IA-	IA-	IA-	IA-	IA-	IA-	IA-	IA-	IA-	IA-
	Aire	Calidad del Aire	IA-	IA-	IA-	IA-			IA-	IA-		
		Ruido			IA-	IA-		IA-	IA-	IA-	IA-	IA-
Paisaje							IA-	IA+		IA+	IA+	
Medio Biótico	Flora						IA-	IA-				
	Fauna						IA-	IA-				
Socioeconómico	Mejoramiento de la calidad de la población		IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+
	Incremento de fuentes de empleo		IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+	IA+
	Desarrollo del turismo en la zona				IA+	IA+	IA+	IA+				

Fuente: Trabajo de Campo
Elaboración: La Autora

Cuadro Nº Matriz de Leopold de Evaluación Proyecto "Plan de Negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera "León Toledo"																							
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					
		Transporte de	Excavación	Construcción de infraestructura	Implementación de señalética	Realización de actividades	Mantenimiento de las Instalaciones	Producción de desechos	Mantenimiento de la señalética	Traslado de	Deshalojo de	Escombros											
FÍSICO	Agua					-1	1	-1	1	-2	1				0	3	-4	-48	32				
	Suelo	-2	-1	-2	-2	-2	-2	-1	1	-2	2	-1	1	-1	1	0	10			-25			
	Aire	Calidad del Aire		-2	2	1	1	-1	1		-1	1				0	4			-7			
		Ruido	-1	1	-2	-1	1	-1	1	-2	1	-1	1	-1	1	0	10			-12			
	Paisaje						-2	2	-1	1	-1	1			2	2	2			2	2		
BIOLÓGICO	Flora					-2	2	-1	1						0	2	-5	-7	32				
	Fauna					-1	1	-1	1						0	2	-2						
SOCIOECONÓMICO	Mejoramiento de la calidad de la población	2	2	2	2	2	2	2	2	2	-1	1	2	2	1	1	1	1	9	1	30	87	32
	Incremento de fuentes de empleo	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	10	0	37		
	Desarrollo del turismo en la zona			2	2	2	2	2	2	2			2	2					4	0	20		
Promedios Positivos		3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35								
Promedios Negativos		2	3	3	2	6	6	5	6	2	2					37							
Promedios Aritméticos		4	5	6	4	0	10	0	10	11	11										32		

Fuente: Trabajo de Campo
 Elaboración: La Autora

Interpretación de la Matriz de Leopold :

Mediante esta matriz de Leopold que identificado cuáles son los impactos positivos y negativos mediante un análisis en el cual se detectan los posibles impactos ambientales.

En cuanto a la matriz (Ver el cuadro N) se calificaron todas las celdas con una magnitud de intensidad baja, afectación baja y media, calificando de -1 y -2; y con una importancia de duración temporal y media, su influencia puntual con calificación +1 y +2.

Los impactos para la ejecución del proyecto en la finca cafetalera serán en tres etapas: Construcción, Operación- Mantenimiento y Cierre. En el cual existen 35 impactos positivos y 37 impactos negativos, con un valor final de +32.

Dicha puntuación indica que el proyecto causará un impacto positivo y amigable con el ambiente.

La Finca Cafetalera “León Toledo” se encuentra a pie de carretera en un centro poblado y urbanizado razón por la cual el impacto que se realiza por la construcción es bajo y tomando todas las medidas de precaución para no afectar al ecosistema cercano.

Se puede demostrar que el componente socio- ambiental resulta ser el más ventajoso ya con la implementación de la actividad turística en la finca mejorara la calidad de vida de la gente generando actividades productivas y fuentes de empleo.

Debido a la existencia de impactos negativos por la operación turística se plantea medidas de mitigación que nos ayudarán a minimizar estos impactos y por ende proteger al medio ambiente.

Cuadro N°156: Medidas de mitigación de Impactos ambientales

FACTORES AMBIENTALES	IMPACTOS	MEDIDAS DE MITIGACIÓN
Contaminación del agua	Agua contaminada proveniente del restaurante	Reducción el uso productos que contaminen el agua residual. Consumo de agua de forma responsable.
	Mal uso del recurso hídrico	Tomar medidas de precaución en el uso correcto del agua
Contaminación del suelo	Capacidad de carga en el lugar	No exceder el número de turistas.
	Excavaciones	Analizar el terreno para saber las dimensiones y donde irían las excavaciones puntuales.
	Contaminación de residuos orgánicos e inorgánicos	Campaña de reciclaje masivo de los residuos que genera la actividad turística incentivando a los empleados a la conservación.
Contaminación aire	Producción de olores a causa de desechos orgánicos	Tratamiento y utilización como abonos inorgánicos
	Generación de gases tóxicos	Uso de productos amigables al medio ambiente.
Contaminación paisaje	Tratamiento de los desperdicios sólidos y líquidos	Clasificar la basura en las instalaciones de la finca cafetalera.
Flora y Fauna	Extinción de especies por la mano del hombre	Proteger a las especies vulnerables y conservación a las existentes.
Calidad de vida de la población	Mejor calidad de vida de la comunidad	Inserción de la comunidad en la prestación de servicios turísticos.
Incrementar fuentes de empleo	Crecimiento de la Parroquia debido a que la economía mejora.	Creación de actividades productivas en donde se pueda reclutar gente para generar empleo.
Desarrollo de turismo en la zona	Con la creación de la finca crecerá el turismo	Con conciencia ecológica sustentable y sostenible para el medio ambiente.

Fuente: La Autora
Elaboración: La Autora

6.3. Objetivo N.º 3: Socialización de la Propuesta de Plan de Negocios para productos turísticos en la finca cafetalera “León Toledo” en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, cantón Loja a las autoridades como a la comunidad en general.

El presente objetivo se constituye como parte del producto final de este proyecto, por lo que, para llevar a cabo el presente objetivo, fue necesario realizar algunas pautas, mismas que se muestran a continuación:

- Elaboración de la presentación mediante diapositivas.
- Preparación de la logística en el lugar de exposición.
- Socialización.

Con la participación de las autoridades de la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja, Docentes de la Universidad Nacional de Loja, Propietarios de la Finca Cafetalera “León Toledo” y la comunidad se logró cumplir con la socialización del plan de negocios para productos turísticos en la finca cafetalera “León Toledo”; misma que se llevó a cabo en la oficina de la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja el día miércoles 06 de diciembre del 2016 a las 16H00pm hasta las 18H00pm.

Para la socialización se utilizó la técnica de MARPP (Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa), la cual me permitió una socialización directa y el intercambio de opiniones con las autoridades y sobre todo de los beneficiarios del proyecto.

Se la dividió en tres etapas según la técnica MARPP:

6.3.1 Pre – Socialización (Etapa Uno)

Para el cumplimiento de esta etapa se procedió convocar a las autoridades, propietarios de la finca y comunidad en general:

- Para desarrollar los preparativos de la socialización, primeramente, fue necesario emitir un oficio a la Coordinadora de Turismo de la Prefectura de Loja para petición de fecha, día y hora para llevar a cabo reunión de socialización.
- Una vez agendada la fecha de la socialización se procedió a la entrega de las invitaciones

Cuadro Nº 157: Invitados para la Socialización

Nombre y Apellido	Cargo
Ing. Genny Campoverde	Coordinadora de Turismo Prefectura de Loja
Ing. Melva Jaramillo Hidalgo	Docente y Directora de tesis UNL
Ing. Rubén Román	Docente UNL
Ing. Ximena Mónica León Toledo	Propietario Finca "Fernández"
Ing. Paúl Bustamante	Técnico de Turismo de la Prefectura de Loja

Fuente: La Autora
Elaboración: La Autora

6.3.2 Presentación de Resultados (Etapa Dos)

Para presentar los resultados de este proyecto de Plan de Negocios de la Finca Cafetalera "León Toledo" se realizó una planificación de las actividades:

- Para presentar los resultados de este proyecto fue necesario realizar un registro de asistencias (Ver anexo pág.) con la finalidad de tener una constancia de las personas que asistieron a la conferencia.
- Fue necesario el uso de material audiovisual, se expusieron diapositivas llamativas, las cuales permitieron mostrar el producto de cada objetivo estratégico para el proyecto.
- Preparación de la logística con la Coordinación de Turismo de la Prefectura.
- Socialización. Entre los puntos que se dieron a conocer, están:
 - Tema
 - Problemática
 - Justificación
 - Objetivos:

Objetivo N°1: Diagnostico de los Factores Internos y Externos
 Objetivo N°2: Propuesta de “Plan de Negocios para productos turísticos en la finca cafetalera “León Toledo” perteneciente a la parroquia San Pedro de Vilcabamba, Cantón Loja.

Cuadro N.º 158: Desarrollo de la Socialización

Tema: Plan de negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “León Toledo” de la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, cantón Loja.		
Lugar: Oficina de la Coordinación de Turismo de Prefectura de Loja.		
Fecha: miércoles 06 de diciembre del 2016.		
Hora: 16H00am – 18H00pm.		
Horario	Actividad	Responsable
16H00 pm	Registro de asistentes	Daniela Neira Calderón
16H15 pm	Bienvenida a los asistentes	Claudia Neira Calderón
16H20 pm	Socialización del proyecto	Claudia Neira Calderón
17:30 pm	Foro de preguntas de los asistentes	Claudia Neira Calderón
18H00pm	Finalización y Agradecimiento	Claudia Neira - Ing. Paúl Bustamante
11H15am	Sesión fotográfica y Coffee Break	Daniela Neira – Claudia Neira

Fuente: La Autora

Elaboración: La Autora

6.3.3 Resultados de la Conferencia

Etapa 3: Sugerencias y Preguntas por parte de los Presentes

Al terminar la socialización se dio paso a responder las inquietudes que tuvieron los presentes, la cual tuvo una gran acogida, la propietaria de la finca se mostró satisfecha del proyecto realizado, a su vez la Coordinación de Turismo manifestó que esta investigación formará parte de la ruta del café de la provincia de Loja lo cual beneficiará a la finca, caficultores y trabajadores que colaboren en la operación turística.

Mediante el Análisis Interno y Externo se concluye que el presente proyecto es viable para ejecutarse y sobre todo cuenta con un alto nivel de rentabilidad, las autoridades como la propietaria de la finca tienen el compromiso de insertarla en el mercado como la empresa líder en la actividad turística.

7. Discusión:

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se empleó varios métodos y técnicas que ayudaron al cumplimiento de los tres objetivos propuestos, para lo cual se realizó el diagnóstico turístico situacional, se empleó la técnica de observación directa, obteniendo una información real del entorno que involucra al objetivo en estudio, analizado por el método deductivo e inductivo partiendo de lo general a lo particular en los entornos macro y micro, determinando factores demográficos, socio culturales, ambientales, económicos etc.

La técnica de la entrevista aplicada a los propietarios de la finca cafetalera Ing. Ximena León, Sr, Edilberto León y Sr. Huber Ontaneda, así como a la competencia más cercana se le aplicó la entrevista al Sr. Lidio Fernández de la finca “Fernández” ubicada en Malacatos, las mismas que ayudaron a sustentar la información obtenida en el diagnóstico.

La aplicación de las encuestas como técnica de investigación sirvió para identificar las necesidades y preferencias de los demandantes y a la vez sustentar la propuesta de plan de negocios; así como la metodología del ministerio de turismo, para inventariar atractivos turísticos naturales y culturales, contribuyó a identificar la categoría, tipo, subtipo y jerarquía de cada atractivo mediante el modelo de fichas planteadas por la cartera de estado.

En el segundo objetivo que es la propuesta de plan de negocios se utilizó el método analítico, necesario para correspondiente estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero en el mismo permitió entender las formulas requeridas para los cálculos de variables e indicadores de rentabilidad garantizando su confiabilidad, permitiendo explicar, estableciendo proposiciones para la investigación.

La matriz de interacción de causa – efecto y la matriz de Leopold, se la utilizó para identificar y evaluar los impactos ambientales que provocará la implementación, operación y cierre del proyecto.

Para dar cumplimiento al tercer objetivo se empleó la técnica MARPP, la cual consiste en un proceso de comunicación y aprendizaje intensivo, interactivo y rápido, las mismas que se expresaron en tres fases: la previa o inicial que ayudó a organizar y coordinar el evento de socialización, la fase II ayudó a la ejecución, mediante la presentación de las temáticas y la fase III permitió hacer una rápida evaluación, reflejada en las sugerencias y conclusiones del proyecto socializado.

El desarrollo de este proyecto contribuye a dar solución a la problemática existente en la Finca cafetalera “León Toledo” y en la parroquia, mediante la puesta en marcha del plan de negocios propuesto, dinamizará la economía local con la inserción de una finca agro turística; con el presente plan de negocios se propició a la empresa a obtener la rentabilidad, organización y planificación con bajos niveles de incertidumbre, con la decisión de los propietarios en aprovechar el potencial turístico que tiene la finca y con los objetivos estratégicos direccionados para ponerla en marcha.

8. Conclusiones:

Al finalizar el presente trabajo investigativo en la Finca Cafetalera “León Toledo” cabe mencionar, al respecto, lo siguiente:

- La Parroquia San Pedro de Vilcabamba cuenta con atractivos naturales y culturales óptimos para la práctica de las actividades turísticas, con la ventaja que, al momento, por la cercanía con el centro poblado de Vilcabamba, y gracias a la creatividad y emprendimiento de sus pobladores se está dando a conocer su gran potencial a propios y extraños; además, de disponer de un clima privilegiado durante casi todo el año.
- Se desprende del diagnóstico realizado que, la Finca “León Toledo” al disponer de tales recursos, los mismos, deben ser canalizados y aprovechados para insertarla en emprendimientos afines a estos.
- En este contexto, la propuesta va encaminada a que, los propietarios de la finca puedan guiarse a través del plan de negocios realizado, y pongan en marcha la creación de una finca agroecológica, con estándares de calidad altos, en donde se pueda insertar a individuos de la parroquia a colaborar en el mismo; y de esta manera, contribuir a la generación de empleo y ser un aporte cultural, dinamizando así, el turismo de la zona.
- La finca “León Toledo” pretende rescatar las tradiciones de la gente que vive del agro, en donde el turista se lleve vivencias y una experiencia única en el campo, conviviendo con gente del lugar; además de ofrecer momentos de ocio y recreación y la oportunidad de disfrutar de un café de altura cosechado en la huerta familiar.
- Mediante el estudio de mercado se concluye que la finca cafetalera tiene un alto grado de aceptación entre la gente; quienes se sienten atraídos por visitar fincas cafetaleras, como ésta, dedicadas al turismo.
- Del estudio técnico, se concluye que, debido a la alta demanda en la encuesta, se realizó el diseño de un chozón restaurante acorde con el medio ambiente y con materiales de construcción propios de la zona, así como también, se diseñó la señalética en el interior de la finca para guiar a los visitantes a reconocer el cafetal que está observando mientras visita la misma.

- La mejor forma de integrar todas las actividades y productos que ofrecerá la finca cafetalera fue por medio de un paquete turístico, ya que, abarca tanto atractivos externos de la parroquia como internos de la finca.

- Se usó estrategias de promoción por medio de página web, redes sociales y un video promocional que generó motivación por visitar la finca cafetalera y se lleven una experiencia única.

- En el estudio financiero se concluye que la empresa necesita de una inversión base para llegar a posesionarse en ámbito turístico.

- El estudio de costos e ingresos permite determinar el punto de equilibrio de la empresa donde la misma se mantendrá, en ese orden; es decir, no tendrá ni pérdidas, ni ganancias; con ingresos que fluctúan por sobre los en \$137.000 dólares anuales por la venta de paquetes turísticos, incluido también, el servicio de restaurante y otros a ofertar.

- Dentro de la evaluación financiera, se obtuvo un valor actual neto (VAN) de \$ 82.773.92; el cual, determina que, el proyecto es viable y con una tasa interna de retorno (TIR) de 64%, mayor a la de los mercados financieros, se concluye de esta manera que, financieramente, el proyecto es rentable; Relación Beneficio – Costo es de \$1,70, es decir que por cada dólar invertido se obtendrá una utilidad de 0,70 centavos; además, el período de recuperación del capital es de 2 años, 7 meses, 21 días; lo cual es, favorable para promover más beneficios y utilidades en los años subsiguientes; en cuanto, al análisis de sensibilidad con la disminución de los ingresos en un 24,27%, alcanza un coeficiente de sensibilidad de 1,98% concluyendo que el proyecto no sufriría cambios en lo económico, caso que, lo hubieran a nivel de país.

- En cuanto al análisis ambiental de la finca, ésta tendría un bajo impacto, mismo que, pueden ser controlado mediante un plan de mitigación.

- Concluyendo de esta forma, el proyecto del plan de negocios en donde la finca cafetalera está apta para insertarse en la actividad turística.

9. Recomendaciones:

- Se recomienda, principalmente, al Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia San Pedro Vilcabamba que, aprovechen los escenarios turísticos de que disponen, tanto atractivos culturales, como naturales para potencializarlos, y se realice una gestión de planificación turística para darles una puesta en valor a cada uno de ellos, que vinculen en el contexto del desarrollo de los mismos a la mencionada parroquia. Se realice, además, un diagnóstico turístico exhaustivo ya que casi no se dispone de información de este tipo para promocionar a la comunidad.

- Se recomienda a las autoridades del Ministerio de Turismo y Cámara de Turismo asociarse junto con la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja para que, conjuntamente, trabajen en proyectos turísticos que favorezcan a las parroquias rurales como al cantón Loja

- Se compromete a la Coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja en ejecutar el proyecto de la “Ruta del Café” por la Provincia de Loja, en la cual, se involucren a las fincas con mayor potencial turístico, entre ellas, obviamente, se encontraría la Finca “León Toledo”, y se les brinde las facilidades de promoción y difusión de los productos turísticos ofertados.

- A los propietarios de la finca se les recomienda tener en cuenta el presente Plan de Negocios para la toma de decisiones futuras y éxito empresarial

- La propuesta realizada en el presente Plan de Negocios va enfocada a la construcción del Restaurante Módulo I; según, la finca vaya teniendo más rentabilidad, se recomienda la planificación, ejecución de futuros proyectos y su puesta en valor como, la implementación de la infraestructura física complementaria; misma que, comprendería, entre otros: la ampliación del restaurante Módulo II, remodelación de la vivienda existente y área administrativa, la dotación de áreas recreativas, piscina, hidromasaje etc.; así como también, incrementar las plazas de estacionamientos vehiculares y el mejoramiento de senderos y pasarelas en la huerta del café.

10. Bibliografía

Casal, F. (2012). *Turismo Alternativo. En Servicios Turísticos Diferenciados*. Trillas .

Colomer, P. R.-M. (2015). *Los Pilares del Marketing (Primera Edición)*. Barcelona -España: Ediciones UPC.

Eraso, J. (2015). *Las rutas de Aprendizaje una estrategia novedosa de desarrollo rural con identidad territorial. En cuadernos de desarrollo rural (Pags. 5,19)*. Bogota - Colombia .

F.J. Jiménez Moreno, F. M. (2013). *Estudios de Turismo Rural* . Madrid : Ediciones Universidad de Salamanca .

FEPTCE. (2014). *Federación Plurinacional de Turismo Comunitario* . Mexico D.F.

Harvard. (2014). *Crear un Plan de Negocios*. Boston, Massachusetts: Impact Media Comercial S.A.

IE Business. (2014). *Planes de Negocio para la mediana Empresa*. Madrid - España.

Iglesias Tovar, J. R. (2010). *Comercialización de Productos y Servicios Turísticos* .

INEC, I. N. (Mayo de 2016). www.ecuadorencifras.gob.ec. Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2016/InflacionMayo2016/Reporte_inflacion_201605.pdf

Krugman, M. L.-P. (2013). *Fundamentos de la Economía*. EEUU- San Francisco.

- Miguel Ángel Crespo Cibrán- Cecilio Huarte Galbán- Cibrán Ferez & Pilar Prado Román. (2013). *Planificación Financiera* . Madrid - España : Business & Marketing School Editorial.
- Mintur, M. d. (Agosto de 2016). *Ministerio de Turismo del Ecuador* . Obtenido de Mintur: <http://www.turismo.gob.ec/>
- Mora, M. E. (2014). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión* . Loja - Ecuador.
- Mora, M. P. (2015). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Loja - Ecuador .
- Ochoa, R. M. (2010). *Manual Básico de Plan de Negocios para pequeñas y medianas Empresas Rurales*. Managua - Nicaragua.
- OMT. (2012). *Turismo*. Madrid .
- Oxinalde, M. (2012). *Ecoturismo, Nuevas formas de turismo en el espacio Rural*. BOSH, casa editorial, S.A.
- Perez Moya. (2014). *Estrategia, Gestión y Habilidades Directivas* . Madrid - España.
- POT San Pedro de Vilcabamba, P. d. (2015). *Plan de Ordenamiento Territorial SPV*. Loja.
- Ricaurte, Q. (2013). *Manual para el Diagnóstico Turístico Local* . Guayaquil - Ecuador .
- Rocio, S. (2011). *Una herramienta para entender mejor la importancia del Plan de Negocios en la Actualidad*. Mexico DF.
- Rojo, I. (2013). *Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico*, págs: 459-460 . Madrid- España : Grupo Anaya, S.A.

- Sanchez, R. (2013). *Recursos Turisticos*. Madrid - España: Liber Factory .
- SECTUR. (2013). *Elementos para evaluar el impacto económico social y ambiental del turismo de naturaleza*. Mexico DF.
- Tabares, F. (2015). *Producto Turístico- En Aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño (págs-13-14)*. Mexico D.F.: Trillas Turismo.
- Toribio. (2013). *Aportaciones Metodologicas para la Introducción al Turismo Rural*. Habana .
- Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos* . Mexico D.F: Mc Graw Hill.
- Urbina, G. (2014). *Evaluación de Proyectos* . Mexico DF : Mc Graw Hill .
- Villarán, K. (2014). *Plan de Negocios* . Lima - Perú: Nathan Associates Inc.

11. ANEXOS
11.1 Anteproyecto



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

TÍTULO:

“Plan de negocios para productos turísticos en la Finca Cafetalera “León Toledo” Perteneciente A la Parroquia San Pedro de Vilcabamba, Cantón

PROYECTO PREVIO A OPTAR EL
GRADO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTORA:

Claudia del Cisne Neira

DIRECTORA

Inq. Melva Jaramillo Hidalgo,

1859

LOJA ECUADOR
2016

1.- Título

“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA “LEÓN TOLEDO” PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA, CANTÓN LOJA”

2.- Problemática

El Turismo en la actualidad se ha constituido en uno de los principales factores que ha generado una creciente demanda de actividades recreativas y de ocio por parte de los turistas que ha motivado la tendencia a viajar a lugares naturales y a zonas rurales, con el fin de ganar vivencias e intercambio cultural (Boullon, 2004).

El Ecuador es uno de los 17 países mega diversos por metro cuadrado, es reconocido a escala mundial por su riqueza y variedad en cuanto a su flora y fauna, se conjuga en la Cordillera de los Andes, costas paradisíacas, misteriosas y profundas selvas amazónicas y con ecosistemas únicos en el mundo como lo son las islas Galápagos.

Nuestro país ha hecho énfasis en la conservación del ambiente así como el desarrollo sostenible de la actividad turística una prioridad; ya que ha venido posesionándose en el tipo de turismo en el que hay un acercamiento directo con la naturaleza y las expresiones culturales (Mintur, 2002).

Loja, es la capital de la provincia del mismo nombre, esta circundada por los ríos Zamora y Malacatos, es una ciudad acogedora en la que sus habitantes atienden a los turistas con su tradicional hospitalidad y cultura en la que sobresale la producción artística musical, sus encantos naturales y su gastronomía todo esto hace que Loja se constituya un punto de visita para turistas nacionales y extranjeros (Información Turística de Loja , 2012).

La parroquia de San Pedro de Vilcabamba se encuentra ubicada al Sur del Ecuador, en el cantón Loja a 1.700 m.s.n.m. con un clima cálido, es aquí

donde se siembra, se seca y cosecha de manera natural el café de alta calidad y aroma; con la participación de caficultores de la zona.

Es importante señalar que, San Pedro de Vilcabamba cuenta con bondades como la calidad de agua, tierras fértiles, etc., esto hace que muchos viajeros visiten este lugar que es encantador, por sus valles y montañas imponentes (Parroquial, 2012)

La parroquia San Pedro de Vilcabamba muestra un escenario adecuado para la práctica de actividades turísticas donde se encuentra la finca cafetalera de la familia León – Toledo, la cual, se constituye como una microempresa con el nombre de “Piladora León”, la cual se encuentra ubicada a treinta metros de la hostería “Madre Tierra” sector Amala.

La finca cafetalera posee excelentes condiciones para implementar la actividad turística pero debido al desconocimiento por parte de la propietaria en aspectos relacionados con el turismo y la poca inversión tanto del sector público como privado ha generado un estancamiento del turismo en la zona.

El escaso desarrollo turístico de la parroquia ha limitado la promoción, difusión y el aprovechamiento de los recursos con los que cuenta la finca; la cual posee una infraestructura física adecuada pero se ve la necesidad de implementar productos turísticos lo cual le dará un valor agregado para motivar a los turistas a visitar el lugar.

Se ha podido denotar la falta de capacitación debido a la escasez de profesionales en el área turística lo cual ha generado que no haya personal capacitado en temas turísticos dentro de la zona.

Por tanto, se ha creído conveniente, realizar un proyecto que aporte a solucionar la problemática existente en la parroquia de San Pedro de Vilcabamba diseñando un **“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA “LEÓN TOLEDO”**

PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA, CANTÓN DE LOJA”

Con este proyecto se pretende aportar al desarrollo turístico de la parroquia, se reactivará la economía de la comunidad, y se promocionará turísticamente las actividades que se desarrollen en la finca a su vez que el Gobierno Provincial de Loja ponga en ejecución el proyecto en referencia.

3.- Justificación

El propósito del presente proyecto y en calidad de estudiante de la carrera de Administración Turística es insertarme en el ámbito empresarial, apoyándome en información de fuentes primarias y secundarias que permitirá la consolidación del presente estudio en favor de la comunidad y de los agricultores del sector. Por tal razón este estudio se justificará en los siguientes aspectos:

3.1 Justificación académica

El presente proyecto permitirá poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias; además, como estudiante de la carrera de Ingeniería en Administración Turística del décimo módulo de la Universidad Nacional de Loja, y como requisito para la obtención del título de grado de Ingeniera en Administración Turística y consciente de la realidad social, económica, ambiental y turística del país; e creído conveniente realizar el presente estudio el mismo que constituirá un aporte al crecimiento de la actividad turística potencializando los atractivos que posee la parroquia.

3.2. Justificación económica

El turismo es un rubro muy importante hoy en día para el país, y gracias este plan de negocios la empresa cafetalera podrá reactivar su economía ya que tendrá una relación de la colectividad con la actividad turística

mejorando la oportunidad de desarrollo de la parroquia generando beneficios económicos por medio de la prestación de servicios turísticos.

3.3. Justificación social

Establecer vínculos con entidades públicas, privadas, ONGs, etc. Las cuales puedan invertir en este proyecto turístico para el desarrollo de la localidad y de esta manera implementar en la finca un turismo rural sostenible lo cual genere que la comunidad se beneficie de la actividad turística y de esta manera reactivar la economía de la parroquia.

Gracias a la actividad turística se va a generar fuentes de trabajo lo cual va a solucionar de alguna manera los problemas sociales en el sector y motivar el buen vivir en la colectividad.

3.4. Justificación ambiental

Hacer uso de los recursos naturales de una forma sostenible evitando impactos ambientales, valorando cada uno de los espacios naturales siendo tomados en cuenta como formas de aprovechamiento para el beneficio en realizar actividades eco turísticas que aporten de alguna manera a la protección, conservación del ambiente así como también un buen manejo de la flora y fauna que posee la parroquia.

4.- Objetivos

4.1. Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para productos turísticos en la finca cafetalera “León Toledo” Perteneciente a la Parroquia San Pedro de Vilcabamba, Cantón Loja.

4.2. Objetivos específicos

4.2.1. Realizar un diagnóstico situacional turístico en la finca cafetalera “León Toledo” perteneciente a la parroquia San Pedro de Vilcabamba, Cantón Loja.

4.2.2 Realizar la propuesta de plan de negocios para productos turísticos en la finca cafetalera “León – Toledo” perteneciente a la parroquia San Pedro de Vilcabamba, Cantón Loja.

4.2.3. Socialización del proyecto a los propietarios de la Finca Cafetalera “León Toledo” así como a las autoridades y la comunidad.

5. Marco teórico

5.1. Marco conceptual

5.1.1. Turismo

5.1.2. Tipos de Turismo

- Turismo Rural
- Ecoturismo
- Turismo Comunitario
- Agroturismo

5.1.3. Productos Turísticos

5.1.4. Recursos Turísticos

5.1.5. Estructura y funcionamiento del sistema turístico

5.1.6. Diagnostico

5.1.7. Plan de Negocios

5.1.8. Finca Cafetalera

5.1.9. Importancia del Plan de Negocios

5.1.10. Estructura del Plan de Negocios

- Resumen Ejecutivo
- Descripción del Negocio
- Estudio de Mercado
- Análisis del Mercado y de la Empresa
- Estudio Técnico
- Estudio Organizacional

- Estudio Financiero

5.1.11. Demanda

- Tipos de Demanda

5.1.12. Oferta

5.1.13. Marketing Turístico

5.1.14. Marketing Mix

5.1.15. Capacidad Instalada

5.1.16. Capacidad Utilizada

5.1.17. Análisis Foda

5.1.18. Matriz de Estrategias

5.1.19. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

5.1.20. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

5.1.21. Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa
(MARPP)

5.2. Marco referencial

5.2.1. Antecedentes de la Parroquia

5.2.2. Descripción la Finca “León Toledo”

5.2.3. Ubicación de la Finca

5.2.4. Macro y Micro Geo Referenciación

6. Metodología

Para cumplir con el presente estudio de investigación se utilizará una metodología técnica, participativa y de investigación con el propósito de generar resultados viables y de factibilidad para la implementación de productos turísticos por medio de un plan de negocios en la finca cafetalera.

6.1. Método inductivo

Es aquel método que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares.

Esto supone que, tras una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se logra postular una hipótesis que brinda una solución al problema planteado (Roberto Hernández Sampieri, 2006).

Este método se empleará para cumplir con el primer objetivo de diagnóstico.

6.2. Método deductivo

Es aquel que parte de verdades previamente establecidas como principio general para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez. La deducción o conclusión va de los principios generales ya conocidos a lo particular; recurriendo para ello a la aplicación, comprobación y demostración. (Roberto Hernández Sampieri, 2006)

Este método se empleará para cumplir con el primer objetivo de diagnóstico.

6.3. Método descriptivo

Se ocupa de la descripción de datos y características de una población. El objetivo es la adquisición de datos objetivos, precisos y sistemáticos que

pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos similares. (Roberto Hernández Sampieri, 2006)

El método descriptivo se utilizará para el desarrollo de todos los objetivos específicos expuestos en el proyecto de tesis.

6.4. Método histórico

Es un procedimiento de investigación y esclarecimiento de los fenómenos culturales que consiste en establecer la semejanza de dichos fenómenos, infiriendo una conclusión acerca de su parentesco genético, es decir, de su origen común. (Roberto Hernández Sampieri, 2006).

El método histórico se empleará para realizar el diagnóstico de la situación actual de la finca cafetalera “León – Toledo” (Roberto Hernández Sampieri, 2006)

6.5. Método Analítico.

Permitirá analizar los contenidos teóricos-prácticos en la formulación y evaluación de proyectos lo que determinara procesar adecuadamente la información obtenida en el trabajo de campo, y para arribar mediante la síntesis a las conclusiones y recomendaciones pertinentes. (Roberto Hernández Sampieri, 2006)

7. Técnicas

Las Técnicas a utilizar en el proceso de investigación son: la Encuesta, observación directa y la entrevista los mismos que permitirán una mejor recolección de información directa e indirectamente. En cuanto a las técnicas de investigación el objetivo principal es el de recabar, recopilar, conocer información útil para los fines del proceso investigativo. Entre ellos se utilizarán:

7.1. Observación Directa

La observación directa es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno tomar información y registrarla para su posterior análisis.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos (Valles, 2012).

7.2. La Entrevista

Esta es una técnica con la que se obtiene información a través del dialogo, en un encuentro formal y planteado entre una persona y otra. Para la realización del presente proyecto, se realizarán entrevistas al propietario de la finca, a sus trabajadores, administrador de la finca, etc (Valles, 2012).

7.3. Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador (Díaz, 2005)

Se realizará un tipo de encuesta para el desarrollo del proyecto, tomando en cuenta tres universos el primero se tomará de los datos estadísticos del INEC del último censo realizado en el año 2010. Así mismo se tomó los datos estadísticos de los Turistas nacionales como extranjeros que ingresaron al cantón Loja en el año 2015 y de la población económicamente activa de la parroquia San Pedro de Vilcabamba. Conociendo estos datos base se procede a realizar el cálculo de la población futura para el año 2016 aplicando la fórmula de la proyección de la población.

7.3.1: Formula de Proyección PEA ciudad de Loja

<p>$Pf = Pa(1 + r)^n$ Pf= Población Futura Pa=Población último censo (2010) r= Tasa de crecimiento n= Número de años que pasaron del último censo hasta la actualidad (2016-2010 = 6)</p>	<table border="1" style="background-color: #ADD8E6; width: 100%;"> <tr> <td>Pa=</td> <td style="text-align: right;">78.319</td> </tr> <tr> <td>r= 2.65%</td> <td style="text-align: right;">0.0265</td> </tr> <tr> <td>n= 2010+ 2016</td> <td style="text-align: right;">6</td> </tr> </table> <p> $Pf_{2016} = Pa_{2010}(1 + r)^6$ Pf = 78319(1 + 0.0265)⁶ Pf = 78319(1.1699) Pf = 78319(1.0265)⁶ Pf = 91626 </p>	Pa=	78.319	r= 2.65%	0.0265	n= 2010+ 2016	6
Pa=	78.319						
r= 2.65%	0.0265						
n= 2010+ 2016	6						

Fuente: Censo Inec (2010)
 Elaboración: La Autora.

7.3.2: Formula de Proyección Turistas que Ingresaron a la ciudad de Loja

<p>$Pf = Pa(1 + r)^n$ Pf= Población Futura Pa=Población entrada turistas (2015) r= Tasa de crecimiento n= Número de años que pasaron del último censo hasta la actualidad</p>	<table border="1" style="background-color: #ADD8E6; width: 100%;"> <tr> <td>Pa=</td> <td style="text-align: right;">2.899</td> </tr> <tr> <td>r= 0.50%</td> <td style="text-align: right;">0.005</td> </tr> <tr> <td>n= 2015+ 2016</td> <td style="text-align: right;">1</td> </tr> </table> <p> $Pf_{2016} = Pa_{2015}(1 + r)^1$ Pf = 2899(1 + 0.005)¹ Pf = 2899(1.005)¹ Pf = 2.913 Pf = 2899(1.005) </p>	Pa=	2.899	r= 0.50%	0.005	n= 2015+ 2016	1
Pa=	2.899						
r= 0.50%	0.005						
n= 2015+ 2016	1						

Fuente: Ministerio de Turismo
 Elaboración: La Autora.

7.3.3. Formula de Proyección PEA San Pedro de Vilcabamba

$Pf = Pa(1 + r)^n$ <p>Pf= Población Futura Pa=Población último censo (2010) r= Tasa de crecimiento n= Número de años que pasaron del último censo hasta la actualidad</p>	$r = 0.18\%$	0.0018
	$n = 2010 + 2016$	6

$Pf_{2016} = Pa_{2015}(1 + r)^6$ $Pf = 1245(1 + 0.0018)^6$ $Pf = 1245(1.0018)^6$ $Pf = 1245(1.010) \quad \mathbf{Pf = 1257}$
--

Fuente: Gad Parroquial San Pedro de Vilcabamba
 Elaboración: La Autora.

7.3.3 Desglose; Proyección ciudad de Loja (PEA), Turistas que entran a la ciudad de Loja, San Pedro de Vilcabamba (PEA)

Población	PF	%
PEA ciudad Loja =	91.626	95,65
Turistas ciud Loja =	2.913	3,049
San P. Vilcabamba =	1.257	1,311
PF TOTAL 95,796		100%

Fuente: Gad Municipal, Gad Parroquial, Mintur
 Elaboración: La Autora.

7.3.4. Obtención de la Muestra

Para cumplir con el número exacto de encuestas a aplicar, se tomó en cuenta la siguiente fórmula:

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

En donde:

n=Tamaño de la muestra

N= Población en estudio

P= Probabilidad de éxito (0,50%)

Q= Probabilidad de fracaso (0,50%)

Z= Nivel de confianza (1,96)

e= Error estándar (5%)

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (95.796)}{95.796 * (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50)(95.796)}$$

$$n = \frac{3.8416 * 23.949}{239.49 + 0.9604}$$

$$n = \frac{92.002,4784}{240.4504}$$

$$n = 382.62 = 383 \text{ encuestas}$$

Cuadro N°10: Población y muestra

DESCRIPCIÓN	Nro. de encuestas	%
PROYECCIÓN PEA CIUDAD DE LOJA	334	87.21
TURISTAS CIUDAD DE LOJA	25	6.52
TURISTAS SAN PEDRO DE VILCABAMBA	24	6.26
TOTAL	383	100

Fuente: Censo Inec (2010)
Elaboración: La Autora.

8.- Metodología Por Objetivos

- Para el cumplimiento del primer objetivo **Realizar un diagnóstico situacional turístico en la finca cafetalera “León Toledo” perteneciente la parroquia San Pedro de Vilcabamba, cantón Loja**; Para cumplir con este objetivo se utilizara se empleará el método Histórico que permitirá obtener información precisa del estado actual de la finca así como también el método inductivo y analítico que serán de gran ayuda en el desarrollo del presente objetivo, ya que permitirá realizar un análisis del entorno de la finca, con el fin de conocer la realidad de la misma. Además se aplicara la técnica de observación directa, la entrevista y la encuesta la cual se realizará en base del método descriptivo el mismo que describe datos y características de la población y el análisis FODA del sector con fuentes de información facilitadas por el GAD Municipal, esto nos ayudara a identificar los atractivos naturales potencialmente turísticos del sector y los problemas que aquejan.

Se recurrirá la Matriz de la autora Carla Ricaurte para el diagnóstico. Además, con el fin de jerarquizar los atractivos turísticos investigados, se utilizará la ficha de jerarquización de atractivos turísticos, del Ministerio de Turismo, la cual indica la jerarquización de la misma, indicando además la calidad del atractivo y su potencia.

- Para llevar a cabo el cumplimiento del segundo objetivo que es **“Proponer un Plan de Negocios Turístico para la Finca “León Toledo”**, para este objetivo se tomará en cuenta el método deductivo e inductivo, ya que con la información obtenida de las encuestas y de las entrevistas permitirá conocer las necesidades de la población, las cuales nos arrojarán información relevante y necesaria con el fin de realizar mejoras en el lugar, en este objetivo se pondrá en marcha la

estructura del plan de negocios, haciendo un sondeo de mercado el cual es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado se empleará el estudio administrativo el cual mostrará los elementos administrativos como la planeación estratégica, las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado; así como el estudio técnico en el cual se realizará un análisis del proceso de producción dentro de la finca y finalmente el estudio financiero el cual me ayudará a conocer los gastos y la inversión necesaria para el proyecto.

- Finalmente, para el cumplimiento del Tercer objetivo: **Socializar al Propuesta del Plan de Negocios con las autoridades** se aplicará el método deductivo que servirá para sintetizar y colectivizar la propuesta de plan de Negocios. Se empleará las técnicas MARRP la cual me servirá para socializar el proyecto, se promocionará y se le dará el compromiso de ejecución del mismo.

8. Presupuesto

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizarán los siguientes recursos:

8.1. Recursos Humanos

- La investigación estará a cargo de la aspirante a Ingeniera en Administración Turística: Srta. Claudia Neira Calderón

8.2. Recursos Materiales

- Materiales de escritorio
- Computadora portátil
- Cámara fotográfica
- Gastos de empastados
- Internet
- Alquiler de GPS
- Imprevistos

8.3. Recursos Institucionales

- Información proveniente de la finca Cafetalera “León – Toledo”
- Información del Consejo Provincial de Loja
- Presidente de la Junta Parroquial de San Pedro de Vilcabamba.

8.4. Financiamiento

El costo total del proyecto de la investigación será asumido en su totalidad con recursos económicos propios del tesista.

8.- PRESUPUESTO

RUBROS: INSUMOS/ MATERIALES	UNID	CANTIDAD	VALOR UNITARIO, en USD	VALOR TOTAL, en USD
MATERIALES DE ESCRITORIO	Global	1	150,00	150,00
CÁMARA FOTOGRÁFICA	UD	1	300,00	300,00
IMPRESIONES	Global	1	120,00	120,00
EMPASTADOS	Global	1	75,00	75,00
ALQUILER DE GPS	Días	2	100,00	200,00
INTERNET	Mes	5	25,00	125,00
TRANSPORTE	Mes	2	30,00	60,00
ALIMENTACIÓN	Mes	2	100,00	200,00
ALOJAMIENTO	Mes	2	75,00	150,00
SUBTOTAL				1380,00
IMPREVISTOS 5%				69,00
SUMA TOTAL				1449,00

Fuente: La Autora
Elaboración: La Autora.

BIBLIOGRAFÍA

Boullon, R. (2004). Definición de Actividad Turística. Trillas Editorial.

(2005). Cuadernos Metodológicos . En V. D. Rada, *Manual de Trabajo de Campo en la Encuesta* . Madrid .

(2012). Cuadernos Metodológicos . En M. S.Valles, *Entrevistas Cualitativas*. Madrid .

<http://muyuyacuecuador.jimdo.com/asociacion-agroartesanal-muyuyacu/>.

(Julio de 2013). Recuperado el 16 de Mayo de 2016, de <http://muyuyacuecuador.jimdo.com/asociacion-agroartesanal-muyuyacu/>:
<http://muyuyacuecuador.jimdo.com/asociacion-agroartesanal-muyuyacu/>

<http://www.rtve.es/temas/omt-organizacion-mundial-del-turismo/67991/>.

(13 de Noviembre de 2015). Recuperado el 12 de Mayo de 2016, de <http://www.rtve.es/temas/omt-organizacion-mundial-del-turismo/67991/>:
<http://www.rtve.es/temas/omt-organizacion-mundial-del-turismo/67991/>

(2012). Información Turística de Loja . En I. M. Loja, *Información Turística de Loja* . Loja .

Ministerio de Turismo . (Enero de 2014). <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Programa-Nacional-para-la-Excelencia-Turistica1.pdf>. Recuperado el 15 de Mayo de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Programa-Nacional-para-la-Excelencia-Turistica1.pdf>:
<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/Documento-Programa-Nacional-para-la-Excelencia-Turistica1.pdf>

Mintur. (2002). En Mintur, *Principales Indicadores Turísticos* . Quito - Ecuador .

MINTUR. (2014). <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>. Recuperado el 13 de Mayo de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>

Parroquial, G. (2012). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. En *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba*. Loja - Ecuador.

Plan de Desarrollo Parroquial Y Ordenamiento Territorial del Cantón Loja. (2012).

(2012). Planificación Integral del Turismo . En S. Molina. Quito : Trillas .

Roberto Hernández Sampieri, C. F. (2006). Metodología de la Investigación. Mexico D.F: Iztapalapa, Mexico D.F.

Oxinalde, M. d. (2010). Ecoturismo . En *Ecoturismo - Nuevas formas de turismo en el Ecuador*.

11.2 Entrevistas :

ENTREVISTA 1

Entrevista dirigida a la Ing. Mónica Ximena León Toledo Administradora de la Finca Cafetalera “León Toledo”

1. ¿Cómo califica el nivel de desarrollo turístico de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba?

Yo creo que el desarrollo turístico tanto de nuestra parroquia como de las aledañas durante los últimos años han ido posesionándose turísticamente, somos considerados como el “Valle de la longevidad” debido a nuestras aguas y la vida tranquila que se lleva en la zona es muy atractivo para los turistas venir a relajarse en un entorno tan maravilloso como el nuestro, además de esto se cuenta con los servicios adecuados para poder atender al turista.

2. ¿Existe apoyo por parte del GAD parroquial en cuanto al turismo?

La Parroquia de San Pedro de Vilcabamba, es parte de un pequeño territorio, cuenta con numerosos atractivos naturales como culturales, pero pienso que hace falta de apoyo por medio del Gad parroquial ya que no hay mucha promoción ni infraestructura turística para la parroquia, se deberían de gestionar proyectos turísticos para el futuro y sacar adelante la parroquia de esta manera se beneficien los habitantes de la misma.

3. ¿Cómo surge la Finca Cafetalera “León Toledo”?

La Empresa surge de una era familiar sobre el manejo del café, Don Edilberto dueño de la finca y de la empresa nos cuenta que fue el impulsador en su Familia, empezó con el café en grano, y continuó impulsando su posicionándolo en el mercado local, nacional e internacional y gracias a su esfuerzo, trabajo y dedicación, su negocio es uno de los emprendedores de la zona. El café por sus estándares de calidad ha ido incrementando su demandad día a día.

4. ¿Cuál es la Misión y la Visión empresarial de la finca cafetalera “León Toledo”?

Nuestra política es siempre trabajar para el mejoramiento continuo del café de altura y de su comercialización

MISION

Ser líder en la comercialización de café con la participación activa de caficultores, reactivando la economía y mejorando la calidad de vida de nuestros productores para brindar a nuestros clientes el sabor y aroma del café del valle de la longevidad de Vilcabamba

VISION

Consolidarse como una de las grandes empresas a nivel local, nacional e internacional de exportación directa de café, con altos estándares de calidad y responsabilidad social local tanto para nuestros productores y consumidores

5. ¿En cuanto a fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la Finca Cafetalera “¿León – Toledo”, cuáles serían?

Ya llevamos algunos años en el mercado y actualmente ya tenemos marca registrada y estamos exportando nuestro café a nivel local, nacional e internacional.

Entre las Fortalezas que tiene la Finca:

- Es un negocio familiar la cual funciona hace 40 años
- Trato amable y cortés
- Fácil acceso
- Posee maquinaria de punta para el procesamiento del café
- Posee marca y registro sanitario
- Buena imagen en el mercado de la provincia
- Buen ambiente de trabajo
- Mantener un precio estable para los clientes

- Disponibilidad de tierras propias en la siembra de café
- Alianzas comerciales en varios lugares para la venta del café
- Tener proveedores estables
- Poder brindar ayuda a los caficultores de la zona
- Estructura adecuada para el funcionamiento del café

Oportunidades de la Finca

- Captar nuevos clientes
- Fidelidad de los clientes por ofrecer calidad, cantidad y precio
- Café como sustituto de otros productos de consumo como el té
- Área con condiciones agroecológicas y geográficas aptas para producir café de calidad que el Presidente actual está poniendo interés
- Entrar en el mercado internacional
- Diversificar en el mercado nuevos productos
- Desarrollo tecnológico
- Cumplimos con las especificaciones ambientales que pide el Gobierno

Debilidades:

- Escasa promoción y publicidad de sus servicios

Amenazas:

- Incremento de la competencia

Pérdida de clientes

- Nuevas políticas de gobierno en el sistema financiero
- Inestabilidad económica del país.

6. ¿Según su criterio la finca cafetalera cuenta con las debidas instalaciones para realizar turismo dentro de ella?

Actualmente la finca cuenta con una infraestructura para el procesamiento del café, dentro de la piladora hay áreas de secado, áreas de pilado, bodegas y almacenamiento del café, incluso asistencia técnica, creo que contamos con instalaciones aptas para desarrollar el turismo dentro de la

piladora tenemos una casa que necesitaría restauración, pero podría ser útil para servicio de hospedaje, así como adecuaciones que se le harían a la finca. Además, que nos beneficia que la piladora se encuentra en un punto estratégico, hay una buena red vial

7. ¿La finca Cafetalera cuenta con servicios básicos necesarios para brindar atención al turista?

La finca cuenta con todos los servicios básicos disponibles para poder brindar una buena atención, tenemos agua, luz, teléfono, internet.

8. ¿Cuáles cree Ud. que son las necesidades en el aspecto del turismo dentro de la Finca?

La finca cuenta con una piladora con gran espacio para incrementar servicios para el turismo, además que contamos con una casa que podría ser restaurada y una ruta que nos llevan a las huertas de café, así que creo que si cumple con las necesidades para involucrar al turismo en nuestra finca.

9. ¿Según su criterio cual es la mejor forma de promocionar y difundir la finca a nivel local, regional y nacional?

Pienso que vivimos en un mundo globalizado en donde el Internet es el medio más competente para informar de forma en que se vean resultados rápidos y concretos, se podría crear una página web sobre la piladora “León – Toledo” en donde se podrían publicar videos, reportajes, fotos etc, además de información cualificada para que el turista ya sea nacional o extranjero pueda realizar sus reservas online y ver los servicios y actividades turísticas que ofrecemos, esa sería una forma de promocionar y difundir nuestros productos. También se puede publicitar por medio de folletería como los trípticos.

10. ¿Cuenta con algún presupuesto para emprender proyectos dentro de su finca?

El Gerente de la piladora León – Toledo, buscará en su capital, el respectivo presupuesto general la partida económica de inversión, la cual permita dotar a la Piladora con los recursos suficientes para emprender proyectos turísticos, así mismo espera ayuda de la empresa privada para el cumplimiento de los objetivos que se plantearan para implementar la actividad turística dentro de la misma.

11. ¿Cuál es la época más alta en la que se recibe mayor afluencia de turistas en la parroquia?

Generalmente cuando hay feriados como los de Navidad, Carnaval, Fin de Año es donde hay mayor afluencia también durante las fiestas de parroquialización suelen haber turistas nacionales

12. ¿Para finalizar ¿Cree Ud que la propuesta de un plan de negocios dentro de su finca es un aporte importante para fomentar el turismo de la parroquia?

Es muy factible realizar un plan de negocios ayudaría a planificar el involucramiento de nosotros como administradores de nuestra finca familiar a la actividad turística y por ende mejorar los ingresos económicos no solo de nosotros sino de la población de la parroquia la cual se beneficiaría en trabajar en este nuevo proyecto.

ENTREVISTA 2

Entrevista dirigida al Sr. Huber Ontaneda León – Barista especializado en la finca cafetalera “León Toledo”

1 ¿Cómo califica el nivel de desarrollo turístico de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba?

El desarrollo turístico de la parroquia es bajo sin embargo ya se están captando turistas para esta zona debido a los atractivos naturales y al clima.

1. ¿Existe apoyo por parte del GAD parroquial en cuanto al turismo?

Pienso que no solo hace falta apoyo de nuestro Gad sino también de entidades públicas y privadas que gestionen y nos den oídos a los proyectos turísticos que venimos encaminándolos con recursos propios con los cuales se puedan beneficiar los habitantes de nuestra querida parroquia.

2. ¿Cómo surge la Finca Cafetalera “León Toledo”?

Lo nuestro es una pequeña empresa familiar en la cual todos colaboramos al servicio a la comunidad produciendo y comercializando café de altura, es una tradición que seguiremos de generación y generación con nuevos proyectos vinculados a la actividad turística.

3. ¿Cuál es la proyección a futuro para la finca Cafetalera “León Toledo”?

La idea es crear un ambiente acogedor brindándoles todas las comodidades en la finca, así como el lugar en donde se procesa el café para poder mostrarlo a los turistas. Realizar actividades del campo como cosechar café, despulpado, tostado etc. Y que puedan probar platillos tradicionales de la parroquia, así como degustar el café de altura, proporcionales actividades extras para cubrir con la demanda.

4. ¿En cuanto a fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la Finca Cafetalera “¿León – Toledo”, cuáles serían?

Ya llevamos algunos años en el mercado y actualmente ya tenemos marca registrada y estamos exportando nuestro café a nivel local, nacional e internacional. Una de las grandes debilidades sería la falta de promoción de la finca, oportunidades de poder expandir nuestro negocio involucrándonos en la actividad turística.

5. ¿Según su criterio la finca cafetalera cuenta con las debidas instalaciones para realizar turismo dentro de ella?

Actualmente la finca cuenta con una infraestructura para el procesamiento del café, dentro de la piladora hay áreas de secado, áreas de pilado, bodegas y almacenamiento del café, contamos con una casa que necesitaría restauración, podría ser útil para servicio de hospedaje, así como adecuaciones que se le harían a la finca. Con áreas verdes, zonas recreativas, piscina, restaurante etc, los cuales iremos tomando en cuenta con el futuro.

6. ¿La finca Cafetalera cuenta con servicios básicos necesarios para brindar atención al turista?

La finca cuenta con todos los servicios básicos disponibles para poder brindar una buena atención, tenemos agua, luz, teléfono, internet.

7. ¿Cuáles cree Ud. que son las necesidades en el aspecto del turismo dentro de la Finca?

La finca cuenta con gran espacio físico para implementar servicios para el turismo (restaurante, áreas verdes, casa- hospedaje), se podría mejorar las caminerías para posteriormente crear una ruta que nos lleven a la huerta de café, se podrían utilizar los recursos que tiene la finca para realizar señalización para que el turista pueda visualizar las especies de café que tenemos, esas serían las necesidades más puntuales.

8. ¿Según su criterio cual es la mejor forma de promocionar y difundir la finca a nivel local, regional y nacional?

Pienso que vivimos en un mundo globalizado en donde el Internet es el medio más competente para informar de forma en que se vean resultados rápidos y concretos, se podría crear una página web sobre finca “León Toledo” en donde se podrían publicar videos, reportajes, fotos etc, además de información cualificada para que el turista ya sea nacional o extranjero pueda realizar sus reservas online y ver los servicios y actividades turísticas que ofrecemos, esa sería una forma de promocionar y difundir nuestros productos.

9. ¿Cuenta con algún presupuesto para emprender proyectos dentro de su finca?

Primeramente, debemos de partir de un presupuesto general para saber cuál vendría a ser la inversión, la cual permita dotar a la finca con los recursos suficientes para emprender proyectos turísticos, así mismo se espera ayuda de la empresa privada.

10. ¿Cuál es la época más alta en la que se recibe mayor afluencia de turistas en la parroquia?

Generalmente cuando hay feriados como los de Navidad, Carnaval, Fin de Año es donde hay mayor afluencia también durante las fiestas de parroquialización suelen haber turistas nacionales

11. ¿Para finalizar ¿Cree Ud que la propuesta de un plan de negocios dentro de su finca es un aporte importante para fomentar el turismo de la parroquia?

Totalmente nos beneficiaría un plan de negocios como arranque para la toma de decisiones en emprender un proyecto enfocado al turismo además de necesitar el asesoramiento de profesionales en el ámbito turístico de esta forma se le dará empleo a habitantes de nuestra parroquia favoreciéndonos todos con esta actividad.

ENTREVISTA 3

DIRIGIDA AL SR. LIDIO FERNÁNDEZ DUEÑO DE LA FINCA “FERNÁNDEZ” UBICADA EN LA PARROQUIA MALACATOS DEL CANTÓN LOJA

1. ¿Cómo nace la idea de este emprendimiento familiar?

La propiedad la compré en el año 2002, era un área cubierta de faiques no había ninguna clase de sembríos, en donde empecé arreglando el terreno para seguidamente cultivar algunas legumbres, en el año 2005 la construcción de la vivienda y ahí es donde arranco con el sembrío de frutales y del café propiamente diversificando el producto.

2. ¿Cuentan con algún servicio o actividad enfocada con el turismo?

La finca se está insertando en esta actividad ya es una oportunidad para dar a conocer nuestro café, contamos con instalaciones adecuadas para los turistas además de la utilización del trapiche artesanal, catación de café.

3. ¿Considera Ud que su finca cumple con los requerimientos necesarios para inmiscuirse en la actividad turística??

Pienso que el turismo en la región sur del Ecuador se encuentra creciendo, los turistas se interesan por conocer las tradiciones propias del lugar y que mejor que venir a conocer la finca siendo de este modo un factor positivo que la parroquia se dé a conocer por la producción de café de altura que cosechamos y que se beneficia el turismo de la zona.

4. ¿Su finca ha recibido grupos de personas, estos son de tipo comercial o con fines turísticos??

Actualmente gracias a los proyectos vinculados con la Prefectura de la ciudad de Loja hemos podido ponernos a las ordenes con la comunidad en general y si estamos iniciando a recibir turistas esporádicamente comenzando con 1 a 2 personas mensuales que se interesan en la producción de café, pero poco a poco iremos generando más servicios para satisfacer las necesidades de los futuros visitantes.

11.3 Encuesta



Estimado Señor (a):

Con motivo de realizar un estudio para efectuar un Plan de Negocios de productos turísticos en la finca cafetalera "León Toledo", en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, cantón Loja, solicito a usted de la manera más comedida se digne a responder las siguientes preguntas, ya que dicha información será utilizada con fines

Indicaciones:

Lea detenidamente cada una de las siguientes preguntas y marque con una (X) su respuesta

Datos Generales:

1. Edad	a. 18 - 25 ()	b. 26 - 33 ()
	d. 42 - 49 ()	e. 50 - 57 ()

2. Genero	M ()	3. NACIONAL	Ecuadoriano/a ()	4. Actividad Económica
	F ()		Extranjero/a ()	

6. Cuanto Percibe Mensualmente	a. 366 -566
	b. 567 -767
	c. 768 - 968
	d. 969 - 1169
	e. 1170 - 1370

7. ¿Cuánto es su gasto promedio y por persona en el destino turístico?	a. Menos de \$50
	b. \$51 a \$100
	c. \$101 a \$200
	d. 201 en adelante

8. ¿Conoce Ud. los atractivos turísticos, servicios y productos turísticos de la Parroquia San Pedro de Vilcabamba?	a. Si
	b. No

9. ¿Ha visitado alguna vez fincas cafetaleras dedicadas al turismo?	a. Si
	b. No

10. ¿Le gustaría que las fincas cafetaleras ofrezcan servicios turísticos?	a. Si
	d. No

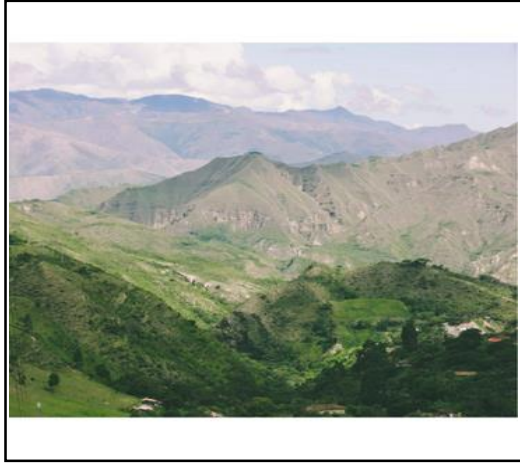
11. ¿Si Ud. visita la parroquia San Pedro de Vilcabamba le gustaría conocer una finca cafetalera que brinde servicios turísticos?	a. Si
	b. No

12. ¿Cómo le gustaría que sea la finca cafetalera turística?	a. Rustica
	b. Ecológica
	c. Tradicional/Familiar

13. ¿Cuál sería la frecuencia con la que visitaría la finca. Elija una Opción	a. Anual
	b. Semestral
	c. Trimestral
	d. Mensual
	d. Semanal

14. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la finca?	A. 1 - 2 días	()
	B. 3 -4 días	()
	C. 4 días en adelante	()
15. Al momento de visitar la finca. ¿En compañía de quién lo haría ?	A. Familiares	()
	B. Amigos	()
	C. Solo	()
16. ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar en la finca? Elija una Opción	A. Caminatas	()
	B. Recolección de frutos	()
	C. Siembra, recolección y proceso del café	()
	D. Show de Barismo	()
	E. Tour por la procesadora de café	()
E		
17. ¿Qué tipo de servicio turístico desearía recibir al momento de visitar la finca?	a. Guia Turístico	()
	b. Alimentación	()
	c. Hospedaje	()
	d. Activades de Recreación	()
	e. Spa	()
13. Al momento de visitar la finca "León Toledo" ¿Cuáles serían los factores que tomaría en cuenta?	a. Clima	()
	b. Ubicacion	()
	c. Vias de Acceso	()
	d. Precio	()
	e. Calidad de café	()
19. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre la finca cafetalera	a. Internet	()
	b. Radio	()
	c. Televisión	()
	d. Prensa Escrita	()
	e. Directamente	()
20. ¿Cómo le gustaría que se promocione la finca cafetalera?	a. Bolsos	()
	b. Camisetas	()
	c. Video Publicitario	()
	d. Llaveros	()
	e. Esferograficos	()

11.4 Memoria Fotográfica de la Finca “León Toledo”



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.

11.5 Socialización
11.5.1 Oficio



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA

Loja, 02 de diciembre del 2016

Ingeniera
Genny Campoverde
COORDINADORA DE TURISMO DE LA PREFECTURA DE LOJA
Ciudad.-

De mis consideraciones:

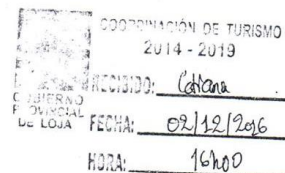
Por medio de la presente reciba un cordial saludo y a la vez los mejores deseos en su función como coordinadora de Turismo de la Prefectura de Loja.

Yo, **Claudia del Cisne Neira Calderón**, con C.I. # **1104732456**, egresada de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, comunico a su autoridad, que una vez realizada la investigación y propuesta del **"PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURISTICOS EN LA FINCA CAFETALERA "LEÓN TOLEDO" PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA, CANTÓN LOJA**, me cumple comunicar, y a la vez en invitar, a su persona como al personal de la coordinación de turismo a la socialización de la investigación, a fin de dar cumplimiento a los objetivos propuestos de las misma.

Con estos antecedentes me permito en solicitar muy comedidamente se autorice a quien correspondan se me concedan las facilidades del caso para cumplir con la socialización de los resultados obtenidos y así efectivizar los productos de la investigación a favor de la finca cafetalera Leon y coordinación de Turismo de la Prefectura de Loja.

Por la favorable acogida a la presente, le anticipo mis debidos agradecimientos.


Claudia Neira Calderón
Ci # 1104732456



Miércoles.
2016-12-06
16h00.

11.5.2 Certificado de Socialización



ING. GENNY CAMPOVERDE VIVANCO

COORDINADORA DE TURISMO DE LA PREFECTURA DE LOJA

CERTIFICA:

Que, la Srta. Claudia del Cisne Neira Calderón, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 1104732456, Egresada de la Carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, realizó la socialización del proyecto de tesis titulado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA LEÓN TOLEDO PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA, CANTÓN LOJA”**, en las instalaciones de la Coordinación de Turismo, el día miércoles 7 de diciembre del 2016 a las 16h00.

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

ING. GENNY CAMPOVERDE
C.I: 1103845044
COORDINADORA DE TURISMO
DE LA PREFECTURA DE LOJA



Loja, 08 de Diciembre del 2016

11.6 Invitaciones:



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

INGENIERA
MELVA DE JESÚS JARAMILLO HIDALGO
DIRECTORA DE TESIS

Claudia del Cisne Neira Calderón estudiante de la Universidad Nacional de Loja

Tiene el agrado de invitar a Ud. a la socialización del proyecto de Investigación con el tema **PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA "LEÓN TOLEDO" PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA, CANTÓN LOJA**, la cual se llevará a efecto el día **Miércoles de 12 de diciembre del 2016 a las 16h00 pm**, en la oficina de la Coordinación de turismo de la Prefectura de Loja.

Por la favorable acogida, agradezco su participación



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

INGENIERA
GENNY CAMPOVERDE
COORDINADORA DE TURISMO DEL GOBIERNO PROVINCIAL DE LOJA

Claudia del Cisne Neira Calderón estudiante de la Universidad Nacional de Loja

Tiene el agrado de invitar a Ud. a la socialización del proyecto de Investigación con el tema **PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA "LEÓN TOLEDO" PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA, CANTÓN LOJA**, la cual se llevará a efecto el día **Miércoles de 12 de diciembre del 2016 a las 16h00 pm**, en la oficina de la Coordinación de turismo de la Prefectura de Loja.

Por la favorable acogida, agradezco su participación



11.7 Fotos de la socialización del proyecto:



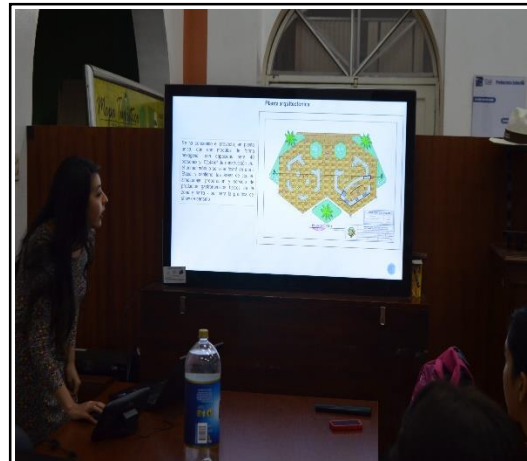
Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.






Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.



Fuente: Observación directa.
Elaboración: Claudia Neira C.

11.8 Fichas de inventario turístico

 MINISTERIO DE TURISMO FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS 	
1. DATOS GENERALES. ENCUESTADOR: Claudia Neira Calderón FICHA N°: 1 SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo FECHA: 23/06/2016 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Iglesia Parroquial San Pedro de la Puerta del Cielo PROPIETARIO: Diócesis de Loja CATEGORÍA: Manifestación Cultural TIPO: Históricas SUBTIPO: Arquitectura Religiosa	
2. UBICACIÓN PROVINCIA: Loja CANTÓN: Loja LOCALIDAD: SPV CALLE: Centro Parroquial NÚMERO: S/N TRANSVERSAL: - LATITUD: 4°12'56.96S LONGITUD: 79°15'22.00W	
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba DISTANCIA: 7 Km NOMBRE DEL POBLADO: Loja DISTANCIA: 33 Km	
CALIDAD	5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA: (m.s.n.m.): 1470 msnm TEMPERATURA: 20 °C PRECIPITACIÓN: 669.5mm
	Características.- <p>La Iglesia parroquial San Pedro de la Puerta del Cielo se encuentra a una altura de 1610 m.s.n.m. y a una temperatura de 19,5°C, es de estilo colonial, fue construida por sus moradores y por dos indígenas tapialeros de Loja en el año de 1906, fue hecha de madera, el Sr. Julio Gonzáles fue el carpintero que armó la iglesia, la misma que fue reconstruida en el año de 1966 terminando en el año de 1971 quedando sus paredes de tapia y su techo de guadua y teja, en su parte alta se ubica el campanario que consta de tres campanas, la iglesia está compuesta por tres naves en la principal está el altar mayor donde se encuentra la envoltura de la imagen de San Pedro de Vilcabamba y del Señor de la Agonía, en las ventanas se encuentran imágenes de la Virgen del Cisne, San Francisco de Asís, San Roque. Frente a la iglesia se encuentra el parque central que fue construido en el año de 1970.</p>
VALOR INTRÍNSECO	6. USOS (SIMBOLISMO). <p>Este atractivo posee un valor cultural e histórico muy relevante e interesante. Representa un lugar donde la población de San Pedro de Vilcabamba acude a este sitio como símbolo de su fe católica.</p>
	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO: <input type="checkbox"/> NO ALTERADO: <input type="checkbox"/> CONSERVADO: X DETERIORADO: <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> CAUSAS: Buen mantenimiento
	8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales) NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio del Ecuador:
VALOR EXTRÍNSECO	ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) <p>Eucaristías de festividades religiosas de la Parroquia de San Pedro de Vilcabamba.</p> <p>En la Plaza Central se realizan Ferias, Exposiciones y eventos artísticos.</p>
	9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO: <input type="checkbox"/> NO ALTERADO: <input type="checkbox"/> CONSERVADO: X DETERIORADO: <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/> CAUSAS: Se encuentra en buenas condiciones

APOYO	10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
			BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X	X				Días al año 365	
	Lastrado					Automóvil	X	X					
	Empedrado					4 x 4	X			X			
	Sendero					Tren							
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Lunes- Domingo	
						Bote							
	Fluvial					Canoa							
						Otros							
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: 09H00AM – 19H00PM	
						Avioneta							
						Helicóptero							
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N :													
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo.													
11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA. AGUA: POTABLE: X TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS: ENERGÍA ELÉCTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS: ALCANTARILLADO: RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:													
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS NOMBRE Capilla del Señor de la Caída Mirador Natural Chambalapo													
SIGNIFICADO	13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO LOCAL: x PROVINCIAL: x NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:												
	Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos:  Firma: SUPERVISOR EVALUADOR												

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Claudia Neira Calderón

FICHA Nº: 1

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Iglesia Parroquial San Pedro de la Puerta del Cielo

CATEGORÍA: Manifestación Cultural **TIPO:** Históricas **SUBTIPO:** Arquitectura Religiosa



APOYO	10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO													
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS						
			BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N		
	Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X	X					Días al año 365
		Lastrado					Automóvil	X	X					
		Empedrado					4 x 4	X						
		Sendero					Tren							
	Acuático	Marítimo					Barco							Días al mes
							Bote							
		Fluvial					Canoa							
						Otros								
Aéreo						Avión						Horas al día		
						Avioneta							Culturales: las 24 hora	
						Helicóptero								
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N :														
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS														
Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo. La urna el Señor de la Caída se encuentra en la vía principal Loja Vilcabamba.														
11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.														
AGUA:														
POTABLE: X TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:														
ENERGÍA ELÉCTRICA:														
SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:														
ALCANTARILLADO:														
RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:														
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS														
NOMBRE						DISTANCIA								
Iglesia del Parque Central de Vilcabamba						200 metros								
Mirador Tucu-tucu						3 Kilómetros								
SIGNIFICAADO	13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO													
	LOCAL: x PROVINCIAL: NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:													
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos:														
Firma: SUPERVISOR EVALUADOR														

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Claudia Neira Calderón

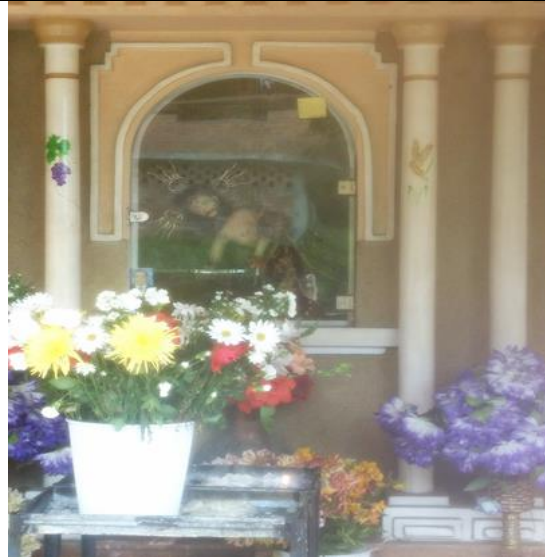
FICHA Nº: 2

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo

FECHA:

23/06/2016 **NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Capilla del Señor de la Caída

CATEGORÍA: Manifestación Cultural **TIPO:** Históricas **SUBTIPO:** Arquitectura Religiosa

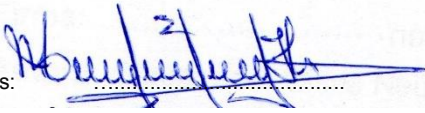




FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES.	
ENCUESTADOR: Claudia Neira Calderón	FICHA N°: 3
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo	FECHA: 23/06/2016
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Río Uchima	PROPIETARIO: Diócesis de Vilcabamba
CATEGORÍA: Sitios Naturales	TIPO: Paisaje
	SUBTIPO: Riberas
2. UBICACIÓN	
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Loja
CALLE: -	NÚMERO: S/N
LATITUD: 4°12'56.96S	LONGITUD: 79°15'22.00W
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: Malacatos	DISTANCIA: 7.8 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba	DISTANCIA: 2.8 Km
CALIDAD	5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
	ALTURA: (m.s.n.m.): 1569 msnm TEMPERATURA: 22 °C
	Características.- El Río Uchima se encuentra en el Barrio Sacapo a 2km del barrio central a una altura de 1569 m.s.n.m. temperatura promedio 22 °C El Río Uchima tiene dos afluentes que lo forman las lagunas de banderilla y Colanuma, luego el río se une con el Chamba de Vilcabamba y forman el Piscobamba y luego forman el Chira que desemboca en el Perú. Este río es considerado como el único en la provincia de Loja que posee sus aguas limpias y cristalinas, cabe destacar que en sus estribaciones conserva la belleza natural de su vegetación que sirve de albergue de la biodiversidad, en su recorrido encontramos lugares muy acogedores que atraen a los turistas, especialmente los fines de semana debido a que posee aguas muy saludables y proporcionan energías positivas a quienes se bañan en ellas, En este río se encuentran las truchas que fueron introducidas.
VALOR INTRINSECO	6. USOS (SIMBOLISMO).
	Es uno de los ríos que en la actualidad aun presenta aguas cristalinas beneficiosas y naturales para la salud.
	ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)
VALOR EXTRINSECO	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
	ALTERADO: X NO ALTERADO: CONSERVADO: DETERIORADO: EN PROCESO DE DETERIORO: CAUSAS: No se ha realizado remodelaciones por falta de recursos.
	8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)
VALOR EXTRINSECO	NOMBRE:
	Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio del Ecuador:
VALOR EXTRINSECO	9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO
	ALTERADO: CONSERVADO: X NO ALTERADO: EN PROCESO DE DETERIORO: DETERIORADO: CAUSAS: Buenas condiciones.

APOYO	10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO															
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO			
			BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N				
Terrestre	Asfaltado					Bus	X	X				Días al año 365				
	Lastrado	X				Automóvil	X	X								
	Empedrado					4 x 4	X									
	Sendero	X				Tren										
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Natural: Sabado-Domingo				
						Bote										
	Fluvial					Canoa										
						Otros										
Aéreo						Avión						Horas al día Natural : 08H00AM – 18H00PM				
						Avioneta										
						Helicóptero										
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N :																
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo.																
11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA. AGUA: POTABLE: TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS: X ENERGÍA ELÉCTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS: ALCANTARILLADO: RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:																
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center;">NOMBRE</td> <td style="text-align: center;">DISTANCIA</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Rio Sabanilla</td> <td style="text-align: center;">1 Km</td> </tr> </table>													NOMBRE	DISTANCIA	Rio Sabanilla	1 Km
NOMBRE	DISTANCIA															
Rio Sabanilla	1 Km															
SIGNIFICAADO	13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO															
	LOCAL: x PROVINCIAL: x NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:															
Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos: 																
Firma: SUPERVISOR EVALUADOR																

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Claudia Neira Calderón


FICHA Nº: 3

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Río Uchima **CATEGORÍA:** Sitios Naturales **TIPO:** Paisajes **SUBTIPO:** Riberas



APOYO	10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO															
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO			
			BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N				
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X	X				Días al año 365				
	Lastrado					Automóvil	X	X								
	Empedrado					4 x 4	X									
	Sendero					Tren										
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Lunes-Domingo				
						Bote										
	Fluvial					Canoa										
						Otros										
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: 8H00-12H00 Y 15H00-18H00				
						Avioneta										
						Helicóptero										
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N : RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo; es de fácil accesibilidad ya que se encuentra cerca del centro parroquial.																
11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA. AGUA: POTABLE: X TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS: ENERGÍA ELÉCTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS: ALCANTARILLADO: RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:																
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS <table style="width:100%; border:none;"> <thead> <tr> <th style="width:50%; text-align:center;">NOMBRE</th> <th style="width:50%; text-align:center;">DISTANCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>													NOMBRE	DISTANCIA		
NOMBRE	DISTANCIA															
SIGNIFICAADO	13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO LOCAL: x PROVINCIAL: NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:															
	Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos:  Firma: SUPERVISOR EVALUADOR															

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Claudia Neira Calderón

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Asociación Mujeres 23 de junio

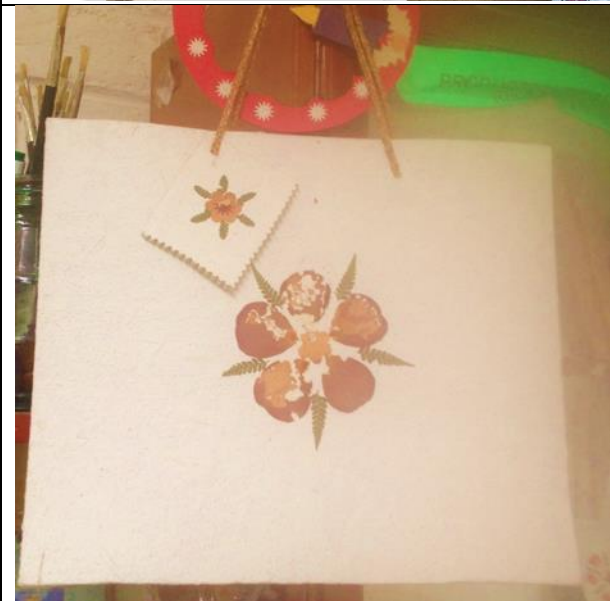
CATEGORÍA: Manifestación Cultural

TIPO: Etnográfica

FICHA N°: 4

FECHA: 23/06/2016

SUBTIPO: Artesanías

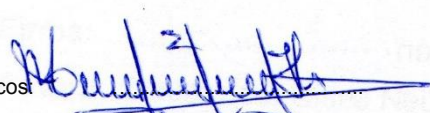




MINISTERIO DE TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES.	
ENCUESTADOR: Claudia Neira Calderón FICHA N°: 5	
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo FECHA: 23/06/2016	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Estoraques PROPIETARIO: SPV	
CATEGORÍA: Sitios Naturales TIPO: Fenómenos Geológicos SUBTIPO: Otros	
2. UBICACIÓN	
PROVINCIA: Loja CANTÓN: Loja LOCALIDAD: SPV	
CALLE: - NÚMERO: S/N TRANSVERSAL: - LATITUD: 4°12'56.96S	
LONGITUD: 79°15'22.00W	
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba DISTANCIA: 7 Km	
NOMBRE DEL POBLADO: Loja DISTANCIA: 33 Km	
CALIDAD	5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
	ALTURA: (m.s.n.m.): 1470 msnm TEMPERATURA: 20 °C
VALOR INTRÍNSECO	CARACTERÍSTICAS: Es propiedad de la comuna y privada del Sr. Marcelo Aguilera; también en el sector de Laguarango no existe un camino hasta los estoraques., en esta parroquia son conocidos con el nombre de pirámides pero su nombre real es "estoraque" y son formas geológicas que existen debido al viento, el agua y el transcurrir del tiempo, son considerados únicos tienen características de desierto y formaciones minerales como columnas, cuevas pedestales por la erosión acelerada.
	6. USOS (SIMBOLISMO).
	Pirámides más conocidas como estoraque son formas geológicas, tienen características y formaciones minerales.
VALOR EXTRÍNSECO	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
	ALTERADO: <input type="checkbox"/> NO ALTERADO: <input type="checkbox"/> CONSERVADO: X DETERIORADO: <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: CAUSAS: Buenas condiciones
	8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)
ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio del Ecuador:
Excursiones	9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO
	ALTERADO: <input type="checkbox"/> NO ALTERADO: <input type="checkbox"/> CONSERVADO: X DETERIORADO: <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO: CAUSAS: Buenas condiciones.

APOYO	10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO															
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO			
			BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N				
Terrestre	Asfaltado					Bus	X	X				Días al año 250				
	Lastrado					Automóvil										
	Empedrado					4 x 4										
	Sendero	X				Tren										
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Naturales: Lunes-Domingo				
						Bote										
	Fluvial					Canoa										
						Otros										
Aéreo						Avión						Horas al día Naturales: 08:H00 – 17H00				
						Avioneta										
						Helicóptero										
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N :																
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS Para acceder a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo.																
11. INFRAESTRUCTURA BASICA. AGUA: POTABLE: X TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS: X ENERGÍA ELÉCTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS: ALCANTARILLADO: RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:																
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center;">NOMBRE</td> <td style="text-align: center;">DISTANCIA</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Mandango de Vilcabamba</td> <td style="text-align: center;">2.8Km</td> </tr> </table>													NOMBRE	DISTANCIA	Mandango de Vilcabamba	2.8Km
NOMBRE	DISTANCIA															
Mandango de Vilcabamba	2.8Km															
SIGNIFICAADO	13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO LOCAL: x PROVINCIAL: x NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:															
	Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos  Firma: SUPERVISOR EVALUADOR															

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Claudia Neira Calderón

FICHA Nº: 5

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Estoraques

CATEGORÍA: Sitios Naturales **TIPO:** Fenómenos Geológicos **SUBTIPO:** Otros

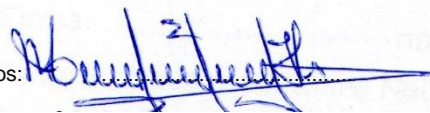




MINISTERIO DE TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES.	
ENCUESTADOR: Claudia Neira Calderón	
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Mirador Natural Chambalapo	
CATEGORÍA: Sitio natural	TIPO: Montañas
SUBTIPO: Colinas	
FICHA N°: 6	
FECHA: 23/06/2016	
PROPIETARIO: SPV	
2. UBICACIÓN	
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Loja
CALLE: -	NÚMERO: S/N TRANSVERSAL:
LATITUD: 4°12'56.96S	LONGITUD: 79°15'22.00W
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba	
DISTANCIA: 7 Km	
NOMBRE DEL POBLADO: San Pedro de Vilcabamba	
DISTANCIA: 5 Km	
CALIDAD	5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
	ALTURA: (m.s.n.m.): 1480 msnm
VALOR INTRÍNSECO	TEMPERATURA: 20 - 24 °C
	Características.- Se encuentra en el terrero del Señor Virgilio Lanche, desde este mirador tan maravilloso e incomparable se puede observar los valles de Malacatos, San Pedro de Vilcabamba y Vilcabamba, también los cerros y carretera desde donde se viene de Loja, Yangana, Quinara, Gonzanamá Catamayo y Calvas; el Bosque Protector "El Bosque" y algunas montañas del Parque Podocarpus.
	6. USOS (SIMBOLISMO).
VALOR EXTRÍNSECO	Posee un valor paisajístico propio del sector.
	ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)
	Caminatas y Fotografía.
VALOR EXTRÍNSECO	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO
	ALTERADO: X
VALOR EXTRÍNSECO	NO ALTERADO:
	CONSERVADO:
VALOR EXTRÍNSECO	DETERIORADO:
	EN PROCESO DE DETERIORO:
VALOR EXTRÍNSECO	CAUSAS: Falta de mantenimiento.
	8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)
VALOR EXTRÍNSECO	NOMBRE:
	FECHA DE DECLARACIÓN:
VALOR EXTRÍNSECO	CATEGORÍA:
	Patrimonio de la Humanidad:
VALOR EXTRÍNSECO	Patrimonio del Ecuador:
	9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO
VALOR EXTRÍNSECO	ALTERADO: X
	NO ALTERADO:
VALOR EXTRÍNSECO	CONSERVADO:
	DETERIORADO:
VALOR EXTRÍNSECO	EN PROCESO DE DETERIORO:
	CAUSAS: Falta de mantenimiento.

APOYO	10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO															
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO			
			BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N				
Terrestre	Asfaltado					Bus						Días al año 312				
	Lastrado	X				Automóvil	X									
	Empedrado					4 x 4	X			X						
	Sendero	X				Tren										
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Naturales: Martes - Domingo				
						Bote										
	Fluvial					Canoa										
						Otros	X									
Aéreo						Avión						Horas al día Naturales: 09H00AM – 17H00PM				
						Avioneta										
						Helicóptero										
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N : RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo.																
11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA. AGUA: POTABLE: TRATADA: ENTUBADA: X DE POZO: NO EXISTE: OTROS: ENERGÍA ELÉCTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS: ALCANTARILLADO: RED PÚBLICA: POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: X NO EXISTE: OTROS:																
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">NOMBRE</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">DISTANCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Mirador Tuco-Tuco</td> <td style="text-align: center;">3km</td> </tr> </tbody> </table>													NOMBRE	DISTANCIA	Mirador Tuco-Tuco	3km
NOMBRE	DISTANCIA															
Mirador Tuco-Tuco	3km															
SIGNIFICAADO	13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO LOCAL: PROVINCIAL: NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:															
	Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos:  Firma: SUPERVISOR EVALUADOR															

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Claudia Neira Calderón

FICHA N°: 6

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo

FECHA: 23/06/2016 **NOMBRE DEL**


ATRACTIVO: Mirador Natural Chambalapo

CATEGORÍA: Sitio natural

TIPO: Montañas

SUBTIPO: Colina



APOYO	10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO
			BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N	
Terrestre	Asfaltado	X				Bus						Días al año 312	
	Lastrado					Automóvil	X						
	Empedrado					4 x 4	X			X			
	Sendero					Tren							
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Martes - Domingo Naturales:	
						Bote							
	Fluvial					Canoa							
						Otros	X						
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: 09H00AM – 17H00PM Naturales:	
						Avioneta							
						Helicóptero							
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N :													
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS													
Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo.													
11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.													
AGUA:													
POTABLE: X TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:													
ENERGÍA ELÉCTRICA:													
SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:													
ALCANTARILLADO:													
RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:													
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS													
NOMBRE						DISTANCIA							
Parque central de Vilcabamba						1km							
SIGNIFICAADO	13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO												
	LOCAL: x PROVINCIAL: NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:												
<p>Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos: </p> <p>Firmá: SUPERVISOR EVALUADOR</p>													

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Claudia Neira Calderón

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo

ATRACTIVO: Trapiche Sr. Edgar Toledo


CATEGORÍA: Manifestación Cultural

TIPO: Enografía **SUBTIPO:** -

FICHA Nº: 7

FECHA: 23/06/2016 **NOMBRE DEL**



APOYO	10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO															
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO			
			BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N				
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X					Días al año 365				
	Lastrado					Automóvil	X									
	Empedrado					4 x 4										
	Sendero					Tren										
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Miercoles - Domingo Naturales:				
						Bote										
	Fluvial					Canoa										
						Otros										
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: 07H00AM – 17H00PM Naturales:				
						Avioneta										
						Helicóptero										
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N : RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo.																
11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA. AGUA: POTABLE: X TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS: ENERGÍA ELÉCTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS: ALCANTARILLADO: RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:																
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS <table style="width: 100%; border: none;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">NOMBRE</th> <th style="text-align: center;">DISTANCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Fiestas religiosas de Loja</td> <td style="text-align: center;">36.8Km</td> </tr> </tbody> </table>													NOMBRE	DISTANCIA	Fiestas religiosas de Loja	36.8Km
NOMBRE	DISTANCIA															
Fiestas religiosas de Loja	36.8Km															
SIGNIFICAAADO	13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO LOCAL: X PROVINCIAL: X NACIONAL: X INTERNACIONAL: OTROS:															
	Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos.  Firmá: SUPERVISOR EVALUADOR															

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Claudia Neira Calderón

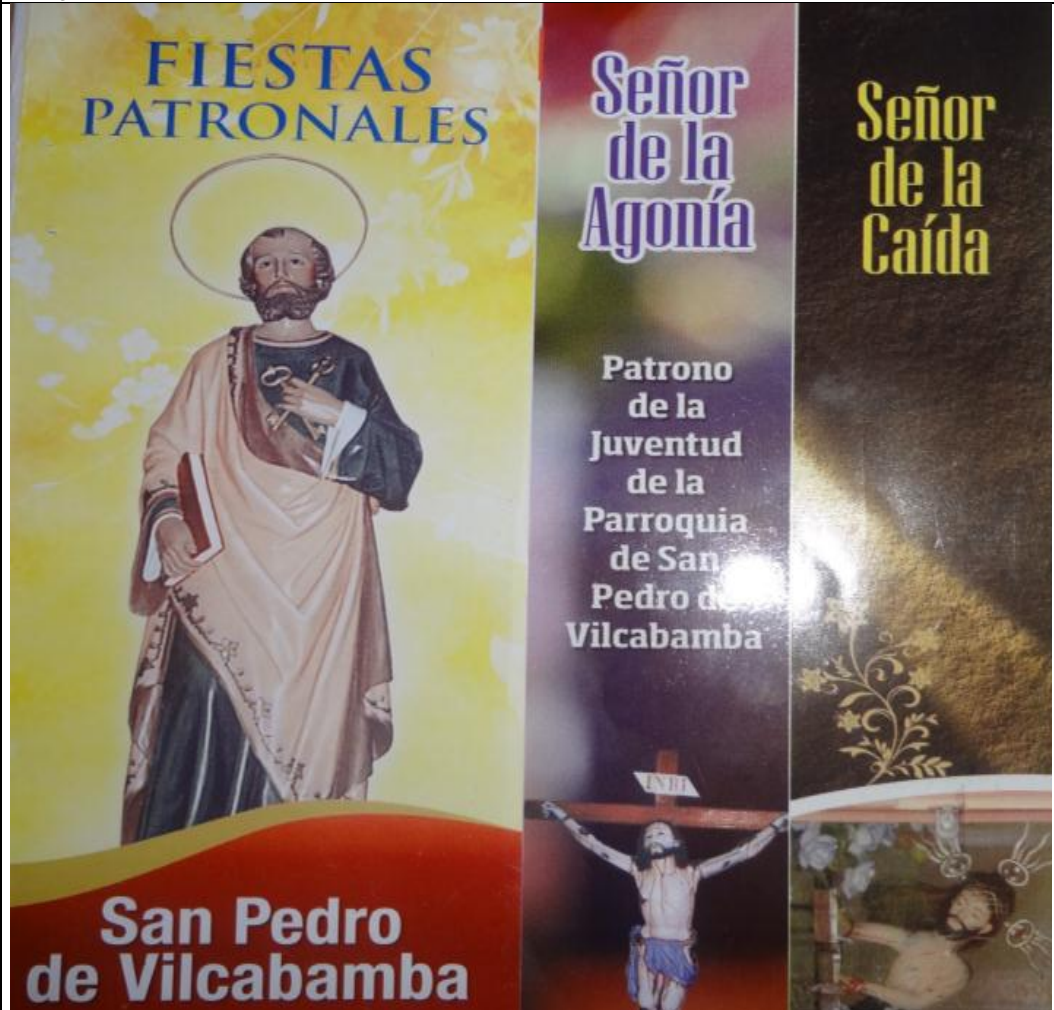
FICHA N°: 8

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiestas Religiosas de la parroquia de SPV

CATEGORÍA: Manifestación Cultural **TIPO:** Acontecimientos Programados **SUBTIPO:** Fiestas Religiosas.





MINISTERIO DE TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES.

ENCUESTADOR: Claudia Neira Calderón **FICHA N°:** 9
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo **FECHA:** 23/06/2016
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fábrica de Cerveza Artesanal "Sol de Venado" **PROPIETARIO:** -
CATEGORÍA: Manifestación Cultural **TIPO:** Realizaciones Técnicas y Científicas **SUBTIPO:** Explot. Industriales

2. UBICACIÓN

PROVINCIA: Loja **CANTÓN:** Loja **LOCALIDAD:** SPV
CALLE: - **NÚMERO:** S/N **TRANSVERSAL:** - **LATITUD:** 4°12'56.96S
LONGITUD: 79°15'22.00W

4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba **DISTANCIA:** 2.8 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Malacatos **DISTANCIA:** 7.8 Km

5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: (m.s.n.m.): 1480 msnm **TEMPERATURA:** 20 - 24 °C

Características.-

Esta idea nace hace unos 20 años aproximadamente pero es desde hace 2 años que se comienza con la construcción y adecuación de la fábrica, Proceso: Se realiza la adquisición de la cebada, se la hace germinar, luego se tuesta a determinados grados, se la muele, se agrega lúpulo y pasa a los calderos para el proceso de cocción, decantan, filtran y se trasladan a tanques de maceración hasta que se transforme en alcohol en cuartos refrigerados y luego de un tiempo se procede al envasado en diferentes presentaciones y está lista para la distribución. Actualmente cuentan con tres tipos de cerveza: negra, roja y rubia.

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

VALOR EXTRÍNSECO

6. USOS (SIMBOLISMO).

Los turistas pueden acceder a comidas tipo gourmet y probar las cervezas artesanales hechas en San Pedro de Vilcabamba.

ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)

Programar con el dueño para algún evento que se quiera realizar en este restaurante.

7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO


ALTERADO: NO ALTERADO:
CONSERVADO: x **DETERIORADO:**
EN PROCESO DE DETERIORO:

8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)

NOMBRE:
FECHA DE DECLARACIÓN:
CATEGORÍA:
 Patrimonio de la Humanidad:
 Patrimonio del Ecuador:

9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

ALTERADO: NO ALTERADO:
CONSERVADO: x **DETERIORADO:**
EN PROCESO DE DETERIORO:

APOYO	10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO															
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO			
			BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N				
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X					Días al año 330				
	Lastrado					Automóvil	X									
	Empedrado					4 x 4										
	Sendero					Tren										
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Miércoles - Domingo Naturales:				
						Bote										
	Fluvial					Canoa										
						Otros										
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: 011H00AM – 17H00PM Naturales:				
						Avioneta										
						Helicóptero										
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N : RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo.																
11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA. AGUA: POTABLE: X TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS: ENERGÍA ELÉCTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS: ALCANTARILLADO: RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:																
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center;">NOMBRE</td> <td style="text-align: center;">DISTANCIA</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Restaurante la Sazon</td> <td style="text-align: center;">2Km</td> </tr> </table>													NOMBRE	DISTANCIA	Restaurante la Sazon	2Km
NOMBRE	DISTANCIA															
Restaurante la Sazon	2Km															
SIGNIFICAAADO	13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO LOCAL: X PROVINCIAL: X NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:															
	Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos:  Firma: SUPERVISOR EVALUADOR															

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Claudia Neira Calderón

FICHA Nº: 9

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo

FECHA: 23/06/2016 **NOMBRE DEL**

ATRACTIVO: Fábrica de Cerveza Artesanal "Sol de Venado"

CATEGORÍA: Manifestación Cultural **TIPO:** Realizaciones Técnicas y Científicas **SUBTIPO:** Explot. Industriales





MINISTERIO DE TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES. ENCUESTADOR: Claudia Neira Calderón SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bizcochuelos CATEGORÍA: Manifestación Cultural		FICHA N°: 10 FECHA: 23/06/2016 PROPIETARIO: TIPO: Etnográfica SUBTIPO: Gastronomía
2. UBICACIÓN PROVINCIA: Loja CALLE: - LONGITUD:		CANTÓN: Loja LOCALIDAD: SPV NÚMERO: S/N TRANSVERSAL: - LATITUD:
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba NOMBRE DEL POBLADO: Malacatos		DISTANCIA: 2.8 Km DISTANCIA: 7.8 Km
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA: TEMPERATURA: Características.- Para la preparación de este delicioso postre se necesita de huevos, azúcar, chuno, jugo de naranja, esencia de vainilla. Preparación: Se bate por separado la clara y la yema de los huevos, posteriormente cuando esta preparación este en su punto se las mezcla y se les agrega el azúcar y se continua batiendo hasta que este disuelta el azúcar, luego sin dejar de batir se agrega el chuno lentamente, el jugo de naranja y la esencia de vainilla, cuando todos estos ingredientes estén bien mezclados se coloca en moldes y luego se lo lleva a hornear durante 10 minutos.
	VALOR EXTRÍNSECO	6. USOS (SIMBOLISMO). Postre típico de las zonas accesibles para toda la comunidad en general y turistas. ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)
		8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales) NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio del Ecuador:
		9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO: <input type="checkbox"/> NO ALTERADO: CONSERVADO: <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO: EN PROCESO DE DETERIORO: <input type="checkbox"/>

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Claudia Neira Calderón

FICHA Nº: 10

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bizcochuelos

CATEGORÍA: Manifestación Cultural **TIPO:** Etnográfica **SUBTIPO:** Gastronomía





MINISTERIO DE TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES.							
ENCUESTADOR: Claudia Neira Calderón	FICHA N°: 11						
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo	FECHA: 23/06/2016						
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Sopa de arveja con guineo	PROPIETARIO:						
CATEGORÍA: Manifestación Cultural	TIPO: Etnográfica						
	SUBTIPO: Gastronomía						
2. UBICACIÓN							
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Loja						
CALLE: -	NÚMERO: S/N TRANSVERSAL: -						
LONGITUD:	LATITUD:						
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO							
NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba	DISTANCIA: 2.8 Km						
NOMBRE DEL POBLADO: Malacatos	DISTANCIA: 7.8 Km						
CALIDAD	5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO						
	<table border="1"> <tr> <td>ALTURA:</td> <td>TEMPERATURA:</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Características. -</td> </tr> <tr> <td colspan="2"> <p>La sopa de arveja con guineo constituye un delicioso plato tradicional de la parroquia y de la provincia de Loja, se necesitan los siguientes ingredientes para su preparación: Guineo, arveja, sal, refrito, aliño, agua, culantro, quesoillo y el toque especial aguacate para la preparación, se cocina la arveja hasta que esta quede suave luego se le añade el guineo picado en cuadritos, se le agrega el refrito, aliño y se deja cocinar luego que todo este cocido, se coloca sal al gusto, culantro picado y el quesoillo como decoración el aguacate y a degustar.</p> </td> </tr> </table>	ALTURA:	TEMPERATURA:	Características. -		<p>La sopa de arveja con guineo constituye un delicioso plato tradicional de la parroquia y de la provincia de Loja, se necesitan los siguientes ingredientes para su preparación: Guineo, arveja, sal, refrito, aliño, agua, culantro, quesoillo y el toque especial aguacate para la preparación, se cocina la arveja hasta que esta quede suave luego se le añade el guineo picado en cuadritos, se le agrega el refrito, aliño y se deja cocinar luego que todo este cocido, se coloca sal al gusto, culantro picado y el quesoillo como decoración el aguacate y a degustar.</p>	
ALTURA:	TEMPERATURA:						
Características. -							
<p>La sopa de arveja con guineo constituye un delicioso plato tradicional de la parroquia y de la provincia de Loja, se necesitan los siguientes ingredientes para su preparación: Guineo, arveja, sal, refrito, aliño, agua, culantro, quesoillo y el toque especial aguacate para la preparación, se cocina la arveja hasta que esta quede suave luego se le añade el guineo picado en cuadritos, se le agrega el refrito, aliño y se deja cocinar luego que todo este cocido, se coloca sal al gusto, culantro picado y el quesoillo como decoración el aguacate y a degustar.</p>							
VALOR INTRÍNSECO	6. USOS (SIMBOLISMO).						
	<p>Comida típica de las zonas accesibles para toda la comunidad en general y turistas</p> <p>ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>						
	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO						
VALOR EXTRÍNSECO	<table border="1"> <tr> <td>ALTERADO:</td> <td>NO ALTERADO:</td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO:</td> <td>DETERIORADO:</td> </tr> <tr> <td colspan="2">EN PROCESO DE DETERIORO:</td> </tr> </table>	ALTERADO:	NO ALTERADO:	CONSERVADO:	DETERIORADO:	EN PROCESO DE DETERIORO:	
	ALTERADO:	NO ALTERADO:					
	CONSERVADO:	DETERIORADO:					
EN PROCESO DE DETERIORO:							
8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)							
<p>NOMBRE:</p> <p>FECHA DE DECLARACIÓN:</p> <p>CATEGORÍA:</p> <p>Patrimonio de la Humanidad:</p> <p>Patrimonio del Ecuador:</p>							
9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO							
<table border="1"> <tr> <td>ALTERADO:</td> <td>NO ALTERADO:</td> </tr> <tr> <td>CONSERVADO:</td> <td>DETERIORADO:</td> </tr> <tr> <td colspan="2">EN PROCESO DE DETERIORO:</td> </tr> </table>	ALTERADO:	NO ALTERADO:	CONSERVADO:	DETERIORADO:	EN PROCESO DE DETERIORO:		
ALTERADO:	NO ALTERADO:						
CONSERVADO:	DETERIORADO:						
EN PROCESO DE DETERIORO:							

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Claudia Neira Calderón

FICHA N°: 11

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Sopa de arveja con guineo

CATEGORÍA: Manifestación Cultural **TIPO:** Etnográfica **SUBTIPO:** Gastronomía





MINISTERIO DE TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES.		
ENCUESTADOR: Claudia Neira Calderón	FICHA N°: 12	
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo	FECHA: 23/06/2016	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Jugo de Caña	PROPIETARIO: -	
CATEGORÍA: Manifestación Cultural	TIPO: Etnográfica	
	SUBTIPO: Bebida Típica	
2. UBICACIÓN		
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Loja	
CALLE: -	LOCALIDAD: SPV	
LONGITUD:	NÚMERO: S/N TRANSVERSAL: -	
	LATITUD:	
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba	DISTANCIA: 2.8 Km	
NOMBRE DEL POBLADO: Malacatos	DISTANCIA: 7.8 Km	
CALIDAD	5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
	<table border="1"> <tr> <td>VALOR INTRÍNSECO</td> <td> ALTURA: TEMPERATURA: Características. - El Jugo de caña se constituye como una deliciosa bebida típica de la Parroquia, los ingredientes que se utilizan para su preparación son: Caña madura, naranja agria, los instrumentos: trapiche, cernidor, para su preparación, se corta la caña de 1 a 2 años de madura luego se lava, se la muele en el trapiche ya que se obtiene el jugo se lo ciere y se lo sirve agregándole jugo de naranja agria. El costo de cada vaso es de 0,50\$ y la jarra tiene un valor de 1,50\$ </td> </tr> </table>	VALOR INTRÍNSECO
VALOR INTRÍNSECO	ALTURA: TEMPERATURA: Características. - El Jugo de caña se constituye como una deliciosa bebida típica de la Parroquia, los ingredientes que se utilizan para su preparación son: Caña madura, naranja agria, los instrumentos: trapiche, cernidor, para su preparación, se corta la caña de 1 a 2 años de madura luego se lava, se la muele en el trapiche ya que se obtiene el jugo se lo ciere y se lo sirve agregándole jugo de naranja agria. El costo de cada vaso es de 0,50\$ y la jarra tiene un valor de 1,50\$	
VALOR EXTRÍNSECO	6. USOS (SIMBOLISMO).	
	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	
	8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales)	
	9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Claudia Neira Calderón

FICHA Nº: 12

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo

FECHA: 23/06/2016 **NOMBRE**

DEL ATRACTIVO: Jugo de Caña

CATEGORÍA: Manifestación Cultural **TIPO:** Etnográfica **SUBTIPO:** Gastronomía






MINISTERIO DE TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES.	
ENCUESTADOR: Claudia Neira Calderón	FICHA N°: 13
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo	FECHA: 23/06/2016
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Proceso de la Obtención de Café	PROPIETARIO: Sr. Edilberto León Toledo
CATEGORÍA: Manifestación Cultural	TIPO: Etnográfica
	SUBTIPO: Proceso del Café
2. UBICACIÓN	
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Loja
CALLE: -	NÚMERO: S/N TRANSVERSAL: -
HECTAREAS DE LA FINCA: 1.72 hct	LOCALIDAD: SPV
	ALTITUD: 1700m.s.n.m
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: Malacatos	DISTANCIA: 7.8 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba	DISTANCIA: 2.8km
CALIDAD	5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO TEMPERATURA: 15-20 °C
	Características.- La piladora y tostadora es una micro empresa de la familia León Toledo ha venido contribuyendo al desarrollo y progreso económico del sector y la reactivación de la economía de los caficultores de la zona, es líder en la comercialización del café de gran altura brinda al cliente un buen sabor y aroma del café del valle de la longevidad, cuenta con máquinas especializadas en la producción del café.
VALOR INTRÍNSECO	6. USOS (SIMBOLISMO). La finca cafetalera León Toledo es una micro empresa familiar dedicada a la producción y comercialización turística la cual va a insertarse en la actividad turística dentro de poco.
	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO: NO ALTERADO: CONSERVADO: x DETERIORADO: EN PROCESO DE DETERIORO:
	8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales) NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio del Ecuador:
VALOR EXTRÍNSECO	ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) Ponerse en contacto con la administradora de la finca para un tour guiado por los cafetales, catación de café y show de barismo.
	9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO: NO ALTERADO: CONSERVADO: x DETERIORADO: EN PROCESO DE DETERIORO:

APOYO	10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO																	
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO					
			BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N						
Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X					Días al año 313						
	Lastrado					Automóvil	X											
	Empedrado					4 x 4	X			X								
	Sendero	X				Tren												
Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Miércoles - Domingo						
						Bote												
	Fluvial					Canoa												
						Otros												
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: 10H00AM – 12H00 Y 15H00-18H00PM						
						Avioneta												
						Helicóptero												
Siglas: BN : bueno; RG : regular; ML : malo; N : ninguno; DR : diaria; SM : semanal; MN : mensual; EV : eventual; N :																		
RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo. La finca se encuentra en la vía Loja-Vilcabamba diagonal a la hostería Madre Tierra.																		
11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA. AGUA: POTABLE: X TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS: ENERGÍA ELÉCTRICA: SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS: ALCANTARILLADO: RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:																		
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS <table style="width: 100%; border: none;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">NOMBRE</th> <th style="text-align: center;">DISTANCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Finca Fernández- Malacatos</td> <td style="text-align: center;">DISTANCIA: 7.8 Km</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Finca el Aguacate-Loja</td> <td style="text-align: center;">DISTANCIA: 36.8km</td> </tr> </tbody> </table>													NOMBRE	DISTANCIA	Finca Fernández- Malacatos	DISTANCIA: 7.8 Km	Finca el Aguacate-Loja	DISTANCIA: 36.8km
NOMBRE	DISTANCIA																	
Finca Fernández- Malacatos	DISTANCIA: 7.8 Km																	
Finca el Aguacate-Loja	DISTANCIA: 36.8km																	
SIGNIFICAAADO	13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO LOCAL: X PROVINCIAL: X NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:																	
	Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos:  Firma: SUPERVISOR EVALUADOR																	

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Claudia Neira Calderón

FICHA Nº: 13

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Piladora y Tostadora "León Toledo"

CATEGORÍA: Manifestación Cultural **TIPO:** Etnográfica **SUBTIPO:** Proceso del Café

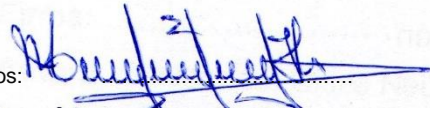




MINISTERIO DE TURISMO
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES.	
ENCUESTADOR: Claudia Neira Calderón	FICHA N°: 14
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo	FECHA: 23/06/2016
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Café Arábigo de la Finca: León Toledo"	PROPIETARIO: Sr. Edilberto León Toledo
CATEGORÍA: Manifestación Cultural	TIPO: Etnográfica
	SUBTIPO: Bebida Típica
2. UBICACIÓN	
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Loja
CALLE: -	NÚMERO: S/N TRANSVERSAL: -
HECTAREAS DE LA FINCA: 1.72 hct	LOCALIDAD: SPV
	ALTITUD: 1700m.s.n.m
4. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO: Malacatos	DISTANCIA: 7.8 Km
NOMBRE DEL POBLADO: Vilcabamba	DISTANCIA: 2.8km
CALIDAD	5. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO TEMPERATURA: 15-20 °C
	Características.- La Huerta de la familia "León Toledo" se encuentra a una altura de 1610 m.s.n.m y a una temperatura de 19,5 grados C, se llega al barrio Amala, en el trayecto del sendero se aprecia una vista excepcional del valle de la longevidad; además, de contar con riachuelos que hacen de la caminata una experiencia única. El cultivo del café orgánico se realiza totalmente natural sin la utilización de químicos, se alimenta las plantaciones con residuos de alimentos. se siembra café de alta calidad en la huerta de la especie "Arábigo"
	6. USOS (SIMBOLISMO). La finca cafetalera León Toledo es una micro empresa familiar dedicada a la producción y comercialización turística la cual va a insertarse en la actividad turística dentro de poco. ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) Ponerse en contacto con la administradora de la finca para un tour guiado por los cafetales, catación de café y show de barismo.
VALOR INTRÍNSECO	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO: NO ALTERADO: CONSERVADO: x DETERIORADO: EN PROCESO DE DETERIORO:
	8. PATRIMONIO (Atractivos Culturales) NOMBRE: FECHA DE DECLARACIÓN: CATEGORÍA: Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio del Ecuador:
VALOR EXTRÍNSECO	9. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO: NO ALTERADO: CONSERVADO: x DETERIORADO: EN PROCESO DE DETERIORO:

APOYO	10. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO																	
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS					TEMPORALIDAD DE ACCESO					
			BN	RG	ML	N		DR	SM	MN	EV	N						
	Terrestre	Asfaltado	X				Bus	X					Días al año 313					
		Lastrado					Automóvil	X										
		Empedrado					4 x 4	X			X							
		Sendero	X				Tren											
	Acuático	Marítimo					Barco						Días al mes Culturales: Miércoles - Domingo					
							Bote											
		Fluvial					Canoa											
						Otros												
Aéreo						Avión						Horas al día Culturales: 10H00AM – 12H00 Y 15H00-18H00PM						
						Avioneta												
						Helicóptero												
<p>Siglas: BN: bueno; RG: regular; ML: malo; N: ninguno; DR: diaria; SM: semanal; MN: mensual; EV: eventual; N:</p> <p>RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS</p> <p>Para llegar a este atractivo se puede tomar busetas desde la ciudad de Loja Vilcabambaturis con una frecuencia cada 15 minutos desde el terminal terrestre y los taxis rutas 11 de mayo. La finca se encuentra en la vía Loja-Vilcabamba diagonal a la hostería Madre Tierra.</p>																		
<p>11. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</p> <p>AGUA:</p> <p>POTABLE: X TRATADA: ENTUBADA: DE POZO: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>ENERGÍA ELÉCTRICA:</p> <p>SISTEMA INTERCONECTADO: X GENERADOR: NO EXISTE: OTROS:</p> <p>ALCANTARILLADO:</p> <p>RED PÚBLICA: X POZO CIEGO: POZO SÉPTICO: NO EXISTE: OTROS:</p>																		
<p>12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">NOMBRE</th> <th style="text-align: center;">DISTANCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Finca Fernández- Malacatos</td> <td style="text-align: center;">DISTANCIA: 7.8 Km</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Finca el Aguacate-Loja</td> <td style="text-align: center;">DISTANCIA: 36.8km</td> </tr> </tbody> </table>													NOMBRE	DISTANCIA	Finca Fernández- Malacatos	DISTANCIA: 7.8 Km	Finca el Aguacate-Loja	DISTANCIA: 36.8km
NOMBRE	DISTANCIA																	
Finca Fernández- Malacatos	DISTANCIA: 7.8 Km																	
Finca el Aguacate-Loja	DISTANCIA: 36.8km																	
SIGNIFICAADO	<p>13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</p> <p>LOCAL: X PROVINCIAL: X NACIONAL: INTERNACIONAL: OTROS:</p>																	
	<p>Certifico que los datos que constan en estas hojas son verídicos: </p> <p style="text-align: right;">Firma: SUPERVISOR EVALUADOR</p>																	

FICHA RESUMEN

ENCUESTADORA: Claudia Neira Calderón

FICHA Nº: 14

SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Melva Delia Jaramillo Hidalgo

FECHA: 23/06/2016

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Café Arábigo de la Finca: León Toledo"

CATEGORÍA: Manifestación Cultural **TIPO:** Etnográfica **SUBTIPO:** Bebida Típica



INDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
1. TÍTULO	1
2. RESUMEN	2
ABSTRACT	4
3. INTRODUCCIÓN	5
4. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
4.1. Marco Conceptual	8
4.1.1. Turismo	8
4.1.2. Tipos de Turismo.....	8
4.1.3. Productos Turísticos.....	12
4.1.4. Recursos Turísticos.....	13
4.1.5. Estructura y Funcionamiento del Sistema Turístico	13
4.1.6. Diagnóstico	14
4.1.7. Plan de Negocios	15
4.1.8. Finca Cafetalera.....	17
4.1.9. Importancia del Plan de Negocios.....	17
4.1.10. Estructura del Plan de Negocios	18
4.1.11. Oferta	31
4.1.12. Demanda.....	32
4.1.13. Marketing Turístico.....	33
4.1.14. Marketing Mix.....	33
4.1.15. Capacidad.....	34
4.1.16. Análisis FODA.....	34
4.1.17. Matriz de Estrategias.....	37
4.1.18. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)	38

4.1.19.	Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE).....	39
4.1.20.	Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARPP)	41
4.2.	Marco Referencial	42
4.2.1.	Antecedentes de la Parroquia.....	42
4.2.2.	Descripción de la Finca “León Toledo”	43
4.2.3.	Ubicación de la Finca.....	45
4.2.4.	Macro Geo-referenciación	46
4.2.5.	Micro Georreferenciación	53
5.	MATERIALES Y MÉTODOS:	54
5.1.	Materiales:.....	54
5.1.1.	Materiales de Oficina	54
5.1.2.	Equipos de Oficina	54
5.1.3.	Materiales Bibliográficos	54
5.1.4.	Materiales Tecnológicos:	54
5.2.	Métodos Y Técnicas.....	54
5.2.1.	Métodos	54
5.2.2.	Técnicas	56
5.2.3.	Metodología por Objetivos	57
6.	RESULTADOS	64
6.1.	DIAGNÓSTICO TURÍSTICO EN LA FINCA CAFETALERA “LEÓN TOLEDO” PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA, CANTÓN LOJA.	64
6.1.1.	Análisis Externo	64
6.1.2.	Análisis Interno:	103
6.1.3.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA	116
	Análisis e interpretación:	118
6.1.4.	Entrevista:.....	137
6.1.5.	Análisis F.O.D.A de la finca “León Toledo”	141
6.2	PLAN DE NEGOCIOS PARA PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA CAFETALERA “LEÓN TOLEDO” PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN PEDRO DE VILCABAMBA, CANTÓN LOJA.....	147
6.2.1.	Descripción del Negocio	147
6.2.2.	Estudio de Mercado de la Finca Cafetalera “León Toledo”	147

6.2.3.	Estudio Técnico	163
6.2.4.	Estudio Administrativo	230
6.2.5.	Estudio Financiero	244
6.2.6.	Estudio de Impacto Ambiental	284
6.3.	Objetivo N.º 3: Socialización de la Propuesta de Plan de Negocios para productos turísticos en la finca cafetalera “León Toledo” en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, cantón Loja a las autoridades como a la comunidad en general.	290
6.3.1	Pre – Socialización (Etapa Uno)	290
6.3.2	Presentación de Resultados (Etapa Dos)	291
6.3.3	Resultados de la Conferencia	292
7.	Discusión:	293
8.	Conclusiones:	295
9.	Recomendaciones:	297
10.	Bibliografía	298
11.	ANEXOS	301

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Ubicación Geográfica de la Finca Cafetalera “León Toledo”	45
Figura N° 2 División Parroquial del Cantón Loja	47
Figura N° 3: Parroquia San Pedro de Vilcabamba.....	51
Figura N° 4: Finca León – Toledo	110
Figura N° 5: Logotipo Finca Cafetalera “León Toledo”	152
Figura N° 6: Redes Sociales (Facebook)	156
Figura N°7: Redes Sociales (Twitter)	157
Figura N° 8: Pagina Web de la Finca Cafetalera “León Toledo”	158
Figura N°9: Pagina web sección nosotros	159
Figura N°10: Pagina web sección Restaurante.....	160
Figura N° 11: Pagina web sección redes sociales	161
Figura N°12: Portada de Video Promocional	162
Figura N°:13 Diseño del Letrero Informativo a la Finca Cafetalera	171
Figura N° 14: Diseño del Letrero Interpretativo Variedad de Café Típico Mejorado.....	174
Figura N° 15: Diseño del Letrero Interpretativo Variedad de Café Especial	177
Figura N° 16: Diseño del Letrero Interpretativo Variedad de Café Bourbon Amarillo.....	180
Figura N° 17: Diseño del Letrero Interpretativo Variedad de Café Típico	183
Figura N°18: Diseño del Letrero Interpretativo Variedad de Café Catimor	186
Figura N° 19: Diseño del Letrero Interpretativo Variedad de Café Sarchimor	189
Figura N° 20: Plano de los Letreros Interpretativos	191
Figura N°21: Menú del Restaurante.....	198
Figura N°22: Implantación Inmueble Finca Cafetalera “León Toledo.....	209
Figura N°23: Propuesta de diseño para el restaurante de la finca “León Toledo”	210

Figura N° 24: Propuesta planta de cubiertas para el restaurante	211
Figura N° 25: Propuesta Fachada Principal para el Restaurante.....	212
Figura N° 26: Propuesta Perspectiva del Restaurante para la Finca “León Toledo”	213
Figura N° 27: Certificado para los participantes a los talleres.....	229

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Datos Generales del Cantón Loja	46
Cuadro N° 2: Datos Generales de la Parroquia S.P.V	48
Cuadro N° 3: Fiestas Religiosas de la Parroquia SPV	49
Cuadro N° 4: Gastronomía de Parroquia San Pedro de Vilcabamba.....	50
Cuadro N° 5: Fórmula de Proyección PEA ciudad de Loja	58
Cuadro N° 6: Fórmula de Proyección Turistas que Ingresaron a la ciudad de Loja	59
Cuadro N°7: Fórmula de Proyección PEA San Pedro de Vilcabamba.....	59
Cuadro N° 8: Desglose. - Proyección ciudad de Loja (PEA), Turistas que entran a la ciudad de Loja, San Pedro de Vilcabamba (PEA).....	60
Cuadro N°9: Población y muestra.....	61
Cuadro N° 10: Población del cantón Loja 2010-2016	65
Cuadro N° 11: Población de la ciudad de Loja 2010 -2016	66
Cuadro N° 12: Población de la parroquia San Pedro de Vilcabamba 2010 - 2016.....	67
Cuadro N° 13: Llegada de extranjeros al Ecuador.....	69
Cuadro N° 14: Ubicación del Turismo en exportaciones no petroleras....	69
Cuadro N° 15: Actividades Económicas de los Pobladores de la Parroquia SPV.....	73
Cuadro N°16: Ingresos Económicas de los Pobladores de la Parroquia SPV	75
Cuadro N° 17 Mecanismos de Participación Parroquial	77
Cuadro N° 18 Estructura Institucional de GADP de San Pedro de Vilcabamba (Periodo 2014 -2019)	78
Cuadro N°19: Lugares de Atención Médica de los Pobladores	80
Cuadro N° 20 : Infraestructura existente en la Parroquia San Pedro de Vilcabamba	85
Cuadro N°21: Especies Frutales.....	86
Cuadro N°22: Especies Medicinales y Comestibles	86
Cuadro N°23: Especies Maderables y Florística.....	87

Cuadro N°24: Fauna de la Parroquia.....	87
Cuadro N°25: Aves de la Parroquia	88
Cuadro N° 26: Resumen de jerarquización de Atractivos Turísticos de la Parroquia SPV	89
Cuadro N° 27: Resumen de jerarquización de Atractivos Turísticos de la Finca	113
Cuadro N°28: Edades de la Población Encuestada.....	116
Cuadro N° 29: Sexo	117
Cuadro N°30: Nacionalidad.....	118
Cuadro N°31: Procedencia	119
Cuadro N°32: Ocupación	121
Cuadro N°33: Cuanto percibe mensualmente.....	122
Cuadro N°34: Gasto en el destino turístico	123
Cuadro N° 35: Atractivos, servicios y productos turísticos.....	124
Cuadro N° 36: ¿Ha visitado fincas dedicadas al turismo?	125
Cuadro N° 37: ¿Le gustaría que fincas ofrezcan servicios turísticos? ...	126
Cuadro N° 38: ¿Visitaría finca en la parroquia que brinde servicios turísticos?	127
Cuadro N°39: ¿Cómo le gustaría que sea la finca turística?	128
Cuadro N° 40: ¿Cuál sería la frecuencia?.....	129
Cuadro N° 41: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer?.....	130
Cuadro N° 42: ¿En compañía de quien lo haría?	131
Cuadro N° 43: ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar?.....	132
Cuadro N°44: ¿Qué tipo de servicio turístico?	133
Cuadro N°45: ¿Cuáles serían los factores?.....	134
Cuadro N° 46: ¿Por qué medios de comunicación?	135
Cuadro N° 47: ¿Cómo le gustaría que se promocióne?	136
Cuadro N° 48: Matriz F.O.D.A.....	141
Cuadro N°49: Análisis de la matriz M.E.F.E.....	142
Cuadro N°50: Análisis Matriz M.E.F.I.....	144
Cuadro N°51: Matriz F.O.D.A.....	146
Cuadro N°52: Demanda Potencial	148

Cuadro N°53: Demanda Real	149
Cuadro N°54: Demanda Efectiva	149
Cuadro N°55: Promedio de Visitas Anual	150
Cuadro N° 56: Demanda Efectiva Anual.....	150
Cuadro N°57: Oferta Turística.....	151
Cuadro N° 58: Demanda Insatisfecha.....	151
Cuadro N° 59: Capacidad Instalada.....	163
Cuadro N°60: Capacidad Utilizada Restaurante	164
Cuadro N°61: Capacidad Utilizada Paquete Turístico	164
Cuadro N°62: Capacidad Utilizada Total	165
CUADRO 63 PRESUPUESTO PARA LOS LETREROS INFORMATIVOS AL INTERIOR DE LA FINCA “León Toledo” Recorrido Por Los Accesos, Cultivos y Senderos Existentes De Norte a Sur; Error! Marcador no definido.	
Cuadro N° 64: Descripción del letrero informativo a la finca cafetalera .	170
Cuadro N°65: Propuesta de Letrero Informativo a la Finca Cafetalera ..	172
Cuadro N° 66: Descripción del letrero interpretativo variedad de café Típico Mejorado.....	173
Cuadro N°67: Propuesta de Letrero Interpretativo Variedad de Café Típico Mejorado.....	175
Cuadro N° 68: Descripción del letrero interpretativo variedad de café Especial	176
Cuadro N°69: Propuesta del letrero interpretativo variedad de café Especial	178
Cuadro N° 70: Descripción del letrero interpretativo variedad de café Bourbon Amarillo	179
Cuadro N°71: Propuesta del letrero interpretativo variedad de café Bourbon Amarillo.....	181
Cuadro N°72: Descripción del letrero interpretativo variedad de café Típico	182
Cuadro N° 73Propuesta del letrero interpretativo variedad de café Típico	184

Cuadro N°74: Descripción del letrero interpretativo variedad de café Catimor	185
Cuadro N° 75: Propuesta del letrero interpretativo variedad de café Catimor	187
Cuadro N°76: Descripción del letrero interpretativo variedad de café Sarchimor	188
Cuadro N° 77: Propuesta del letrero interpretativo variedad de café Sarchimor	190
Cuadro N°78: Presupuesto de la Infraestructura física: Chozón – Restaurante, I Módulo, I Etapa	195
Cuadro N°79: Recetas Estándar	200
Cuadro N°98: Ejes de Capacitación.....	226
Cuadro N°99: Taller de Capacitación: Técnicas de guiar.....	227
Cuadro N°100: Taller de Capacitación: Seguridad Alimentaria.....	228
Cuadro N°101: Taller de Técnicas de Atención al Cliente.....	228
Cuadro N°102: Política estatal con relación al sector del turismo.....	238
Cuadro N°103: Activos Fijos- Construcciones.....	245
Cuadro N°104: Activos Fijos- Maquinaria y Equipo.....	245
Cuadro N°105: Activos Fijos- Muebles y Enseres.....	245
Cuadro N°106: Activos Fijos- Equipo de Seguridad.....	246
Cuadro N°107: Activos Fijos- Equipo de Computación.....	246
Cuadro N°108: Activos Fijos- Equipo de Oficina.....	246
Cuadro N°109: Resumen de Activos Fijos.....	247
Cuadro N°110: Depreciación de Activos Fijos.....	247
Cuadro N°111: Estudios Preliminares.....	248
Cuadro N°112: Activos Diferidos- Gastos de Constitución.....	248
Cuadro N°113: Amortización del Activo Diferido.....	249
Cuadro N°114: Mano de Obra Directa de la Finca (Primer Año)	250
Cuadro N°115: Mano de Obra Indirecta de la Finca (Primer Año)	250
Cuadro N°124: Resumen Mano de Obra Directa e Indirecta.....	254
Cuadro N°129: Materia Prima Directa.....	256
Cuadro N°130: Materia Prima Indirecta.....	257