



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

**TÍTULO:**

**“DISEÑO DE LA FINCA AGROTURÍSTICA BELLA VISTA, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, PARA DIFUNDIR EL AGROTURISMO EN LA PARROQUIA EL DORADO, CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA”**

Tesis Previa a la Obtención del Grado de  
Ingeniera en Administración Turística

**AUTORA:** Gloria Delfina Escobar Valladolid

**DIRECTORA DE TESIS:** Ing. Katherine Astudillo Mg. Sc.

**LOJA - ECUADOR**

**2017**

## CERTIFICACIÓN

Ing. Katherine Astudillo Mg. Sc.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DEL FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

### CERTIFICA

Que la tesis de titulación titulada: **“DISEÑO DE LA FINCA AGROTURÍSTICA BELLA VISTA, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, PARA DIFUNDIR EL AGROTURISMO EN LA PARROQUIA EL DORADO, CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA”** desarrollada por **Gloria Delfina Escobar Valladolid**, previo a optar el grado de Ingeniera en Administración Turística, ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones. Por ello autorizo su presentación y sustentación.

Loja, noviembre 2017



Ing. Katherine Luisa Astudillo Balandin Mg. Sc.

**DIRECTORA DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, **Gloria Delfina Escobar Valladolid**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Trabajo de Titulación en el repositorio Institucional – biblioteca Virtual y Física.

**Autora:** Gloria Delfina Escobar Valladolid.

**Firma:**.....

**Cedula:** 220006396-0

**Fecha:** Loja, noviembre 2017.

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

Yo, **GLORIA DELFINA ESCOBAR VALLADOLID**, declaro ser autora, de la Tesis titulada: **“DISEÑO DE LA FINCA AGROTURÍSTICA BELLA VISTA, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, PARA DIFUNDIR EL AGROTURISMO EN LA PARROQUIA EL DORADO, CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA”**, 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 28 días del mes de noviembre de 2017, firma la autora:

**AUTORA:** Gloria Delfina Escobar Valladolid.

**FIRMA:**.....

**CÉDULA:** 220006396-0

**DIRECCIÓN:** Provincia de Orellana cantón Francisco de Orellana, Vía Loreto km 3

**CORREO ELECTRÓNICO:** escobargloria1986@gmail.com

**TELÉFONO:** 062884184      **CELULAR:** 0988345067

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. Katherine Astudillo Mg. Sc.

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL:** Ing. Karina Morillo Ramón Mg. Sc.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL:** Ing. Patricio Villavicencio Mg. Sc.

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL:** Ing. Patricio Vivanco Mg. Sc.

## **DEDICATORIA**

En primer lugar dedico este proyecto a Dios por permitirme culminar con esta meta y porque ha iluminado mis pasos durante estos años de carrera universitaria.

A mi esposo, el compañero que elegí para el resto de mi vida, por ser parte fundamental en el logro de cada uno de mis metas, por tu infinito amor y paciencia, por el apoyo dado para que alcance mis sueños, por acompañarme el día a día y ser mi inspiración.

A mis Padres, a mis hijos, a mis hermanos y hermanas, a mis sobrinitos por ser mi ejemplo y el pilar fundamental para que culmine con mis estudios, por todo el apoyo que me han brindado toda mi vida, por ser mi alegría y compañeros de aventuras y sobre todo por haberme enseñado el verdadero valor de la familia.

Gloria Escobar V

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios y a mi Familia agradezco inmensamente por la fortaleza que me dieron cada día para salir adelante con mis estudios.

Un agradecimiento fraterno a mi tutora del proyecto la Ing. Katherine Astudillo Mg. Sc., quien supo guiarme con mucha paciencia en la elaboración del proyecto.

Así también un agradecimiento muy especial al personal de la Dirección de Turismo del GAD Municipal Francisco de Orellana, por su predisposición y ayuda solicitada en la elaboración de este trabajo de investigación.

A la Universidad Nacional de Loja porque en sus aulas, recibí el conocimiento intelectual y humano de cada uno de los docentes de la Carrera de Administración Turística gracias a ellos por ser quienes me nutrieron con sus sabios conocimientos.

A todos quienes directa o indirectamente fueron parte de la elaboración de este proyecto

Gloria Escobar V.

**1. TITULO:**

**“DISEÑO DE LA FINCA AGROTURÍSTICA BELLA VISTA, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, PARA DIFUNDIR EL AGROTURISMO EN LA PARROQUIA EL DORADO, CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA”**

## 2. RESUMEN

El turismo en el mundo y en el país ha tenido un amplio desarrollo. El cantón Francisco de Orellana posee atractivos turísticos y en la parroquia El Dorado, se pueden implementar experiencias nuevas en turismo, como el agroturismo, el cual tiene mucho potencial de crecimiento. El trabajo es sobre el desarrollo del agroturismo, exactamente el diseño de la finca agroturística Bella Vista.

El diseño se establece desde las prácticas culturales y sistemas agroforestales y silvopastoriles implementados en el norte de la Amazonía ecuatoriana, para mejorar el diseño también se establecen la señalética a utilizarse. Dentro del diseño se establecen los componentes agroproductivos, espacios naturales o de conservación, turísticos y de infraestructura. Posteriormente, en base se usa el Plan de Negocios, sustentado en el análisis estratégico y la teoría de elaboración y evaluación de proyectos, para determinar la factibilidad de la propuesta. Finalmente, se establece un diseño de plan de difusión para la parroquia El Dorado, en base a la teoría comunicacional y la información bibliográfica encontrada.

Entre los resultados obtenidos se logra un diseño agroturístico compatible con la producción del norte de la amazonía ecuatoriana, y sobre la base de los principales productos agrícolas y pecuarios y del conocimiento de las plantas maderables y no maderables, del uso de la conservación y de la infraestructura de la finca. En el plan de negocios se logra obtener la factibilidad para ejecutar la propuesta. Y la difusión turística para mejorar los conocimientos del turismo en la parroquia. Finalmente, se concluye que la propuesta es factible, que el agroturismo es una fuente importante de desarrollo turístico.

**Descriptor:** Diseño finca, Agroturismo, Plan de Negocios, Plan de Difusión, promoción turística, mercadeo turístico, conocimientos culturales productivos.

## **ABSTRACT**

Tourism in the world and the country has had a broad development. Francisco de Orellana canton has in the parish of El Dorado and tourist attractions, new experiences in tourism, agro-tourism, which has much potential growth. The work is on the development of the agrotourism, exactly the design of the farm agrotourist Bella Vista.

Design is established since cultural practices and agroforestry and forestpasture deployed in the North of the Ecuadorian Amazon, to improve the design also signage to be used. Agroproductives components, natural or conservation, space tourism and infrastructure are established within the design. Subsequently, basis uses the Business Plan, based on strategic analysis and theory development and evaluation of projects, to determine the feasibility of the proposal. Finally, sets a design plan of outreach for El Dorado parish, based on the communication theory and found bibliographical information.

Between them results obtained is achieved a design agritourism compatible with the production of the North of the Amazon Ecuadorian, and on the base of them main products agricultural and livestock and of the knowledge of them plants timber and not timber, of the use of it conservation and of it infrastructure of the estate. In the business plan is achieved to get the feasibility to carry out the proposal. And the broadcasting tourist to improve the knowledge of the tourism in the parish. Finally, it is concluded that the proposal is feasible, that agro-tourism is an important source of tourism development and promoting and disseminating tourism promotes the growth.

### **3. INTRODUCCIÓN**

El agroturismo se viene desarrollando en el país, está considerado dentro de los planes de desarrollo turísticos nacionales. También es una fuente de ingresos para la economía campesina y de apoyo del desarrollo local. Pero la implementación de la propuesta agroturística, actualmente es limitada y solo existen pequeñas experiencias en el país, especialmente en el Litoral y la zona Andina.

La demanda turística local, nacional y de extranjeros ha crecido en el país, y esto señala la importancia que tiene el turismo dentro de la economía nacional. Además, la oferta de servicios turísticos también ha crecido e incluso cada vez más existen campañas nacionales para incentivarlo. En el ámbito local, el GAD Municipal logra la Certificación Turística Destino de Vida, cuyo impacto inmediato es el mejoramiento de la calidad de los servicios, la capacitación, el fortalecimiento institucional y organizacional de las actividades turísticas.

En los últimos años, el país se ha destacado por la primacía del desarrollo extractivo de los recursos naturales y la explotación petrolera, pero la caída del precio del petróleo ha sumido al país en una profunda crisis económica, especialmente en los sitios de donde sale el petróleo; como en este caso es el cantón Francisco de Orellana. Por ello, el turismo y la aplicación de nuevas variantes, como el agroturismo, se convierte en un enfoque que genera nuevas oportunidades para el desarrollo local y, dados los atractivos naturales de la Amazonía ecuatoriana, esta actividad representa un puntal del desarrollo local.

La finca agroturística Bella Vista, es un emprendimiento familiar, y parte de la economía popular y solidaria, que promueve nuevas formas de organización económica. El diseño se establece en función de las actividades ya implementadas en la finca y que estén en armonía con el ambiente y el manejo racional de los recursos naturales, además se convierte en una nueva fuente de ingresos para las familias campesinas.

La propuesta, por medio del plan de negocios, es factible y realizable y apoya al desarrollo turístico del cantón Francisco de Orellana. El plan de negocios permite el pleno conocimiento de las condiciones del mercado, el desarrollo de estrategias de mercado y turísticas, el cálculo de proyecciones de mercado y financieras, a lo que se añade, cual es la factibilidad que necesita la propuesta y el financiamiento e inversión requerida y necesaria que debe aplicarse.

La Amazonía no solo es el pulmón del mundo, sino un sitio donde se localizan culturas ancestrales y personas que han colonizado el territorio. Esto ha permitido el desarrollo de un patrimonio cultural e histórico, que necesariamente debe estar aprovechado en su plenitud. Sin embargo, la limitada difusión de los atractivos, servicios y actividades turísticas desfavorece el desarrollo local. Por eso se hace un plan de difusión para la parroquia El Dorado y cuyo resultado es el mayor conocimiento sobre el ámbito local, nacional e internacional sobre la oferta turística de la parroquia y sirve para que los GAD municipal y provincial de Orellana difundan la riqueza natural, productiva, cultural e histórica. Además, la parroquia siempre se ha caracterizado por ser la que más visitantes o turistas recibe en el cantón.

El objetivo general de la tesis es: Diseñar la finca Agro turística “Bella Vista” mediante la elaboración de un plan de negocios, para la difusión del agroturismo, en la parroquia El Dorado, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana.

Los objetivos específicos fueron:

Diseñar la finca Agro turística “Bella Vista”, en la Parroquia El Dorado.

Elaborar plan de negocios para la finca Agro turística “Bella Vista”.

Realizar plan de difusión del Agroturismo en la Parroquia El Dorado, Cantón Francisco de Orellana, Provincia de Orellana.

Entre los resultados importantes se verifica el conocimiento de los atractivos turísticos de la parroquia que tienen los turistas locales, nacionales y extranjeros, que fueron sistematizados en las encuestas procesadas.

El resultado alcanzado es la sistematización de un tipo de diseño de finca agroturística para la zona norte de la Amazonía ecuatoriana, donde son predios rurales de más de 50 has y con amplias áreas de bosque primario y secundario, así como con cultivos bajo sistemas agroforestales y manejo silvopastoril. Entonces es necesario que se cuente con una propuesta base que determina como se establece el diseño para la generación de las fincas agroturísticas. Al diseño se agrega el manejo de la señalética que suministra una herramienta para la generación de un buen proceso de guía o de autoguía y el visitante se oriente fácilmente en los espacios y senderos de la finca.

Otro resultado importante fue la definición de la propuesta de agroturismo de la finca “Bella Vista”, como una actividad rentable y que tiene la factibilidad para poder llevarse a cabo, además es una inversión con buenos réditos y que permite la generación de nuevos ingresos dentro de la economía campesina. Finalmente, impulsa la generación de nuevas propuestas de economía popular y solidaria.

Y este tipo de turismo atrae a los turistas, para transformarse en una fuente constante de ingresos que reemplaza al desarrollo extractivo de los recursos naturales y propicia en la región un desarrollo sustentable. En síntesis, la propuesta agroturística de la finca “Bella Vista” es rentable y compatible con el ambiente y el desarrollo sustentable, aparte es una nueva oportunidad de negocios y de reconversión de la economía o de la nueva matriz productiva que necesita el país.

La difusión del turismo hará que los atractivos de la parroquia El Dorado sean conocidos, promovidos y complementen la información que poseen los GADs sobre los sitios turísticos del cantón Francisco de Orellana y provincia de Orellana. Es menester la compatibilización de más información con mayor promoción, pues el turista necesita conocimiento e información, para el acceso a los nuevos sitios de turismo o a las nuevas prácticas turísticas.

## **4. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **4.1. Marco Conceptual**

#### **4.1.1. Finca**

La finca, de acuerdo al diccionario ABC, se define como:

El nombre de finca es el que se aplica a un determinado tipo de establecimiento que tiene lugar en el ámbito rural y que se dedica a la producción de algún tipo de elemento agrícola o ganadero. Las fincas suelen ser establecimientos ubicados en terrenos más bien amplios, con un centro habitable, grandes extensiones de tierra y otros establecimientos relacionados con la producción como tambos, molinos, silos, etc. Cuando se hace referencia a la finca se ha estado haciendo referencia a un tipo de propiedad que en la mayoría de los casos tiene que ver con la producción agrícola-ganadera. El nombre es común sobre todo en España y en algunos países de Latinoamérica como Argentina o Uruguay, pero no en todos ya que cada país tiene un nombre diferenciado para este tipo de establecimientos. Una de las características principales de la finca es que es un terreno claramente delimitado, buscándose establecer así la propiedad privada que una persona o un grupo de personas puede tener sobre ese terreno. La limitación que esa propiedad tenga puede ser visible o no, es decir, figurar oficialmente en los títulos de propiedad.

#### **4.1.2. Diseño de finca agro turística**

El diseño de la finca es construida desde los espacios agroproductivos, de infraestructura y naturales. La idea es proporcionar un conocimiento total de la producción de la fincas en la Amazonía ecuatoriana. La finca amazónica promedio, cuenta con los siguientes espacios y diseña en función de las siguientes actividades productivas:

**Cuadro No. 1 Espacios Productivos y Turísticos de la finca.**

FINCA “ BELLA VISTA”	ESPACIOS PRODUCTIVOS Y TURÍSTICOS	ACTIVIDADES
Agro productivos	Agroforestal	Cultivos perennes (café, caña, cacao, frutales)
		Cultivo de ciclo corto (maíz, arroz, plátano, yuca, etc.)
		Huerta o cultivos para autoconsumo familiar (cultivo de plátano, maíz, guabas, limón y otros frutales)
	Silvopastoril	Pastos o pasturas
	Producción pecuaria	Ganado mayor (bovinos, caballo, etc.)
		Ganado menor (avicultura, porcicultura, caprino, etc.)
Acuicultura-pesca Deportiva (piscicultura, crianza De camarones, caracoles, ranicultura, etc.)		
Espacios naturales	Áreas de conservación	Bosque primario
		Bosque secundario
	Área natural	Ríos, quebradas, lagunas.
Infraestructura	Productiva	Instalaciones y estructuras para producción forestal
		Instalaciones y estructuras para producción pecuaria
		Instalaciones y estructuras producción agrícola
		Instalaciones y estructuras de transformación de productos
	Turística	Edificaciones y construcción para hospedaje
		Senderos
	Vivienda	Edificaciones y construcciones para avistamiento de fauna silvestre
	Casa Campestre	

**Fuente:** GADMFO, Dirección de Desarrollo Económico Productivo

**Elaborado por:** Gloria Escobar

En síntesis, el diseño elaborado tiene los siguientes logros:

- Distribución de las áreas productivas, naturales, turística e infraestructura
- Diseño agro turístico de la finca
- Orienta el negocio de productivo a una nueva actividad, como es el agroturismo.
- Aprovechamiento de los conocimientos culturales de los productores
- Combina áreas de conservación con áreas protegidas.
- Se establecen actividades productivas que realizan los turistas en la finca.

### **4.1.3. Agroturismo**

Desde una definición extensa de agroturismo (Sánchez, 2011) se entiende una actividad turística que se desarrolla en un espacio rural y que consiste en retornar al conocimiento de este entorno, viviendo y participando de la cultura propia de sus habitantes, y que permite practicar ciertas actividades simples (cuidado de animales, recolección de frutos) y deportes que propician el contacto con la naturaleza (senderismo, rutas en consideraciones socioeconómicas en bicicleta o a caballo), o simplemente la contemplación de los paisajes. El agroturismo puede incluir el alojamiento compartido o independiente en la vivienda de los propietarios locales, dedicados a la actividad ganadera, agrícola o forestal. Se trata de reactivar las zonas más deprimidas con una mejora de su calidad de vida, complementando las actividades económicas tradicionales con las turísticas. Además es una actividad que integra a toda la familia campesina y resguarda sus costumbres y tradiciones.

El agroturismo puede ser considerado como un segmento incluido en el turismo rural, una modalidad de turismo en áreas rurales que incluye el alojamiento, la alimentación y actividades agropecuarias que ofrecen al turista productos naturales locales para su alimentación (Simon, Gil & Carpintero, 2011).

#### **a. Características del agroturismo.**

El agroturismo se caracteriza (Labaroní, 2012) por:

- a. Se pone en valor a lo auténtico o a las actividades productivas, que es lo que este tipo de turista desea consumir, es decir se muestra la historia, la cultura y costumbres de una comarca o zona en cuestión.
- b. Se ofrece trato personalizado y familiar en ambientes poco mecanizados y naturales.
- c. Se logran formar empresas familiares y nuevos emprendimientos turísticos y esto trae aparejado la disminución de la emigración a los grandes centros poblados fundamentalmente de la gente joven.
- d. La actividad turística convive con las actividades tradicionales del campo y se transfiere conocimiento cultural sobre las prácticas agroturísticas.

## **b. Actividades del Agroturismo**

Para este tipo de actividades, hay que contar con personal para atender a los viajeros, tanto en la prestación de servicios de alimentación y alojamiento, como en sus actividades programadas (Reinoso, 2011). En ambos casos, es la misma familia propietaria del establecimiento la que se dedica a esto, acompañados en algunos casos, por colaboradores externos. Algunas de las actividades a desarrollarse en estos establecimientos son: las propias de la actividad del establecimiento, cabalgatas, safaris fotográficos, excursiones náuticas, pesca, caza, avistaje de flora y fauna, trekking, mountain bike y elaboración de productos regionales, entre otras. En cuanto a las actividades propias del establecimiento (siembra, mantenimiento, cosecha de frutos, rodeo de ganado, actividades de granja, etc.); el turista puede jugar dos tipos de papeles (Hidalgo, 2007):

- a) En forma pasiva se limita a observar como otros realizan las tareas;
  - b) En forma activa participa de estas actividades asistidos por personal capacitado.
- Estas tareas están preparadas en forma especial para que las realicen los visitantes, ya que no hay que olvidarse que los mismos visitan estos sitios no para trabajar, sino para divertirse o por recreación.

## **c. Agroturismo, como actividad de servicios agro productivas**

El agroturismo es entendido también como el conjunto de actividades organizadas específicamente por agricultores en complemento de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen servicios por los cuales se cobra (Reinoso, 2011). Consiste en preparar un sector agrícola o ganadero, para ofrecer tours a los turistas. El tour incluye, además de las explicaciones sobre el proceso de producción y comercialización una degustación al final del mismo, lo mismo que la venta de productos. También puede ofertar una gran diversidad de servicios dentro de sus instalaciones y otro tipo de servicios de recreación sana y respetuosa del medio ambiente (Ferrer Reig, 2011).

## **d. Agroturismo en el Ecuador**

En el año 2003 el Ministerio de Turismo solicitó a la Organización Mundial de Turismo (OMT) una misión para definir el Programa de Turismo Rural en el Ecuador, la misma que se llevó a cabo entre el 5 y 22 de diciembre de aquel año, a cargo del consultor de la OMT, Lic. Federico Wyss, quien entregó un informe

denominado “Bases para el desarrollo del turismo rural en Ecuador”, el mismo que recoge un profundo análisis situacional y además establece unos pasos a seguir.

Tanto en el Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible PLANDETUR como en el informe de Federico Wyss, se pone de manifiesto el potencial uso de fincas, haciendas y plantaciones como recurso turístico, muy análogos en concepto a los parques temáticos, por su aspecto agrícola y cultural, valor educacional, potencial recreativo y aportes científicos.

Como parte del desarrollo del Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible para el Ecuador al año 2020 (PLANDETUR 2020), en su diagnóstico de país se realizó una consultoría de productos, que fue analizada y validada por un grupo de especialistas llamado Grupo de trabajo de mercadeo. Este estudio identificó 11 líneas de productos y sus variedades específicas para el Ecuador. El producto Agroturismo fue uno de los productos prioritarios y potenciales; las variedades que incluye son: haciendas, fincas y plantaciones. Dos productos sobresalen de este análisis: “Paseo de los Sabores Cacao, Banano, Café” y “Ruta de las Flores, plantaciones de flores del Ecuador”

A finales del 2008 se realizó en la provincia de Los Ríos el “Curso de capacitación para haciendas agro turísticas”, el cual promovía la participación de propietarios de haciendas de la provincia de Los Ríos, que manifiesten su interés, brindándoles instructores para que mejoren sus capacidades a través de desarrollar conceptos y criterios en torno a la actividad turística, a su vez buscaba generar experticias en los propietarios de haciendas para promover la actividad turística en la provincia a través de la generación de rutas turísticas, y finalmente estructurar paquetes turísticos para dinamizar la economía local en torno a rutas agro turísticas.

Según cita el informe final del PLANDETUR, se tiene una visión de fortalecer al agroturismo, especialmente en las dos provincias propuestas en la consultoría, la Provincia del Guayas y la Provincia de los Ríos y también incluye la provincia de El Oro, esta última se abordada en una segunda fase, posteriormente. Dentro de la propuesta está en establecer el corredor agroturístico en el tramo Quevedo-Balzar-Daule. Y el fortalecimiento y diseño de rutas, tales como: Ruta del Cacao, Ruta

del Café, Ruta del Banano y Ruta de las Flores, como las más prioritarias (PLANDETUR, informe final).

En el año 2009, el Ministerio de Turismo desarrolló la consultoría “Conformación de una Red de Agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos” que procuraba identificar la oferta de agroturismo, consolidarla y generar un proceso de comercialización. El estudio evidenció que la cadena de valor en el producto agroturismo está fragmentada y en algunos casos es inexistente, por ello se hace necesario reforzar aspectos que procuren dinamizar la creación de la misma.

El citado estudio también indica que “la correcta implementación de la Red de Agroturismo, dará lugar al encadenamiento productivo, la Asociatividad entre productores y la diversificación económica de las haciendas, al generar beneficios económicos no sólo a los propietarios, sino también a los trabajadores y comunidades aledañas, al generar fuentes de empleo e ingresos, y al impulsar proyectos agro turísticos viables de iniciativas locales. Puede generar también beneficios indirectos como educación y mejoramiento de la infraestructura pública.”(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009).

A finales del año 2011, el Ministerio de Turismo elabora la “Estrategia nacional para el desarrollo y consolidación del agroturismo”, como resultado de un proceso de trabajo que tuvo como fases la estructuración del producto turístico aplicable a la realidad del país, el análisis diagnóstico del territorio nacional para identificar potenciales espacios geográficos donde poner en marcha el producto seleccionado, la formulación de la estrategia, su programación y un modelo de gestión para operarla.

#### **4.1.4. Proyecto Agro turístico o Plan de Negocios**

El plan de negocios se estructura, según la propuesta del Banco de la Nación de Argentina en un resumen detallado de los principales productos y servicios que suministran las pymes, las operaciones productivas, comerciales y servicios que desarrolla, así como los planes futuros a implementarse y el financiamiento que requiere la empresa para evolucionar. En síntesis es una información escrita que es utilizada por los dueños de la empresa para edificar nuevos emprendimientos.

Un Plan de Negocios es un documento que describe el desarrollo futuro de un emprendimiento, y que muestra que el mismo es factible; el cual contiene:

- una breve memoria de su empresa
- quién/quienes llevan adelante el proyecto,
- el concepto del proyecto o de la empresa,
- sus objetivos,
- los recursos financieros y humanos que requiere el negocio,
- cómo han sido obtenidos esos recursos,
- por qué la empresa tiene éxito, y
- en qué tiempo y cómo piensa que puede repagar los fondos que solicita.

#### **4.1.5 Partes del Plan de Negocios**

Las partes del Plan de Negocios para el análisis, son las siguientes:

- Oferta
- Demanda
- Producto
- Plaza
- Promoción
- Precio
- Estudio Técnico
- Estudio Financiero
- Identificación de impactos
  - Entorno político legal
  - Aspecto ambiental

Los cuáles son tratados a continuación:

##### **a. Oferta**

La oferta se conceptualiza como la producción de bienes y servicios que los productores o la unidades productivas están dispuestos a ofrecer a un determinado precio en un período establecido de tiempo, la cual es regulada por el mercado, a mayor precio es mayor la oferta y a menor precio se produce menor oferta (Sapag, 2008; Kloter, 2010 y Córdoba, 2011). En el estudio de la oferta (Cohen y Martínez) se determina:

- Identificar los agentes que la generan (sector privado, Estado, proyectos sociales de otras organizaciones, ONGs, etc.).

- Seleccionar las variables que determinan el tamaño de la oferta (precio de los bienes complementarios y sustitutos).
- Calcular los efectos que tendría la realización del proyecto sobre la oferta de los demás agentes (¿incide en los precios de productos sustitutos y/o complementarios?, ¿disminuye su oferta?, etc.).
- **Oferta Turística:** La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinado precios. La oferta turística básica que está compuesta por aquellos bienes y servicios de carácter exclusivamente turísticos, como lo son las agencias de viajes, alojamientos, transportes, etc.

## **b. Demanda**

La demanda se conceptualiza como la cantidad de bienes y servicios que los consumidores o demandantes adquieren en el mercado en un espacio y tiempo determinado a diferentes precios (Córdova, 2011).

- **Análisis de la demanda**

La determinación de la demanda es uno de los puntos críticos en el estudio de viabilidad económica–financiera de un proyecto. Esta relevancia se ha demostrado a través de los resultados obtenidos en el cálculo de la rentabilidad con una marcada incertidumbre; de ahí la importancia que tiene el análisis de sensibilidad de la rentabilidad ante variaciones en los nichos de demanda.

La demanda es el elemento más importante y más complejo del mercado, integrado por necesidades sentidas, poder adquisitivo, posibilidad de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales de consumo, etc.

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

Los bienes y servicios de lujo no son necesarios para el cliente, pero su demanda obedece a la satisfacción de un gusto, lo cual generalmente los coloca en un costo más elevado, en este caso el beneficio que deja la producción o comercialización de los mismos es proporcionalmente mucho mayor que en la producción.

- **Demanda Turística:** Comprende el total de personas que viaja o desea viajar para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios. Por lo tanto, está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de servicios turísticos (SENATUR, 2008).

### **c. Producto**

Un producto es cualquier elemento que se puede ofrecer para el mercado para la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. El producto tiene tres aspectos básicos que es necesario tener en cuenta:

- Características del producto; ¿qué es?
- Funciones; ¿qué hace?
- Beneficios; ¿qué necesidades satisface?

Se tiene que especificar los precios de los productos a ofertar y realizar un cuadro comparativo con los precios de la competencia, lo cual lograría una visión general del comportamiento del producto en el mercado.

El campo del producto se ocupa de la creación del "producto" adecuado para el mercado meta. Lo importante que debe recordarse es que el bien o servicio debería satisfacer algunas de las necesidades de los clientes.

La noción de producto es un bien o servicio que satisface un deseo o necesidad de una persona o grupo de personas (Marcial Córdoba, 2011). Dentro de esta propuesta se define lo que es producto turístico, como:

- **Producto Turístico:** Se define como el conjunto de atributos físicos y psicológicos (tangibles e intangibles) que el consumidor considera que tiene un determinado bien o servicio para satisfacer sus deseos o necesidades (SENATUR, 2008). Es la suma de componentes tangibles e intangibles, que incluye los bienes, recursos, infraestructuras, equipamientos, servicios, ingeniería de gestión, imagen de marca y precio que el turista percibe (ESADE, 1996). Se puede sintetizar como la combinación de tres elementos básicos: los atractivos (naturales, culturales y

eventos), las facilidades (alojamiento, alimentación, recreación y otros servicios) y accesibilidad (infraestructura de transporte) (Acerenza, 1982).

#### **d. Plaza**

La plaza se reconoce como el lugar, también la posición o distribución que realiza la empresa para poner a disposición un producto o servicio (Kloter y Armstrong, 2007).

Plaza (lugar): se refiere a la ubicación del negocio y la forma en que se distribuye el producto a los clientes. La Plaza hace hincapié en obtener el producto "adecuado" para la Plaza del mercado meta. Toda vez que el producto comprenda un bien físico, el planeamiento de la Plaza incluye decisiones sobre la distribución física. La plaza en el turismo, vendría hacer el área turística donde se encuentra, por eso se precisa como:

- **Área Turística:** Extensión de dimensiones variables compuesta de atractivos turísticos unidos y próximos unos a otros, que además cuenta con una red de transporte que los intercomunica. Está constituida por un espacio geográfico extenso, en el que se concentran varios lugares de atracción de tipo homogéneo o complementario. Debe contar con atractivos turísticos relativamente contiguos y de categorías y jerarquías variables y comprende, generalmente, uno o varios centros urbanos de cualquier magnitud (SENATUR, 2008).

#### **e. Promoción**

La promoción implica actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta de que lo compren (Kloter y Armstrong, 2007).

La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan. Se refiere a informar al mercado meta respecto del producto "adecuado". El mismo que requiere de estudios complejos y realización de estudios (Sapag, 2008). Lo que mejoraría el acceso que puede tener el producto en el mercado, así como determinar épocas altas y bajas en el turismo, para determinar el tipo de promoción a realizar.

## **f. Precio**

El precio es la valoración monetaria de una cantidad de bien o servicio que se desea adquirir (Córdoba, 2011). El precio es el regulador entre la oferta y la demanda, salvo cuando existe protección (aranceles, impuestos). El estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en el estudio de mercado, ya que de la fijación del precio y de sus posibles variaciones depende el éxito del producto o servicio a ofrecer.

El precio de venta depende de:

- Elasticidad – precio de la demanda.
- Concepto de mercadotecnia de la empresa.
- Estructura del mercado en cuanto a oferta y número de consumidores.
- Fijación de precios oficiales.
- Tipo y naturaleza del mercado y sistema de distribución.
- Estructura de los costos de operación.
- Margen de rentabilidad esperado.

El precio o tarifa por cobrar debiera ser el que permite cubrir la totalidad de los costos de operación (fijos y variables, de administración, fabricación y ventas, tributarios, etcétera), para alcanzar la rentabilidad exigida sobre la inversión y recuperar la pérdida de valor de los activos por su uso, o la depreciación (Sapag, 2008). En este sentido, en el turismo el precio del servicio está determinado por una tarifa, la cual se define como:

- **Tarifa Diaria** Precio por pernoctación con que el establecimiento de alojamiento turístico valoriza el servicio de alojamiento. Este puede ser por persona o por la unidad habitacional y puede o no incluir otros servicios complementarios, lo que debe ser indicado expresamente (SENATUR, 2008)

## **g. Estudio Técnico**

Es el estudio que provee información para cuantificar el monto de las inversiones y costo de las operaciones pertinentes en esta área.

- Capacidad de planta
- Programa de producción y ventas

El estudio contiene información sobre ¿cuánto, dónde, cómo y con qué produce mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio (Córdoba, 2011)

Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente de acuerdo a las características del producto o servicio, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de venta y precio de venta, hay necesidad de definir el producto en el estudio técnico. Este determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.

- **Localización**

La localización se fija en función de factores como los costos de transporte, materia prima, producción, acopio de la materia prima; cuyo resultado inmediato es establecer una localización óptima del proyecto pero también hay factores cualitativos determinantes como son los apoyos fiscales, clima, relación con la comunidad, incentivos económicos (Baca Urbina, 2010). Pero este proceso debe tener una reflexión más amplia para que la empresa logre establecer su localización, ya que esta demanda de ingentes costos de infraestructura y de producción.

Es el análisis de las variables o factores que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes; de hecho, algunas empresas sólo la toman una vez en su historia (Córdoba, 2011). La decisión de localización no sólo afecta a empresas de nueva creación, sino también a las que ya están funcionando.

La elección de la localización es una decisión compleja en la mayoría de los casos, tanto en sí misma como por sus interrelaciones, aunque es cierto que para algunas empresas ésta viene determinada por un factor dominante que restringe el número de alternativas. En general, la cantidad de factores y de lugares involucrados en el análisis es enorme; si ello es así para compañías de ámbito nacional, lo es mucho más para aquellas que operan a nivel internacional.

Por lo que respecta a las firmas pequeñas de nueva creación, éstas se localizan típicamente en el lugar de residencia de su fundador y comienzan a expandirse en

su entorno local o regional; las decisiones, por lo general, se basan sobre todo en las preferencias y la intuición del propietario o, en todo caso, en estudios simples de carácter más bien informal. Las grandes empresas, en cambio, deben considerar muchas alternativas de localización y la decisión que se toma a través de procedimientos formalizados se fundamenta en estudios más amplios y rigurosos, cuya magnitud ha venido influida por la naturaleza y el alcance de la decisión que se ha de tomar.

- **Factores que influyen en la localización**

Las alternativas de instalación de la planta deben compararse en función de las fuerzas ocasionales típicas de los proyectos. Una clasificación concentrada debe incluir por lo menos los siguientes factores globales:

- Medios y costos de transporte.
- Disponibilidad y costo de mano de obra.
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento.
- Factores ambientales.
- Cercanía del mercado.
- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Topografía de suelos.
- Estructura impositiva y legal.
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.
- Comunicaciones.
- Posibilidad de desprenderse de desechos.

#### **h. Estudio Financiero**

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

- **Componentes del estudio financiero:**

##### **Necesidades totales de capital**

Recursos monetarios necesarios para puesta en marcha y desarrollo del proyecto.

### **Requerimiento total de activos**

Destino que se ha dado a los recursos.

### **Activos fijos tangibles e intangibles**

Se desglosan detalladamente los activos que han usado en el proyecto.

### **Capital de trabajo**

Es aquel que se ha destinado en el proyecto el tiempo que dure este último.

### **Modalidad de financiamiento**

La modalidad de la inversión es: el aporte propio y el crédito solicitado.

### **Fuentes de financiamiento**

Se presenta en el proyecto si el financiamiento es por endeudamiento con un ente financiero.

### **Análisis de sensibilidad**

Análisis descriptivo del resultado obtenido de aumentos o disminuciones porcentuales de por lo menos las tres variables que afecten más significativamente al VAN y a la TIR.

- **Evaluación Financiera.**

Es un estudio económico financiero que define la factibilidad del proyecto, si la recuperación de la inversión se logra y la producción necesaria para que la empresa funcione y la probables utilidades que se obtengan, además de demostrar que es una propuesta rentable y que cuenta con el debido financiamiento (Baca Urbina, 2010)

Los principales indicadores de la evaluación económica financiera son:

- **Valor actual neto (VAN)**

El VAN es la rentabilidad que se obtiene de una inversión o emprendimiento empresarial, en un determinado tiempo y lugar (Jácome, 2005). Matemáticamente se determina por la siguiente fórmula:

$$VAN = -\text{Inversión inicial} + \sum \text{FNC}/(1+i)^n$$

En donde:

El valor de la inversión inicial siempre es negativo.

FNC = Flujo Neto Caja.

$i$  = Tasa de redescuento.

$n$  = Tiempo de vida útil del proyecto o inversión.

El VAN que se puede obtener

$VAN > 0 \rightarrow$  VAN positivo significa que recupera la inversión inicial y tiene ganancias

$VAN = 0 \rightarrow$  el proyecto no produciría ni ganancias ni pérdidas.

$VAN < 0 \rightarrow$  VAN negativo la inversión no es rentable o es a pérdida y no logra recuperar la inversión inicial.

- **Tasa interna de retorno (TIR).**

La TIR es la tasa de rendimiento anual compuesta que obtiene la empresa si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas de efectivo, en el tiempo de duración del proyecto (Gitman, 2007).

La tasa interna de retorno en una inversión es la tasa de rendimiento requerida que da como resultado un VAN cero cuando es utilizada como una tasa de descuento.

La fórmula de la TIR es:

$$TIR = -\text{Inversión inicial} + \frac{\sum FNC}{(1+i)^n} = 0$$

$$TIR = VAN = 0$$

La Tasa interna de retorno TIR refleja lo siguiente:

$TIR > 0 \rightarrow$  TIR positivo significa que logra rentabilidad.

$TIR = 0 \rightarrow$  el proyecto no tiene rentabilidad alguna.

$TIR < 0 \rightarrow$  TIR negativo la inversión no es rentable

- **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es la relación entre los costos y los ingresos obtenidos, es decir, el nivel de producción que se requiere para que los ingresos financien el valor de los costos; lo que equivale a decir cuanta producción es necesaria para que la empresa no tenga ni pérdidas ni ganancias (Baca Urbina, 2010). Según lo manifestado el punto de equilibrio nos sirve para estudiar las relaciones entre los costos variables y los ingresos, para saber el punto exacto en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables. La fórmula del punto de equilibrio es:

$$Pe = \frac{CFT}{1 - (CV/Vtas)}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{Costos Variables/Ventas})}$$

De lo cual se desprende:

CFT = Costos Fijos Totales

CV = Costos Variables

Vtas = Ventas del período de análisis

Pe = Punto de equilibrio.

### **i. Identificación de Impactos (Matriz de Evaluación)**

La identificación de los posibles impactos se los realiza a través de una matriz, la cual establece las posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto (Jácome, 2005). De acuerdo con el concepto antes mencionado los impactos tratan de determinar lo que ha futuro puede suceder, si se pone en ejecución el proyecto, se recuerda que el proyecto no se ejecuta todavía, los impactos reales van a ser determinados cuando el proyecto esté en funcionamiento o al cabo de un determinado de tiempo. La matriz a usarse es la siguiente:

**Cuadro No 2. Matriz de Evaluación**

<b>Incidencia</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>
Fuentes de trabajo							
Rentabilidad							
Ingresos							
Ambiental							
Total							

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

### **j. Entorno Político Legal**

El entorno político legal está integrado por leyes, decretos, resoluciones que corresponde a determinados políticas de Gobierno ecuatoriano, en especial a la actividad agrícola deben contar con un amplia biblioteca jurídica y técnica, ya sean estas, reglamentos, leyes, resoluciones, convenios, códigos nacionales e internacionales. Las leyes a utilizar son la que emite el Ministerio de Agricultura,

que es la entidad encargada de emitir las regulaciones internas para la producción y comercialización de los productos agrícolas dentro del territorio ecuatoriano.

#### **k. Aspecto ambiental**

Los impactos que provoque la puesta en funcionamiento de la propuesta tienen que ser factibles de prevenir, mitigar o remediar en cortísimo plazo y no exista repercusiones futuras que afecten al medio ambiente y/o el mejoramiento de vida en la comunidad.

**Impacto Ambiental:** La alteración indirectamente por un proyecto o (SENATUR, 2008).

#### **4.1.6. Plan de Difusión turístico**

del medio ambiente provocada directa o una actividad en un área determinada

- **Plan de Difusión turístico**

El Plan de Difusión, según el Ministerio de Turismo de Perú, se define como: Se entiende como plan de difusión la forma como una institución, conjuntamente con diversas entidades públicas y/o privadas o en forma individual, logra a través de diversos medios, materiales y dinámicas, sus objetivos para influenciar en el comportamiento de su población objetivo y recibir el apoyo de la sociedad en su conjunto.

Este Plan de Comunicación y Difusión está compuesto por los siguientes elementos:

- Objetivos y grupos destinatarios.
- Estrategia y contenido de las medidas de publicidad
- Presupuesto indicativo de aplicación de las medidas previstas.
- Indicación de los resultados esperados de las medidas de publicidad y difusión.
- Requerimientos formales y obligaciones legales.

En los planes de difusión, hay que establecer el siguiente tipo de comunicación:

1. Comunicación Interna: Entre los socios del proyecto. Incluye la difusión de los informes de evaluación intermedia y final del proyecto.
2. Comunicación Externa: Con los destinatarios directos y los potenciales beneficiarios de los resultados del proyecto.

3. Difusión General: Se ha informado a los stakeholder políticos y a la sociedad en general a través de la publicación en prensa de información relativa al proyecto.

A continuación, se incluye una lista no exhaustiva de los mecanismos de difusión, según un guión de redacción de planes de difusión, posible en general, para que cada grupo seleccione los que sean pertinentes en su ámbito de trabajo:

1. Publicación en revistas científicas
2. Contribuciones a congresos científicos.
3. Actividades de formación (reglada, no reglada, para un sector o grupo de empresas...)
4. Participación en foros o congresos profesionales
5. Participación en actividades paralelas de ferias nacionales o internacionales de tipo profesional o de nuevas tecnologías.
6. Publicación en revistas empresariales, profesionales o sectoriales (especificar)
7. Elaboración de normas o reglamentaciones
8. Elaboración de metodologías
9. Divulgación al público: notas de prensa y folletos explicativos del proyecto
10. Elaboración y difusión de ofertas o catálogo de presentación del producto/proceso/ servicio
11. Acuerdos previos con empresas o entidades públicas y privadas (asociaciones empresariales, centros tecnológicos, Agencias de Desarrollo Regional, etc.) para la difusión y divulgación de resultados, metodologías, etc.
12. Difusión en la Web.
13. Jornadas de demostración, etc.

#### **4.1.7. Marketing Turístico**

Es el conjunto de actividades que adelantan las organizaciones turísticas públicas y privadas para crear, mantener e incrementar las relaciones con los visitantes mediante productos y servicios turísticos competitivos y de calidad, de tal manera que genere una preferencia del turista y beneficios para todas las partes participantes en el proceso.

El Marketing turístico puede definirse como una actividad humana que adapta de forma sistemática y coordinada las política de las empresas turísticas privadas o

estatales en el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades y los deseos de determinados grupos de consumidores y lograr el adecuado beneficio a través de la facilitación de la comercialización de bienes y servicios turísticos. (Maida, 2012)

#### **4.1.8 Promoción Turística**

La idea de promoción turística, por lo tanto, hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística. En concreto, hay que establecer que todo proyecto de promoción turística puede abarcar una gran variedad de objetivos. No obstante, entre los más habituales están los siguientes:

- Fomentar lo que sería la promoción y atractivo turístico de un lugar.
- Aumentar y dar a conocer la oferta que existe para el turista.
- Captar eventos de cierta relevancia para la zona.
- Incentivar la implicación de todos los profesionales relacionados con el turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes.

Para poder conseguir todos esos fines y otros muchos más se puede recurrir a un sinfín de herramientas de promoción turística. No obstante, entre todas ellas destacan las siguientes: jornadas, ferias, congresos, visitas de interés turístico, fiestas, eventos, congresos, ruta, etc. Además de todo lo expuesto, se ha tenido que subrayar que cuando se habla de promoción turística hay que tener en cuenta que existen diversos aspectos y elementos que le dan forma y que son necesarios para que pueda cumplir sus objetivos. En concreto, se ha estado refiriendo al turismo como elemento intangible, a los consumidores o turistas, a las agencias de viajes, la estrategia o la comunicación, que puede ser interna, externa o de boca en boca.

Se habla de campaña de promoción turística para señalar a las actividades y emprendimientos que se llevan a cabo con la intención de que los potenciales viajeros conozcan los atractivos de un destino y se decidan a planificar una visita. Estas campañas intentan divulgar los atractivos naturales, históricos, culturales, etc. del destino.

## **4.2. Marco Referencial**

### **4.2.1. Datos Generales de la Provincia de Orellana**

La provincia de Orellana fue creada oficialmente el lunes 30 de julio de 1998, en la Presidencia del Dr. Fabián Alarcón, mediante Registro Oficial No. 372. Puerto Francisco de Orellana (El Coca) es su capital provincial. La provincia se encuentra ubicada al nororiente del país, en la Región Amazónica Ecuatoriana.

Los límites de la provincia, son:

Al Norte: Provincia de Sucumbíos

Al Sur: Provincias de Napo y Pastaza

Al Este: Perú, y

Al Oeste: Provincia de Napo

Cuenta con una superficie de 21.730,05 Km<sup>2</sup> y se encuentra dividida en 4 cantones y 33 parroquias (28 parroquias rurales y 5 urbanas). Pertenece a la Zona de Planificación 2, junto con las provincias de Pichincha y Napo. Los cantones son: Aguarico, Francisco de Orellana, Loreto y Joya de los Sachas. También es conocida como la provincia petrolera del país, pues, en este lugar se produce la mayor parte de petróleo en crudo.

De acuerdo, a los datos del VII Censo de Población y VI de Vivienda del año 2010, la provincia de Orellana contaba con 136.396 habitantes. Las proyecciones de población al 2015, plantean que la población de Orellana asciende a un total de 150.977 personas, la mayoría asentados en el cantón Francisco de Orellana (especialmente en la capital). ). La densidad poblacional es de 6,29 habitantes por km<sup>2</sup>. En el año 2001 la población de la provincia según el censo fue de 86.493. En función de estos datos la provincia de Orellana, fue la de mayor crecimiento de acuerdo al censo 2010.

Según la autoidentificación del grupo étnico, el 57.5% es mestizo, el 31,8% indígena, cuenta con nacionalidades ancestrales (Nacionalidades Kichwa, Shuar y Waodani). El 4.9% se identifica como afroecuatoriano o afrodescendiente, el 4.4% es blanco, el 1.2% como montubio y el 0.2% pertenece a otras nacionalidades.

El clima, según la estación, varía en el año entre 17 a 38° centígrados, es parte del bosque húmedo tropical. Según la división administrativa del país, Orellana es parte de la Amazonía ecuatoriana, tal como lo indica el siguiente mapa:

**Figura No. 1. Ubicación provincia de Orellana**



**Fuente:** GADPO (2015). PDyOT de la provincia de Orellana 2015-2019.

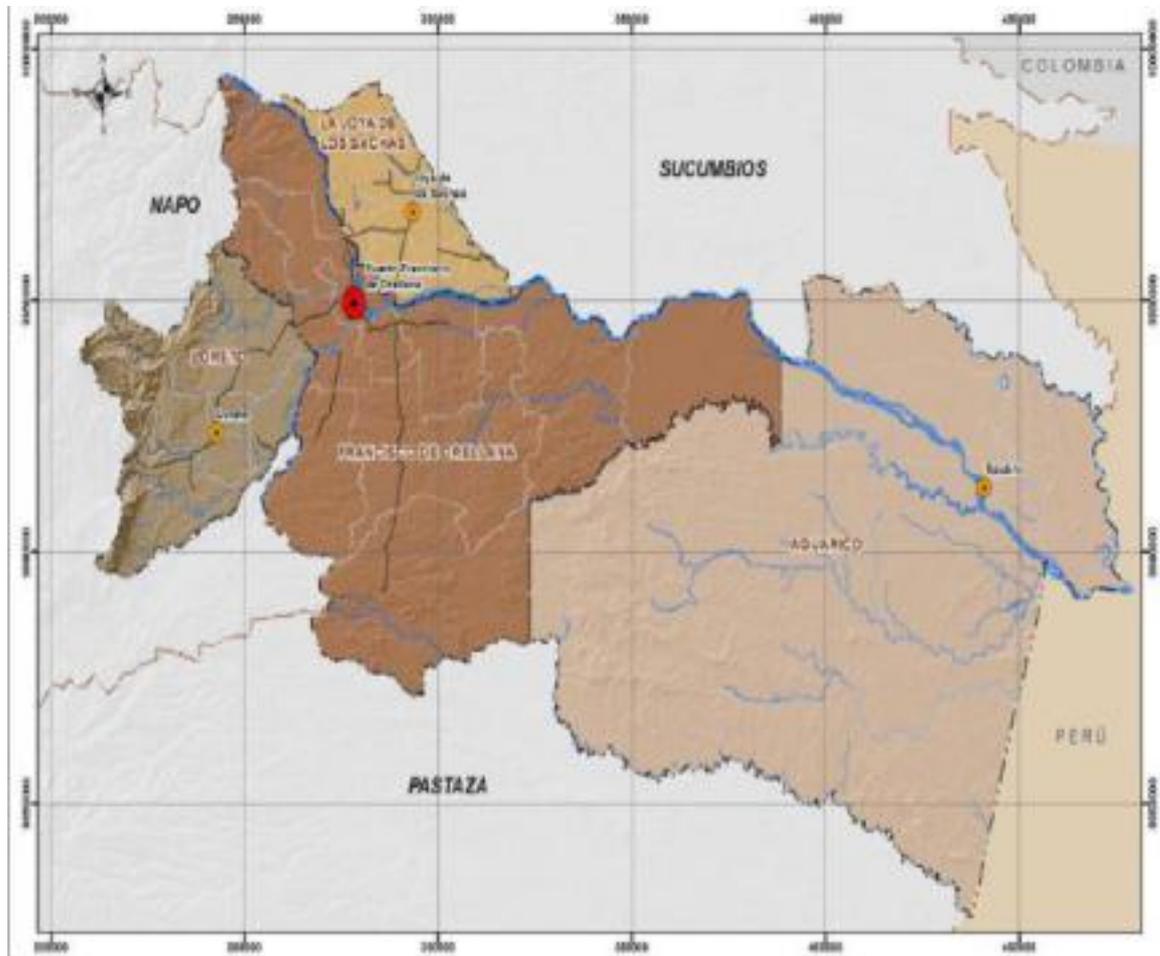
**Elaboración:** Gloria Escobar

La economía de la provincia depende de la producción petrolera, después de la agricultura, especialmente la producción cafetalera. En importancia le siguen los servicios, como son la comercialización al por menor y mayor y la administración pública.

El mayor atractivo turístico de la provincia es el Parque Nacional Yasuní, el cual es parte de la Reserva de Biosfera Yasuní, ubicado entre los cantones Francisco de

Orellana y Aguarico, otro punto referencial es el río Napo y la belleza de la selva amazónica. También está el Parque Nacional Sumaco, además, de otros atractivos turísticos naturales, como son: cascadas, ríos y lagunas.

**Figura No. 2. Ubicación geográfica provincia de Orellana**



**Fuente:** GADPO (2015). PDyOT de la provincia de Orellana 2015-2019.  
**Elaboración:** Gloria Escobar

#### **4.2.2. Datos Generales del Cantón Francisco de Orellana**

- **División política y administrativa**

El cantón Francisco de Orellana se encuentra ubicado al nororiente de la Región Amazónica Ecuatoriana (RAE) y forma parte de la Zona de Planificación 2 conformada por las provincias de Pichincha, Napo y Orellana, provincia a la cual pertenece. El área cantonal ocupa una superficie total de 7.047 km<sup>2</sup> (704.755 ha), en un rango altitudinal que va desde los 100 a los 720 m.s.n.m. Con relación a

Quito, capital de Ecuador, la cabecera cantonal Puerto Francisco de Orellana (Coca) se encuentra a una distancia aproximada de 300 km (GADMFO, 2015).

El cantón Francisco de Orellana, fue creado como cantón de la provincia de Napo mediante Decreto Legislativo publicado en el registro oficial Nro. 169 del 30 de abril de 1969. Las primeras parroquias que conformaron el cantón fueron Puerto Francisco de Orellana, Taracoa y Dayuma. Con la provincialización de Orellana en el año de 1999, se crearon las parroquias de San José de Guayusa, Nuevo Paraíso, San Luis de Armenia, García Moreno, La Belleza, Alejandro Labaka, Inés Arango, El Dorado y El Edén. La parroquia urbana es Puerto Francisco de Orellana y el resto son 11 parroquias rurales.

Según datos del VII Censo de Población y VI de Vivienda, la población del cantón Francisco de Orellana asciende a 72.795 habitantes con una densidad poblacional de 10 habitantes por kilómetro cuadrado. El 55,95% de la población del cantón habita en el área urbana mientras el restante 44,05% se localiza de forma dispersa en las zonas rurales.

El cantón limita con:

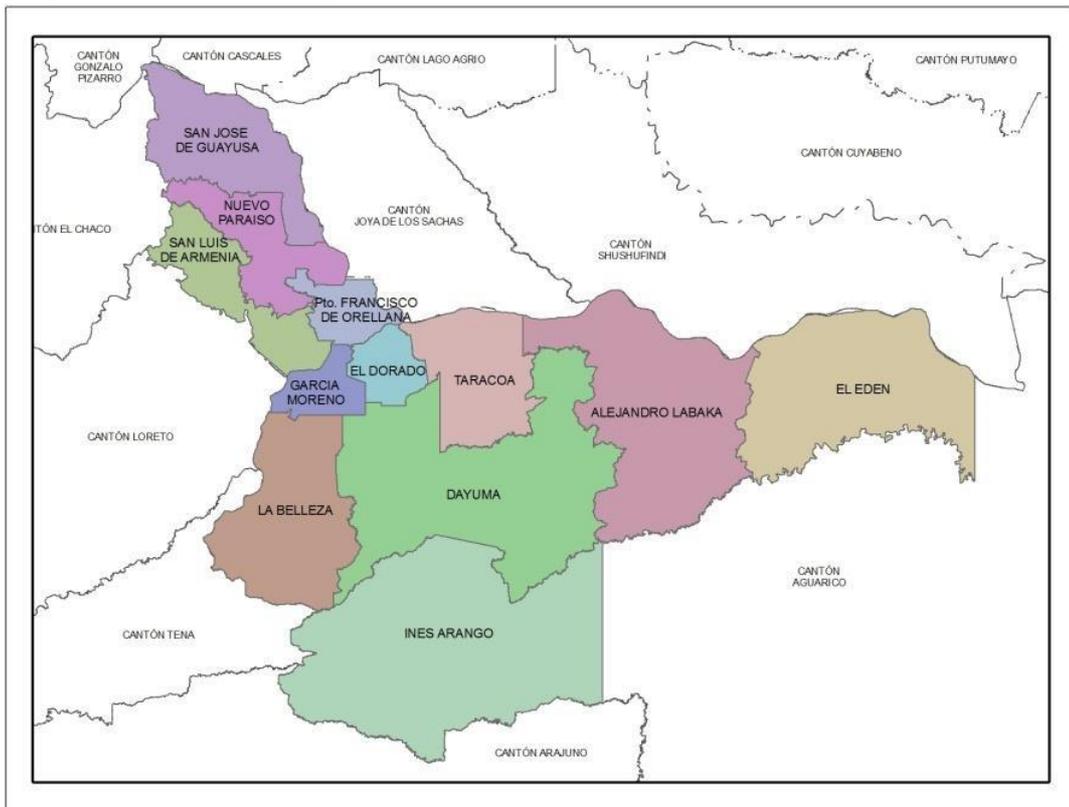
**Norte** con el cantón La Joya de los Sachas (Provincia de Orellana) y los cantones Cascales y Shushufindi (Provincia de Sucumbíos);

**Sur** con los cantones Arajuno (Provincia de Pastaza) y Tena (Provincia de Napo),

**Este** con el cantón Aguarico (Provincia de Orellana) y

**Oeste** con el cantón Loreto (Provincia de Orellana) y Tena (Provincia de Napo).

**Figura No. 3. División política del cantón Francisco de Orellana**



**Fuente:** GAD Parroquial El Dorado, PDyOT 2014-2019.

**Elaboración:** Unidad de Ordenamiento Territorial GADMFO

- **Aspectos biofísicos (flora – fauna)**

- a. Flora**

La inexistencia de inventarios florísticos impide disponer de una información más detallada y específica sobre la diversidad y la distribución de las especies en el cantón, tanto a lo largo de las diferentes parroquias como en los ecosistemas. Se ha logrado, sin embargo recuperar cierta información sobre diversidad de flora en el cantón, así como la identificación de las especies predominantes en cada uno de los ecosistemas establecidos. Por otro lado se ha considerado oportuno recoger en este apartado información vinculada a actividades de gestión forestal desarrolladas en el cantón (aprovechamiento y reforestación) y que de una u otra forma determinan especies de flora predominantes.

En el cantón Francisco de Orellana y de acuerdo a la distribución de las especies por zonas de vida, se han identificado 1525 especies de árboles; 478 especies de lianas; 323 especies de arbustos; se han contabilizado 175 especies de epífitas; 271 especies de hierbas y finalmente 113 especies de helechos. Sin embargo,

Existen zonas que no han sido suficientemente estudiadas por lo que el número de especies podría ser mayor.

Las especies predominantes en cada uno de los ecosistemas del cantón se detallan a continuación:

- **Bosque Siempre verde de Tierras Bajas:**

Tal y como manifestábamos en el apartado anterior por lo general son bosques maduros que se caracterizan por ser bastante densos y con alta biodiversidad. Generalmente presenta tres estratos bien diferenciados con árboles emergentes típicos:

a). El primer estrato está conformado por árboles emergentes, con las especies dominantes que se detallan en el siguiente cuadro:

**Cuadro No. 3.** Especies Emergentes Principales Registradas en el Bosque Maduro Sobre Colina (Bmc).

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Chuncho	<i>Cedrelinga cateniformis</i>	FABACEAE
Cutanga, tankam, yurutz	<i>Parkia multijuga</i>	FABACEAE
Ceibo	<i>Ceiba pentandra</i>	BOMBACEAE
Copal	<i>Trattinickia rhoifolia</i>	BURSERACEAE
Coco	<i>Viola Flexuosa</i>	MYRISTICACEAE
Tamburo, bella maría	<i>Vochysia sp.</i>	VOCHYSIACEAE
<b>Fuente:</b> Walsh, 2005.		
<b>Elaboración:</b> GADMFO-Unidad de Ordenamiento Territorial		

b). El dosel generalmente está formado por las siguientes especies dominantes:

**Cuadro No. 4.** Especies del Dosel más Frecuentemente Registradas en el Bosque Maduro Sobre Colina (Bmc).

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Sangre de gallina	<i>Otoba parvifolia</i>	MYRISTICACEAE
Coco	<i>Viola elongata</i>	MYRISTICACEAE
Cedrillo	<i>Tapirira guianensis</i>	ANACARDIACEAE
Sapotitllo, piaste	<i>Pouteria sp.</i>	SAPOTACEAE
Cutanga	<i>Parkia balslevii</i>	MIMOSACEAE
Copalillo	<i>Protium fimbriatum</i>	BURSERACEAE
Sandi	<i>Brosimum utile</i>	MORACEAE
Fono	<i>Eschweilera coriácea</i>	LECYTHIDACEAE
Sabroso	<i>Licania glauca</i>	CHRYSOBALANACEAE
Apote	<i>Matisia cordata</i>	BOMBABACEAE
Guayacán guambula	<i>Minquarta guianensis</i>	MORACEAE
Canelo amarillo	<i>Pleurothyrium poeppigii</i>	LAURACEAE
Sapote colorado	<i>Sterculia colombiana</i>	SAPOTACEAE
<b>Fuente:</b> Walsh, 2005;		
<b>Elaboración:</b> GADMFO-Unidad de Ordenamiento Territorial		

c). El subdosel está formado por las siguientes especies:

**Cuadro No. 5.** Especies del Subdosel más Frecuentes del Bosque Maduro Sobre Colina (bmc).

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Pambil, chonta	<i>Iriartea deltoidea</i>	ARECACEAE
Ungurahua	<i>Oenocarpus bataua</i>	ARECACEAE
Cahmbira	<i>Astrocaryum chambira</i>	ARECACEAE
Azufre	<i>Symphonia globulifera</i>	CLUSIACEAE
Colorado manzano	<i>Guarea sp.</i>	MELIACEAE
Guabo	<i>Inga sp.</i>	FABACEAE
Mascarey	<i>Hyeronima alchorneoides</i>	EUPHORBIACEAE
<b>Fuente:</b> Walsh, 2005		
<b>Elaboración:</b> GADMFO-Unidad de Ordenamiento Territorial		

El sotobosque es bastante denso y está conformado principalmente por: *Hevea guianensis*, *Mabea maynensis*, *Senefeldera inclinata* (Euphorbiaceae); *Casearia javitensis* (Flacourtiaceae); *Miconia sp.* (Melastomataceae); *Randia armata* (Rubiaceae) y *Perebea guianensis* (Moraceae). Son frecuentes los bejucos de los géneros *Paullinia*, *Serjania* y *Bahuinia*. Existen abundantes epífitas de las familias Bromeliaceae, Areaceae y Cyclanthaceae, que crecen sobre los fustes de los árboles bien desarrollados.

El componente herbáceo está constituido principalmente por: *Calathea sp.* (Marantaceae), *Columnea sp.* (Gesneriaceae), *Geonoma sp.* (Arecaceae), y *Piper sp.* (Piperaceae) (Walsh, 2005)

Por otro lado, el bosque secundario, presenta especies pioneras en regeneración natural de hasta 20 m de alto como: *Ochroma pyramidale* (Bombacaceae), *Cecropia sp.* (Cecropiaceae), *Heliocarpus americanus* (Tiliaceae) y un denso estrato arbustivo de hasta 3 m de alto, formado por *Gynerium sagittatum* (Poaceae), *Heliconia episcopalis* (Heliconiaceae), *Costus escaber* (Zingiberaceae), entre las más abundantes (WALSH, 2005).

- **Bosque Siempreverde de Tierras Bajas Inundable por Aguas Blancas**

Empezando desde afuera, es característico un estrato herbáceo arbustivo donde sobresalen *Gynerium sagittatum* (Poaceae); *Tesaria integrifolia* (Asteraceae) y *Calliandra angustifolia* (Mimosaceae); un segundo estrato está constituido por especies de *Cecropia* (Cecropiaceae) que, a menudo, forman manchas densas en las orillas de los ríos por debajo de los 300 y 450 m.s.n.m. Un tercer estrato, ya hacia el bosque más estable, está formado por *Ficus insípida* (Moraceae) y *Calycophyllum spruceanum* (Rubiaceae). Flora característica: Los árboles del dosel pertenecen a las especies *Calycophyllum spruceanum* (Rubiaceae); *Ceiba*

*pentandra* (Bombacaceae); *Ficus insipida* (Moraceae); *Otoba parvifolia* (Myristicaceae); *Guarea guidonia* (Meliaceae); *Terminalia oblonga* (Combretaceae); *Sterculia apétala* (Sterculiaceae); *Acacia glomerosa* (Mimosaceae), especialmente entre los 350 y 450 m.s.n.m. En el subdosel son abundantes *Trichilia laxipaniculata* y *Guarea macrophylla* (Meliaceae). En la orilla misma de los ríos se encuentra *Gynerium sagitatum* (Poaceae); *Tesaria integrifolia* (Asteraceae); *Cecropia spp.* (Cecropiaceae); *Calliandra angustifolia* (Mimosaceae) (Sierra, 1999).

- **Bosque Siempreverde de Tierras Bajas Inundable por Aguas Negras:**

Casi todas las especies de plantas en este tipo de vegetación son endémicas de este hábitat, no existen en tierra firme ni en el bosque de várzea. Entre los árboles más abundantes está el matapalo (*Coussapoa trinervia*).

- **Bosque Inundable de Palmas de Tierras Bajas (Humedal):**

La palma *Mauritia flexuosa* es la especie de árbol más abundante. El dosel del bosque llega a los 30 m. de altura y el sotobosque es relativamente denso (Palacios et al, 1.999).

- **Endemismo de las Especies de Flora del Cantón**

El endemismo es definido como la ocurrencia de una determinada especie en una región con un conjunto de características específicas y que no se registran en otra zona. Refiriéndonos al cantón, se han identificado 101 especies que han sido catalogadas como endémicas. Entre estas especies se pueden citar a las especies de árboles:

*Pentaplaris huaoranica*, *Andira macrocarpa*, *Catostemma digitata*, *Inga yasuniana*, *Acanthostyris annonagustata*, *Nactandra crassiloba*, *Strypnodendron porcatum*, las especies herbáceas *Besleria miniata* y *Besleria quadrangulata*; la especie de palma *Geonoma supracostata*. La familia Orchidaceae con 13 especies y la familia Gesneriaceae con 9 especies (Guevara J, 2009).

## **b. Fauna**

Considerando su ubicación entre dos Reservas de Biosfera Sumaco y Yasuní, así como los ecosistemas que lo componen, el cantón Francisco de Orellana ocupa una posición biogeográfica privilegiada, donde la riqueza de especies de fauna

(anfibios, aves, mamíferos) alcanzan niveles que superan al resto de regiones de América del Sur (Ministerio del Ambiente, 2010).

### • **Diversidad y Especies de Fauna Predominantes en los Ecosistemas del Cantón.**

El Parque Nacional Yasuní se convierte en el icono de la riqueza faunística del cantón, a pesar de que abarca aproximadamente el 22% de su territorio. Es por ello que la información existente sobre la fauna del cantón se entremezcla con la identificada en el Yasuní, no logrando disponer de parámetros claros de frecuencia y distribución de especies en sus diferentes zonas y parroquias, e incluso ecosistemas (MAE, 2011).

La inmensa mayoría de los estudios de fauna realizados dentro del cantón se han dirigido a conocer la fauna dentro del Parque Nacional Yasuní. Logrando establecer un sinnúmero de especies de fauna, que se incrementa según se continúan estudiándolas. Según el Plan de Manejo del Parque Nacional Yasuní (MAE, 2011) hasta el momento oficialmente se han registrado:

- 204 especies de mamíferos (de los cuales más de 90 son murciélagos);
- 610 especies de aves;
- 121 especies de reptiles;
- 139 especies de anfibios;
- Más de 268 especies de peces; y
- Cientos de miles de especies de insectos.

Si bien no existe una definición clara de las especies de fauna vinculada a cada una de los cuatro ecosistemas identificados en el cantón, si se puede establecer una diferenciación entre las especies propias de los ecosistemas terrestres y acuáticos.

### • **Especies de Fauna en los Ecosistemas Terrestres**

Entre los grupos de especies de fauna que se consideran terrestres tenemos a los mamíferos, aves, anfibios y reptiles.

Según UNESCO-MAE, 2011; Entre los mamíferos, los murciélagos son los más diversos en especies, seguidos por los roedores (guatusas y ratones) y los carnívoros (felinos, nutrias y cusumbos).

En el siguiente cuadro se muestran las especies de mamíferos, aves, anfibios y reptiles más abundantes e importantes de los ecosistemas terrestres del cantón:

**Cuadro No. 6.** Mamíferos terrestres del cantón Francisco de Orellana

Mamíferos terrestres	
NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Guatusa	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>
Huangana	<i>Tayassu pecari</i>
Pecari de collar	<i>Pecari tajacu</i>
Venado	<i>Mazama sp</i>
Guanta	<i>Cuniculus paca</i>
Capibara	<i>Hydrochoerus hydrochaeris</i>
Tapir amazónico	<i>Tapirus terrestres</i>
Armadillo de nueve bandas	<i>Dasypus novemcinctus</i>
Puma	<i>Puma concolor</i>
Mono araña	<i>Ateles belzebuth</i>
Barizo	<i>Saimiri sciureus</i>
Chorongo	<i>Lagothrix lagotricha</i>
Oso hormiguero	<i>Myrmecophaga tridactyla</i>
Perezoso	<i>Bradypus variegatus</i>
Ardillas	<i>Sciurus sp.</i>

Fuente: GADMFO, 2015.

Elaboración: Gloria Escobar

**Cuadro No. 7.** Aves del cantón Francisco de Orellana

Aves	
NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Paujiles	<i>Crax sp.; Mitu sp.</i>
Trompeteros	<i>Psophia crepitans</i>
Tinamúes	<i>Crypturellus sp.; Nothoprocta sp.</i>
Vencejos de morete	<i>Reinarda squamata</i>
Ermitaños	<i>Phaethornis sp.; amazilia sp.</i>
Nictibius	<i>Nyctibius sp.</i>
Jacanas	<i>Jacana jacana</i>
Martín pescador	<i>Megaceryle sp.</i>
Motmots	<i>Momotus sp.</i>
Pavas hediondas	<i>Opisthocomus hoatzin</i>
Tijeretas	<i>Elanoides forficatus</i>
Águila arpía	<i>Harpia harpyja</i>

Fuente: GADMFO, 2015.

Elaboración: Gloria Escobar

**Cuadro No. 8.** Anfibios del cantón Francisco de Orellana

Anfibios	
NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Ranas arborícolas	<i>Dendropsophus sp.</i>
	<i>Hypsiboas sp.</i>
	<i>Osteocephalus sp.</i>
	<i>Scinax sp.</i>
	<i>Eleutherodactylus trachycephalus</i>
	<i>Leptodactylus lineatus</i>
	<i>Engystomops petersi</i>
	<i>Adenomera andreae</i>
Ranas venenosas	<i>Allobates femoralis</i>
	<i>Hyloxalus sp.</i>
	<i>Dendrobates sp.</i>
	<i>Epipedobates sp.</i>
	<i>Chiasmocleis sp.</i>
	<i>Ctenophryne geayi</i>
	<i>Hamptophryne boliviana</i>
	<i>Synapturanus rabus</i>
	<i>Syncope antenori</i>
	<i>Atelopus spumarius</i>
	<i>Rhaebo sp.</i>
	<i>Rhinella sp.</i>
<i>Dendrophryniscus minutus</i>	
Culebras ciegas	<i>Caecilia sp.</i>
	<i>Microcaecilia albiceps</i>
	<i>Osaecilia bassleri</i>
	<i>Siphonos annulatus</i>
Salamandras	<i>Bolitoglossa aequatoriana</i>
	<i>Bolitoglossa peruviana</i>
Sapo	<i>Dendrophryniscus minutus</i>

Fuente: GADMFO, 2015.

Elaboración: Gloria Escobar

**Cuadro No. 9.** Reptiles del cantón Francisco de Orellana

Reptiles	
NOMBRE	NOMBRE CIENTÍFICO
Hay 62 especies, entre los <b>reptiles</b> , las serpientes son las más comunes son:	
<b>Serpientes venenosas</b>	
Coral	<i>Micrurus sp.</i>
Víboras	<i>Botrops sp.</i>
Verrugosa	<i>Lachesis muta muta</i>
	<i>Anilius scytale scytale</i>
<b>Serpientes sin veneno</b>	
Culebras	<i>Atractus sp.</i>
	<i>Dipsas sp.</i>
	<i>Chironius sp.</i>
	<i>Oxybelis sp.</i>
	<i>Clelia clelia</i>
	<i>Imantodes sp.</i>
	<i>Leptodeira sp.</i>
Boa	<i>Boa constrictor</i>
Anaconda	<i>Eunectes murinus</i>
Falsa coral	<i>Corallus caninus</i>
	<i>Corallus hortelanus</i>
<b>Caimanes</b>	
Caimán	<i>Caiman crocodylus</i>

Caimán negro	<i>Melanosuchus niger</i>
Caimán	<i>Paleosuchus trigonatus</i>
<b>Tortugas</b>	
Charapa	<i>Podonemcis expansa</i>
Tortuga	<i>Platemys platycephala</i>
Cabeza de	<i>Batrachemys racineps</i>
Matamata	<i>Chelus fimbriatus</i>
Motelo	<i>Geochelona denticulata</i>

Fuente: GADMFO, 2015.

Elaboración: Gloria Escobar

- **Amenazas a las Especies de Fauna Predominantes.**

Ecuador no posee información precisa sobre el estado de conservación de las especies silvestres, pero es fácil afirmar que el tráfico ilegal de vida silvestre es una de las amenazas que ejerce una fuerte presión sobre la biodiversidad ecuatoriana, causando un impacto sobre todos los ecosistemas que se ven afectados por esta actividad ilícita. Se considera que el tráfico de especies silvestres a nivel mundial es la tercera actividad ilícita más rentable después del tráfico de drogas y de armas. En el Ecuador el panorama no es diferente, el tráfico de la vida silvestre se ha convertido en el modus vivendi de muchos ecuatorianos, que en algunos casos forman parte del alto porcentaje de pobreza del país, y que han encontrado en esta actividad una forma de sustento (MAE, 2012 ).

La gran cantidad de especies de mamíferos, aves, anfibios, reptiles, peces e insectos, ejercen un importante rol dentro de los ecosistemas del cantón como polinizadores, frugívoros, dispersores de semillas, carnívoros, herbívoros u omnívoros. Eso significa que la desaparición de cualquiera de ellas generaría un desequilibrio en toda la cadena trófica.

A pesar de que existen muy pocos estudios concretos y claros, se puede afirmar que la cacería, el tráfico y la comercialización de vida silvestre y la transformación de su hábitat a través de la deforestación y la conversión de los bosques naturales a zonas agropecuarias, entre otros factores, están reduciendo las poblaciones de las especies de fauna existentes en el cantón a situaciones críticas, alterando de esta manera las relaciones y el funcionamiento de los ecosistemas presentes.

Entre las especies de fauna, son los mamíferos los más acosados, principalmente como fuente de alimento, aunque también para su comercialización o incluso debido a su supuesta peligrosidad. Los mamíferos más perseguidos son los grupos

que incluyen especies grandes, entre las que se encuentran principalmente los primates (monos), artiodáctilos (cerdos de monte, venados), perisodáctilos (tapires o dantas), roedores (guanta, guatuso, etc.), carnívoros (puma, tigrillo, jaguar, etc.) y los xenartros (oso hormiguero, armadillo y perezoso).

Si bien algunos de ellos aportan la proteína animal necesaria para los habitantes nativos que dependen de los recursos silvestres para su subsistencia, son también cazados y comercializados como “carne de monte” en los centros poblados del cantón, a pesar de estar prohibido por la legislación ecuatoriana.

Se estima que se podría estar comercializando hasta diez toneladas de carne silvestre al año. Entre las especies más demandadas en los comedores típicos de las principales ciudades amazónicas como carne de monte, está la guanta (*Cuniculus paca*), acompañada con carne de venado y dos especies de chanchos silvestres: el sahíno (*Pecarí tajacu*) y guangana (*Tayassu pecarí*). La comercialización de éstas especies está provocando que sus poblaciones desaparezcan o estén en peligro de extinción tanto fuera como en los bordes de las áreas de conservación y uso sostenible (UICN, 2010).

Además de la carne silvestre, también se comercializan animales vivos que son utilizados como mascotas. Los animales más frecuentemente involucrados en este tipo de tráfico son los monos, loros, tucanes y tortugas terrestres y acuáticas (WCS, 2007).

Guevara, 2009, señala que se han reportado 15 especies de fauna que se encuentran dentro de alguna categoría de amenaza a nivel regional, nacional y global, de acuerdo con las listas y tratados vigentes propuestos por la UICN, cuyo análisis se ha realizado de acuerdo con las especies reportadas para el piso tropical amazónico. Entre las especies de fauna amenazadas se encuentran:

**Cuadro No.10.** Especies de Fauna Registradas Bajo Algún Código de Amenaza (CITES-UICN) en el Cantón

NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	CATEGORÍA DE AMENAZA
Rata arborícola armada de cola desnuda	<i>Pattonomys occasius</i>	CR
Nutria gigante	<i>Pteronura brasiliensis</i>	CR
Manatí amazónico	<i>Trichechus inunguis</i>	CR
Delfín rosado	<i>Inia geoffrensis</i>	EN
Delfín gris de río, tucuxi	<i>Sotalia fluviatilis</i>	EN
Raposa de cola peluda	<i>Glironia venusta</i>	VU
Mono araña	<i>Ateles belzebuth</i>	VU
Mono chorongo	<i>Lagothrix lagothricha</i>	VU
Mono lanudo marrón	<i>Lagothrix poeppigii</i>	VU
Armadillo gigante	<i>Priodontes maximus</i>	VU
Perro de monte (sacha allcu)	<i>Speothos venaticus</i>	VU
Nutria neotropical	<i>Lontra longicaudis</i>	VU
Tigrillo chico	<i>Leopardus tigrinus</i>	VU
Jaguar	<i>Panthera onca</i>	VU
Puma	<i>Puma concolor</i>	VU
<p>CR = En peligro crítico; EN = En peligro; VU = Vulnerable  <b>Fuente:</b> Guevara, 2009.  <b>Elaboración:</b> GADMFO-Unidad de Ordenamiento Territorial</p>		

### c. Aspectos Climáticos

- **Precipitación mensual y anual, del año 2000-2013**

La precipitación en la Amazonía ecuatoriana se debe a la influencia del Atlántico desde Brasil, pero también a la influencia del Pacífico. Esto ocasiona que exista mucha lluvia y dos estaciones secas, en enero y en agosto, aunque su cumplimiento no es constante.

La precipitación anual tiene dos ciclos, el primero que va desde enero hasta julio y el segundo de agosto hasta septiembre. Los períodos más lluviosos comprenden desde marzo hasta junio y el otro periodo es de noviembre a diciembre. Los tiempos más secos o de verano se encuentran en el mes de enero y febrero y el otro período seco se extiende de julio a octubre, pero el mes más seco es agosto. La precipitación promedio anual es de 3.126,9 mm.

**Cuadro No. 11. Precipitación mensual y anual del cantón Francisco de Orellana del año 2000-2013**

<b>Año</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>TOTAL</b>	<b>Prom /mes</b>
<b>Año 2000</b>	258,5	273,0	293,9	325,7	537,5	424,0	255,8	191,3	281,3	242,5	256,9	241,6	3.581,8	298,5
<b>Año 2001</b>	166,3	139,7	334,6	311,0	440,0	353,7	193,0	184,7	293,1	323,4	290,0	434,5	3.463,6	288,6
<b>Año 2002</b>	218,1	236,5	471,3	331,9	442,4	390,7	375,8	103,2	138,0	424,0	377,4	262,7	3.771,6	314,3
<b>Año 2003</b>	187,8	171,6	286,9	381,0	374,5	416,1	146,2	206,7	186,9	221,5	383,6	359,2	3.321,7	276,8
<b>Año 2004</b>	59,1	53,3	412,8	331,9	655,7	326,4	399,4	100,9	193,6	143,0	335,3	199,8	3.211,0	267,6
<b>Año 2005</b>	211,8	383,4	208,3	410,8	268,7	185,6	169,2	128,5	114,8	284,4	268,6	443,6	3.077,5	256,5
<b>Año 2006</b>	271,7	265,0	428,4	391,4	161,4	343,1	230,9	263,6	308,5	293,9	309,3	355,1	3.622,1	301,8
<b>Año 2007</b>	282,5	60,9	240,7	349,4	208,4	353,7	233,5	187,5	324,9	254,1	311,0	411,2	3.217,6	268,1
<b>Año 2008</b>	263,0	377,7	164,8	393,0	403,5	388,6	177,0	185,6	225,6	161,2	247,2	242,5	3.229,4	269,1
<b>Año 2009</b>	342,8	337,5	503,3	407,6	308,1	331,2	181,1	202,0	241,2	212,5	291,8	155,1	3.513,9	292,8
<b>Año 2010</b>	89,1	249,4	211,6	346,1	231,4	320,4	198,7	47,3	191,8	233,7	241,7	372,9	2.733,9	227,8
<b>Año 2011</b>	187,0	287,0	484,2	405,0	409,6	322,2	160,7	163,8	220,7	203,6	376,2	448,2	3.668,2	305,7
<b>Año 2012</b>	104,9	236,49	240,28	210,31	90,93	150,12	227,07	120,64	48,01	124,96	130,05	230,62	1.914,4	159,5
<b>Año 2013</b>	122,93	191,76	109,47	130,58	281,44	118,62	126,49	114,3	73,41	34,79	44,95	101,08	1.449,8	120,8
<b>PROMEDIO</b>	<b>186,9</b>	<b>224,9</b>	<b>309,4</b>	<b>340,3</b>	<b>313,7</b>	<b>309,5</b>	<b>216,5</b>	<b>144,0</b>	<b>201,5</b>	<b>209,2</b>	<b>279,8</b>	<b>301,1</b>	<b>3.126,9</b>	<b>260,6</b>
<b>MAX.</b>	<b>342,8</b>	<b>383,4</b>	<b>503,3</b>	<b>410,8</b>	<b>655,7</b>	<b>424,0</b>	<b>399,4</b>	<b>263,6</b>	<b>324,9</b>	<b>424,0</b>	<b>383,6</b>	<b>443,6</b>		
<b>MIN.</b>	<b>59,1</b>	<b>53,3</b>	<b>109,4</b>	<b>130,5</b>	<b>90,9</b>	<b>118,6</b>	<b>126,4</b>	<b>47,3</b>	<b>48,0</b>	<b>34,7</b>	<b>44,9</b>	<b>101,0</b>		

Fuente: Estaciones de Aeropuerto y Huashito

Elaboración: GADMFO-Unidad de Ordenamiento Territorial

□ **Temperatura mensual y anual, del año 2000-2013**

El cantón no presenta estacionalidad térmica definida y la temperatura media se mantiene relativamente constante entre los 25 y 27°C, con una radiación solar que dura aproximadamente 12 horas todos los días del año, con pequeños rangos de fluctuación de apenas 50 minutos. Los meses más calurosos son enero y octubre, y el mes con más baja temperatura es julio. Siendo la temperatura promedio 26°.

**Cuadro No. 12. Temperatura mensual y anual del cantón Francisco de Orellana del año 2000-2013**

<b>Año</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>PROM</b>	<b>MAX</b>	<b>MIN</b>
<b>Año 2000</b>	27,0	26,6	26,2	25,5	26,1	25,6	24,7	26,0	26,5	26,8	27,4	27,3	26,3	27,4	24,7
<b>Año 2001</b>	25,9	26,6	25,7	26,5	26,3	25,1	25,8	25,9	26,9	28,1	26,8	27,0	26,4	28,1	25,1
<b>Año 2002</b>	28,2	27,4	26,7	27,2	25,7	26,2	26,1	26,4	26,9	27,4	27,2	27,0	26,9	28,2	25,7
<b>Año 2003</b>	27,3	27,1	25,6	26,2	26,4	25,3	25,3	25,2	25,7	26,3	26,9	26,4	26,1	27,3	25,2
<b>Año 2004</b>	27,3	27,1	26,5	26,8	26,0	25,6	25,6	26,2	26,0	27,1	27,7	26,7	26,5	27,7	25,6
<b>Año 2005</b>	27,5	26,1	26,8	26,0	26,5	26,3	26,1	26,9	27,0	26,8	26,7	26,2	26,6	27,5	26,0
<b>Año 2006</b>	25,4	26,4	25,7	26,1	25,6	25,3	25,3	25,5	26,6	27,1	25,9	25,9	25,9	27,1	25,3
<b>Año 2007</b>	26,4	27,3	25,9	26,5	25,9	25,0	26,0	25,9	25,9	26,5	26,6	26,2	26,1	27,3	25,0
<b>Año 2008</b>	26,2	25,6	26,3	26,6	25,4	25,3	25,8	26,8	26,1	27,3	26,8	26,7	26,2	27,3	25,3
<b>Año 2009</b>	25,8	26,3	25,6	25,9	25,7	25,1	25,2	24,6	26,7	27,9	26,3	25,4	25,9	27,9	24,6
<b>Año 2010</b>	25,3	24,5	26,4	25,3	25,2	25,3	24,9	26,0	26,6	26,1	25,7	26,2	25,6	26,6	24,5
<b>Año 2011</b>	29,5	25,2	25,1	25	24,8	25,1	24,3	25,4	25,1	25,9	25,7	24,9	25,5	29,5	24,3
<b>Año 2012</b>	27,1	25,6	25,6	26,7	25,6	26,4	25,9	26,6	27,1	27,7	27,6	27,1	26,6	27,7	25,6
<b>Año 2013</b>	27,2	25,9	25,9	26,3	26	24,9	24,9	24,8	25,9	26,9	27,2	26,3	26,0	27,2	24,8
<b>PROMEDIO</b>	<b>26,9</b>	<b>26,26</b>	<b>26</b>	<b>26,2</b>	<b>25,8</b>	<b>25,5</b>	<b>25,4</b>	<b>25,9</b>	<b>26,4</b>	<b>27</b>	<b>26,8</b>	<b>26,4</b>	<b>26,19</b>	<b>27,6</b>	<b>25,1</b>
<b>T° MAX.</b>	<b>29,5</b>	<b>27,4</b>	<b>26,8</b>	<b>27,2</b>	<b>26,5</b>	<b>26,4</b>	<b>26,1</b>	<b>26,9</b>	<b>27,1</b>	<b>28,1</b>	<b>27,7</b>	<b>27,3</b>			
<b>T° MIN.</b>	<b>25,3</b>	<b>24,5</b>	<b>25,1</b>	<b>25,3</b>	<b>24,8</b>	<b>24,9</b>	<b>24,3</b>	<b>24,6</b>	<b>25,1</b>	<b>25,9</b>	<b>25,7</b>	<b>24,9</b>			

**Fuente:** Estaciones de Aeropuerto y Huashito

**Elaboración:** GADMFO-Unidad de Ordenamiento Territorial

- **Humedad relativa mensual y anual, del año 2000-2013**

La humedad es un parámetro importante en la formación de fenómenos meteorológicos. Conjuntamente con la temperatura, la humedad caracteriza la intensidad de la evapotranspiración y tiene relación con la disponibilidad del agua aprovechable, circulación atmosférica y cubierta vegetal. El promedio anual de la humedad relativa es de 81%.

Los datos mensuales de humedad relativa media para el cantón la sitúan en valores superiores al 78%, alcanzando valores cercanos al 84%. Los meses de mayor humedad son: marzo, mayo, junio y julio. Los meses de menor humedad relativa son octubre, enero y septiembre.

**Cuadro No. 13. Humedad relativa mensual y anual del cantón Francisco de Orellana del año 2000-2013**

<b>Año</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>PROM.-MES</b>
<b>Año 2000</b>	74,0%	75,0%	78,0%	81,0%	82,0%	84,0%	82,9%	79,2%	76,0%	74,4%	74,0%	76,4%	78,1%
<b>Año 2001</b>	77,7%	76,9%	79,5%	79,0%	81,6%	81,4%	80,4%	78,1%	76,5%	74,1%	79,6%	81,2%	78,8%
<b>Año 2002</b>	73,8%	79,2%	81,5%	77,4%	81,6%	80,1%	79,9%	76,2%	73,5%	76,0%	77,9%	75,9%	77,7%
<b>Año 2003</b>	76,6%	79,1%	82,0%	80,0%	82,8%	79,5%	80,0%	77,2%	75,9%	74,8%	74,8%	77,1%	78,3%
<b>Año 2004</b>	70,8%	72,3%	80,8%	77,7%	80,0%	80,3%	79,3%	75,1%	75,7%	77,0%	77,3%	76,3%	76,9%
<b>Año 2005</b>	74,9%	78,0%	79,4%	81,2%	79,4%	78,2%	76,6%	74,3%	75,7%	78,2%	76,0%	77,6%	77,4%
<b>Año 2006</b>	79,6%	78,0%	85,1%	81,8%	80,0%	81,7%	80,1%	79,0%	78,6%	77,9%	80,6%	82,9%	80,4%
<b>Año 2007</b>	81,7%	76,4%	84,3%	84,0%	84,0%	86,0%	82,0%	80,5%	82,3%	81,9%	80,9%	81,8%	82,1%
<b>Año 2008</b>	84,2%	85,8%	84,7%	84,7%	86,8%	85,8%	84,5%	82,3%	83,1%	69,6%	84,1%	81,6%	83,1%
<b>Año 2009</b>	86,7%	84,8%	86,2%	86,7%	84,3%	85,8%	84,0%	84,7%	83,7%	83,1%	82,9%	84,3%	84,8%
<b>Año 2010</b>	80,9%	86,6%	85,5%	86,2%	84,8%	86,9%	86,6%	83,3%	80,6%	82,4%	86,4%	87,2%	84,8%
<b>Año 2011</b>	92,0%	91,0%	91,8%	91,3%	92,2%	90,8%	93,0%	88,4%	89,6%	88,4%	90,9%	93,8%	91,1%
<b>Año 2012</b>	70,6%	80,5%	80,4%	76,1%	81,8%	77,7%	76,2%	73,8%	72,4%	71,7%	69,3%	76,1%	75,6%
<b>Año 2013</b>	76,1%	82,1%	86,3%	82,5%	86,9%	90,5%	86,9%	88,3%	82,8%	82%	82,8%	85%	84,4%
<b>PROMEDIO</b>	78,5%	80,4%	83,3%	82,1%	83,4%	83,5%	82,3%	80,0%	79,0%	78,0%	79,8%	81,2%	<b>81,0%</b>
<b>MAX.</b>	<b>92,0%</b>	<b>91,0%</b>	<b>91,8%</b>	<b>91,3%</b>	<b>92,2%</b>	<b>90,8%</b>	<b>93,0%</b>	<b>88,4%</b>	<b>89,6%</b>	<b>88,4%</b>	<b>90,9%</b>	<b>93,8%</b>	
<b>MIN.</b>	<b>70,6%</b>	<b>72,3%</b>	<b>78,0%</b>	<b>76,1%</b>	<b>79,4%</b>	<b>77,7%</b>	<b>76,2%</b>	<b>73,8%</b>	<b>72,4%</b>	<b>71,7%</b>	<b>74,0%</b>	<b>75,9%</b>	

Fuente: Estaciones de Aeropuerto y Huashito

Elaboración: GADMFO-Unidad de Ordenamiento Territorial

- **Heliofanía**

En el Anuario Meteorológico del año 2015, ofrece los datos del año 2012 de la estación San José de Payamino que se ubica en el cantón

Francisco de Orellana. Los cuales son:

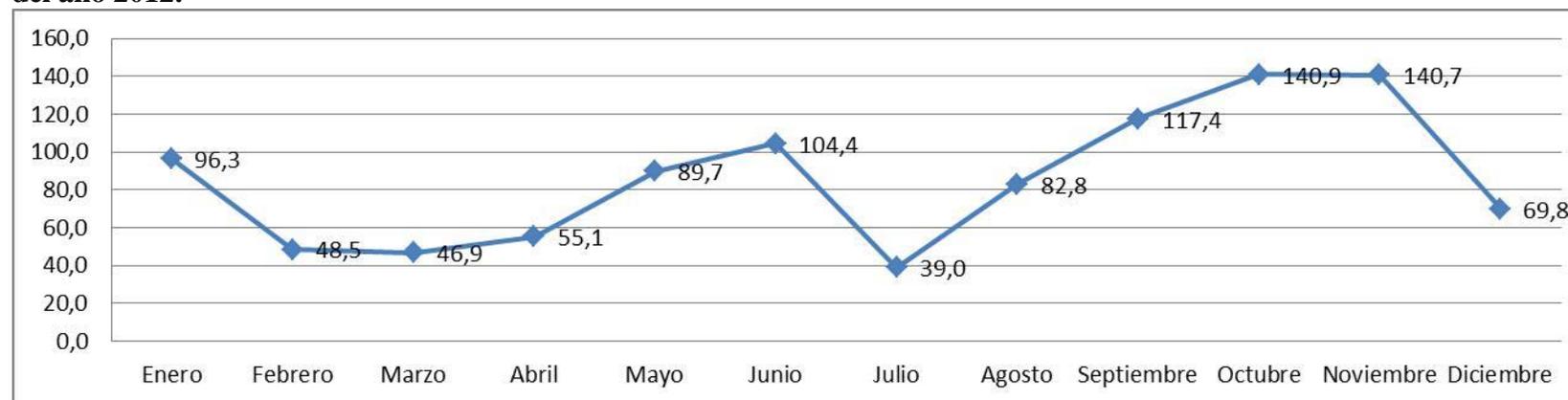
**Cuadro No. 14. Heliofanía por horas mensuales del cantón Francisco de Orellana del año 2012**

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Horas	96,3	48,5	46,9	55,1	89,7	104,4	39,0	82,8	117,4	140,9	140,7	69,8

Fuente: INAMHI, Anuario Meteorológico 2015

Elaboración: Gloria Escobar

**Figura No. 4. Heliofanía por horas mensuales del cantón Francisco de Orellana del año 2012.**



Fuente: INAMHI, Anuario Meteorológico 2015

Elaboración: Gloria Escobar

### **4.2.3. Datos Generales de la parroquia El Dorado**

#### **a. División político administrativa**

- **Creación y datos básicos de la Parroquia El Dorado**

La Parroquia El Dorado fue creada el 30 de julio de 1998, cuando el Congreso Nacional aprobó la creación de la Provincia de Orellana, mediante Registro Oficial # 372 en la administración del señor Dr. Fabián Alarcón, Presidente Constitucional Interino de la República del Ecuador. Pero las fiestas de la parroquia se celebran el 15 de agosto, pues, se la hace coincidir con las fiestas de la Virgen del Cisne, debido a que la mayor parte de residentes de la parroquia provienen de la provincia de Loja. Y antes de la parroquialización, el 15 de agosto se celebran anualmente las fiestas del centro poblado, en esta fecha.

Anteriormente la parroquia fue parte de la zona rural de la parroquia Puerto Francisco de Orellana. La cabecera parroquial se denomina El Dorado y se ubica en el km 5 de la vía Auca. En el año 2008 a través de una ordenanza se establecen los límites de todas las parroquiales rurales del cantón Francisco de Orellana, aunque desde el año de 1999 se eligieron todos los representantes de las Juntas Parroquiales rurales en el cantón. Esto posibilita para que el GAD de la Parroquial Rural El Dorado cuente con financiamiento de la Ley 010, pues solo recibían financiamiento las parroquias de Dayuma y Taracoa.

- **Límites, mapas y datos básicos de la parroquia El Dorado**

Los límites de la parroquia El Dorado son:

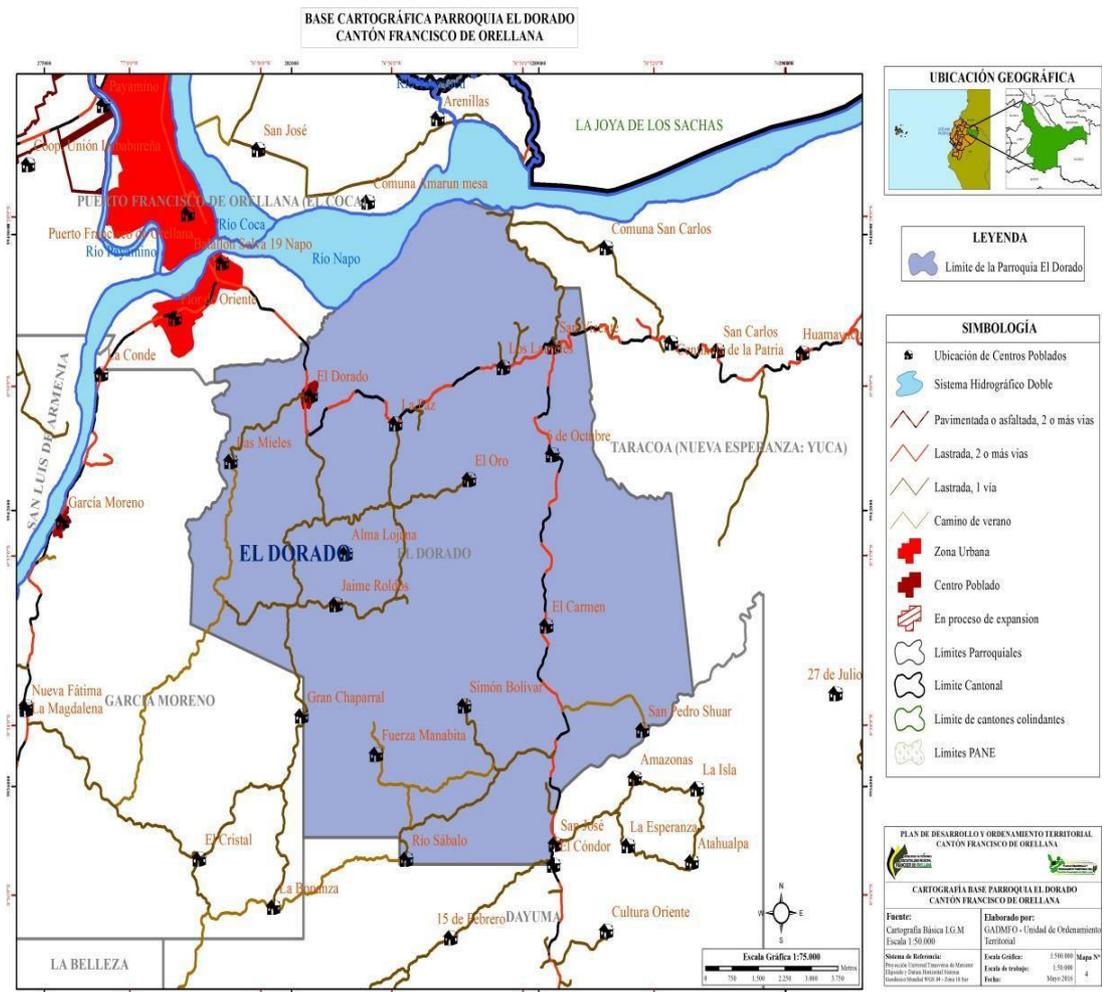
**Norte:** Puerto Francisco de Orellana (El Coca);

**Sur:** Dayuma;

**Este:** Taracoa y

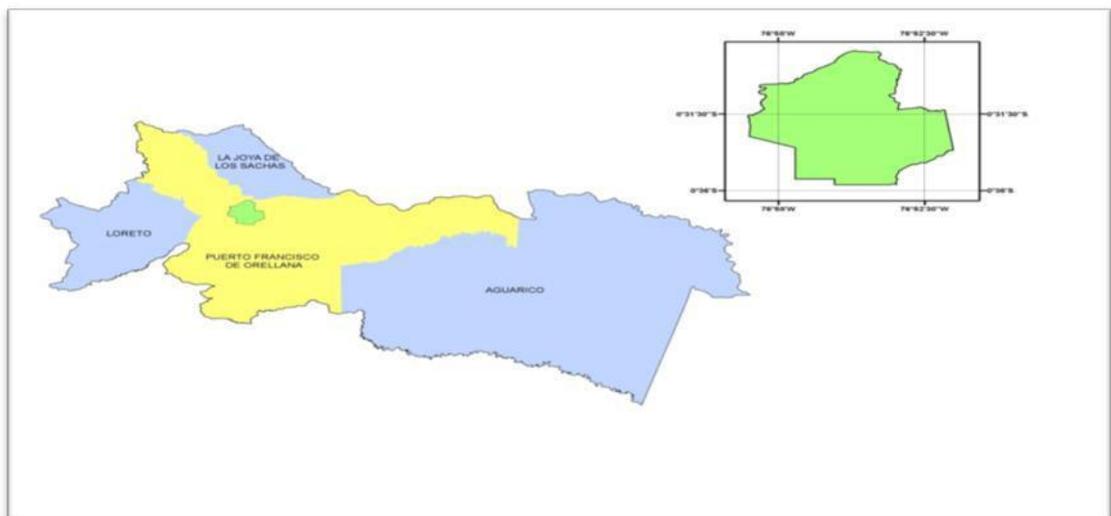
**Oeste:** García Moreno

**Figura No. 5. Mapa político Parroquia El Dorado.**



**Fuente:** GAD Municipal Francisco de Orellana, 2016.  
**Elaboración:** GAD Municipal Francisco de Orellana

**Figura No. 6. Mapa Parroquia El Dorado, localización cantonal**



**Fuente:** GAD Parroquial El Dorado, PDyOT 2014-2019.  
**Elaboración:** GAD Parroquial El Dorado

Los datos básicos de la parroquia El Dorado son:

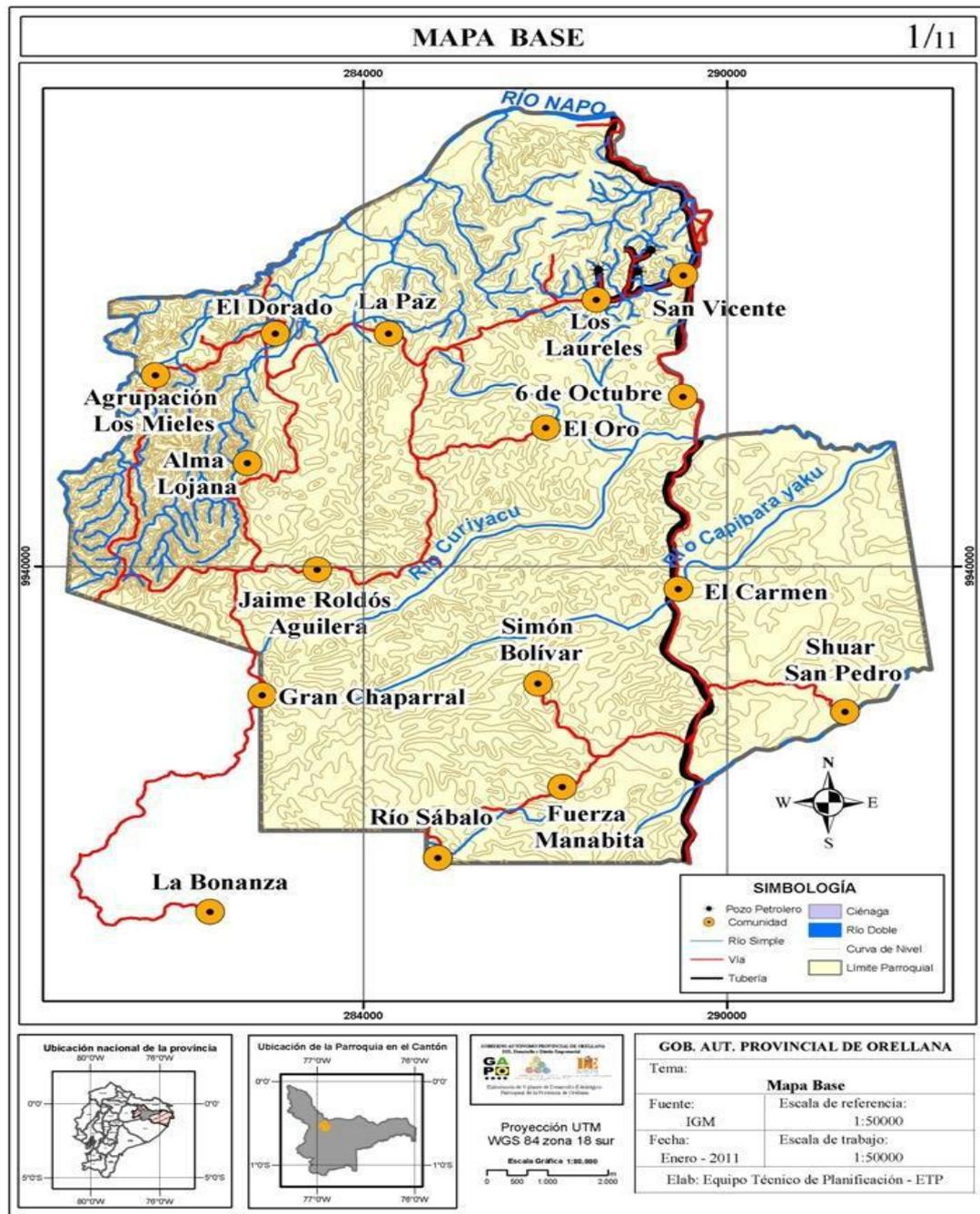
**Cuadro No. 15. Datos de la Parroquia El Dorado**

<b>Fecha de creación de la Parroquia</b>	30 de julio de 1998
<b>Cabecera parroquial</b>	El Dorado, km 5 de la vía Auca
<b>Población total</b>	1.639 habitantes según el censo 2010
<b>Extensión</b>	130,72 km <sup>2</sup>
<b>Ecosistema</b>	Terrestre: bosque húmedo amazónico y bosque húmedo amazónico inundable Acuático: humedales, ríos y depósitos de agua
<b>Altitud</b>	Desde 246 a 340 m.s.n.m.
<b>Heliofanía</b>	La radiación solar dura aproximadamente 12 horas todos los días del año. En los meses lluviosos es menor a 9 horas.
<b>Humedad</b>	Humedad relativa, entre el 70% y 84%, según la estación del año
<b>Temperatura</b>	Se registrar una temperatura promedio mensual constante de 26,5 °C
<b>Clima</b>	Megatérmico Lluvioso
<b>Precipitaciones</b>	La parte norte cercana al río Napo registra un promedio de precipitaciones anuales superior a los de 3.000 mm, mientras el resto del territorio parroquial registra una precipitación promedio de 2.500 mm anual.
<b>Flora</b>	Se han identificado 1525 especies de árboles; 478 especies de lianas; 323 especies de arbustos; se han contabilizado 175 especies de epífitas; 271 especies de hierbas y finalmente 113 especies de helechos, de las cuales 101 son especies que ha sido catalogadas como endémicas y 163 están amenazadas
<b>Fauna</b>	Según el Plan de Manejo del Parque Nacional Yasuní (MAE, 2011) hasta el momento oficialmente se han registrado: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 204 especies de mamíferos (de los cuales más de 90 son murciélagos);</li> <li>• 610 especies de aves;</li> <li>• 121 especies de reptiles;</li> <li>• 139 especies de anfibios;</li> <li>• Más de 268 especies de peces; y</li> </ul> Cientos de miles de especies de insectos
<b>Rango latitudinal</b>	<b>Altitud:</b> desde 246 a 340 m.s.n.m <b>Ubicación:</b> Geográficamente la parroquia el Dorado se encuentra entre las coordenadas de latitud sur <b>0° 33'50,99"</b> , y entre <b>76°55'4,83"</b> de longitud oeste.

**Fuente:** PDyOT Parroquia rural El Dorado y PDyOT cantón Francisco de Orellana.

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No. 7. Mapa geográfico de la Parroquia El Dorado**



**Fuente:** GAD Parroquial El Dorado, PDyOT 2014-2019.

**Elaboración:** GAD Parroquial El Dorado

## b. Recursos naturales

### • Recursos Hídricos de la Parroquia El Dorado

El territorio de la parroquia El Dorado constituye parte de la Cuenca del Río Napo, con una superficie aproximada de 131.5 km<sup>2</sup>, los ríos Indillama, y drenajes

40.61 km<sup>2</sup> respectivamente, las cuales están configuradas por 2 Microcuencas cuyas extensiones se detallan en la cuadro 15.

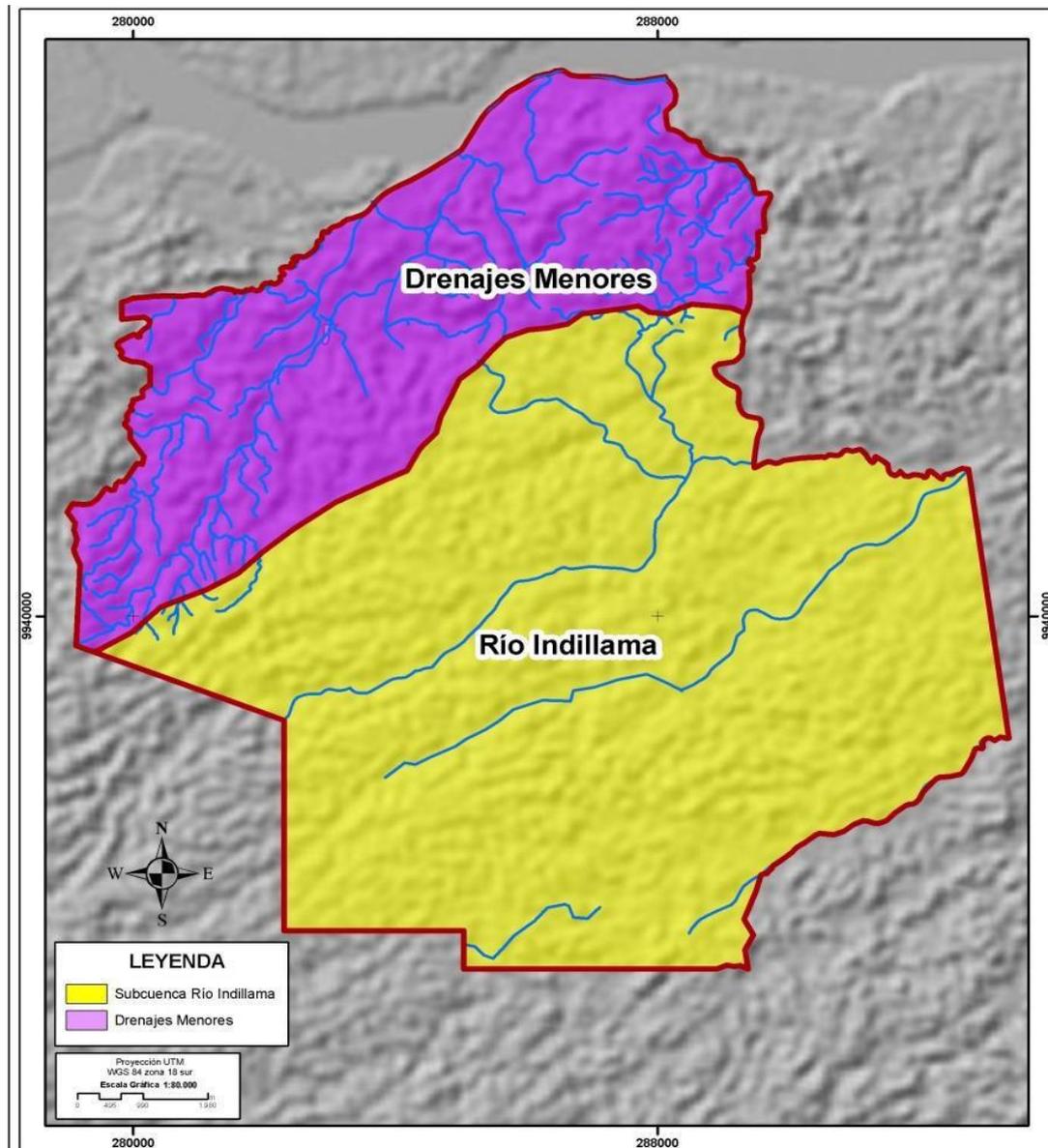
**Cuadro No. 16. Cuenca, subcuenca y microcuenca de la parroquia El Dorado**

CUENCA	SUBCUENCA	MICROCUENCA	SUPERFICIE (km <sup>2</sup> )
Río Napo	Indillama	Río Indillama	90,65
	Drenajes Menores	Río Shipati	40,61

Fuente: GAD Parroquial El Dorado, PDyOT 2014-2019.

Elaboración: GAD Parroquial El Dorado

**Figura No. 8. Cuenca, subcuenca y microcuenca de la parroquia El Dorado**



Fuente: GAD Parroquial El Dorado, PDyOT 2014-2019.

Elaboración: GAD Parroquial El Dorado

Además en la parroquia El Dorado están los siguientes cuerpos de agua o ríos: Río Capibarayacu, Río Curiyacu, Río Florida, Río Samona, Río Mieles, Río Jandiyacu, Río Samona, Río Sábalo, entre los principales. Y la laguna La Garza.

- **Suelo y Bosque de la parroquia El Dorado**

En la parroquia El Dorado existen dos tipos de unidades geomorfológicas, tal como indica la siguiente cuadro y mapa:

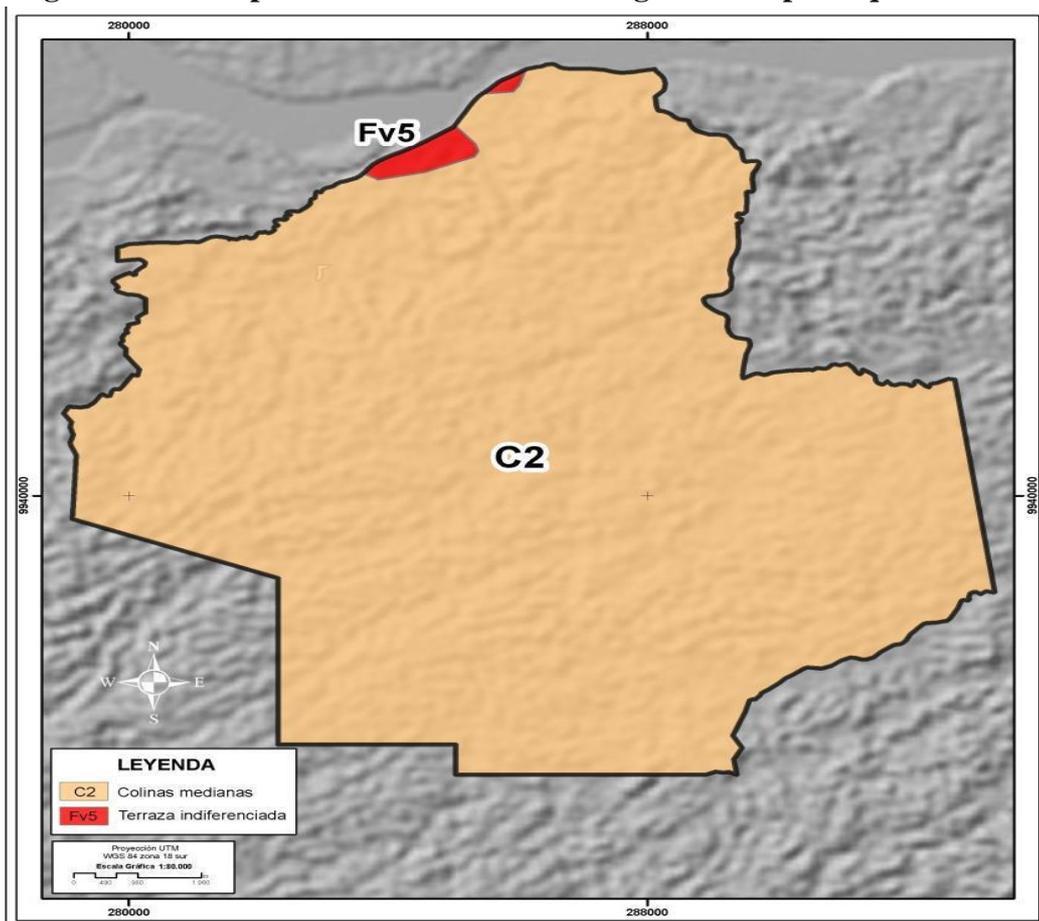
**Cuadro No. 17. Unidades Geomorfológicas de la parroquia El Dorado**

DESCRIPCIÓN	Código	Has	%
Colinas medianas	C2	13.021,80	92,78%
Terraza Indiferenciada	Fv 5	102,87	7,22%

**Fuente:** GAD Parroquial El Dorado, PDyOT 2014-2019.

**Elaboración:** GAD Parroquial El Dorado

**Figura No. 9. Mapa de Unidades Geomorfológicas de la parroquia El Dorado.**

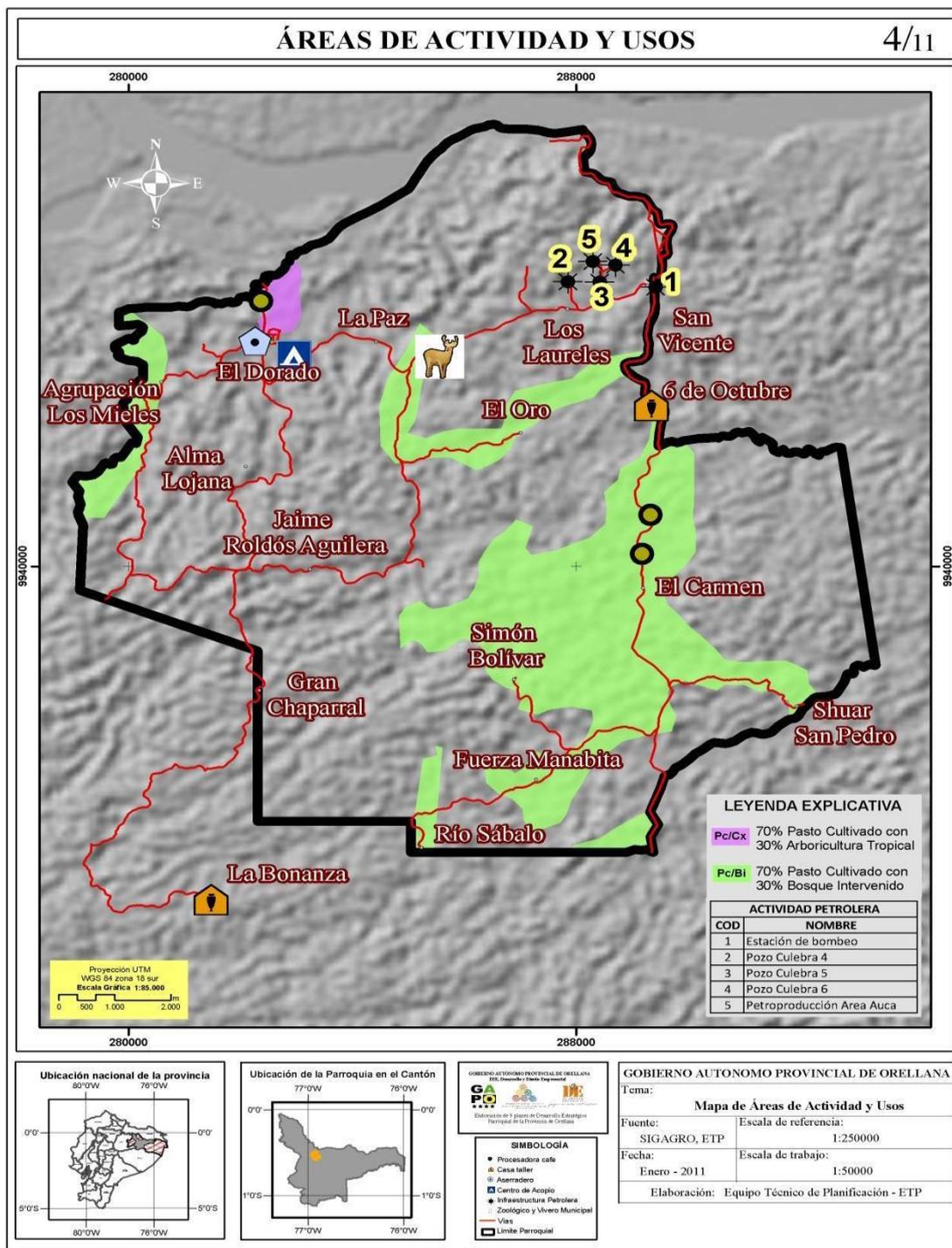


**Fuente:** GAD Parroquial El Dorado, PDyOT 2014-2019.

**Elaboración:** GAD Parroquial El Dorado

Hay un amplio bosque natural, el 28,48% del área esta intervenida y el 71, 52% es bosque natural, el resto es bosque, que incluye humedales. Ver siguiente mapa:

Figura No.10. Mapa de Áreas de actividad y usos de la parroquia El Dorado.



Fuente: GAD Parroquial El Dorado, PDyOT 2014-2019.

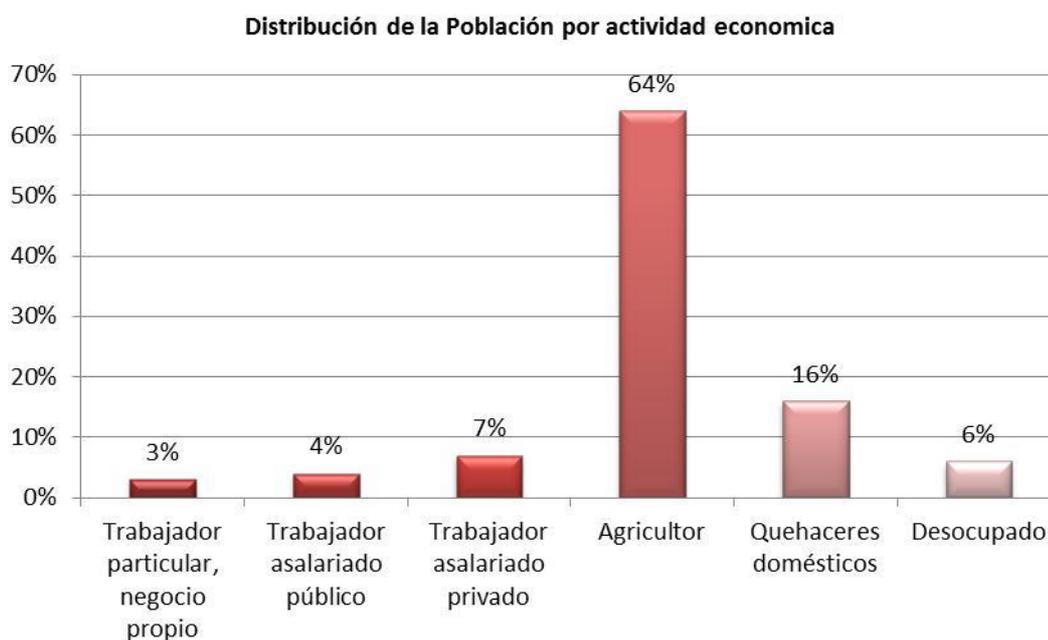
Elaboración: GAD Parroquial El Dorado

## Aspectos Económicos de la parroquia El Dorado

### • Actividades Productivas Agropecuarias

La población parroquial está dedicada a la realización de actividades agropecuarias, como son la producción de ganado mayor, ganado menor, cultivo de café, cacao, plátano, caña de azúcar, etc. Como se observa en la siguiente figura, el 64% se dedica exclusivamente a esta actividad. Sin embargo, hay productores mayores dedicados exclusivamente al ganado bovino, con mayor acumulación de capital; y los agricultores menores que producen principalmente café y cacao, combinado con ganado menor y mayor. Adicionalmente, la población mestiza e indígena tienen sistemas diferenciados de producción, los primeros a más alta escala productiva y casi toda la producción destinada al mercado, los segundos más destinada a la subsistencia y muy poco para el mercado

**Figura No. 11. Población Económicamente Activa de la parroquia El Dorado**



**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Dorado, 2012

**Elaboración:** GAD Parroquial El Dorado

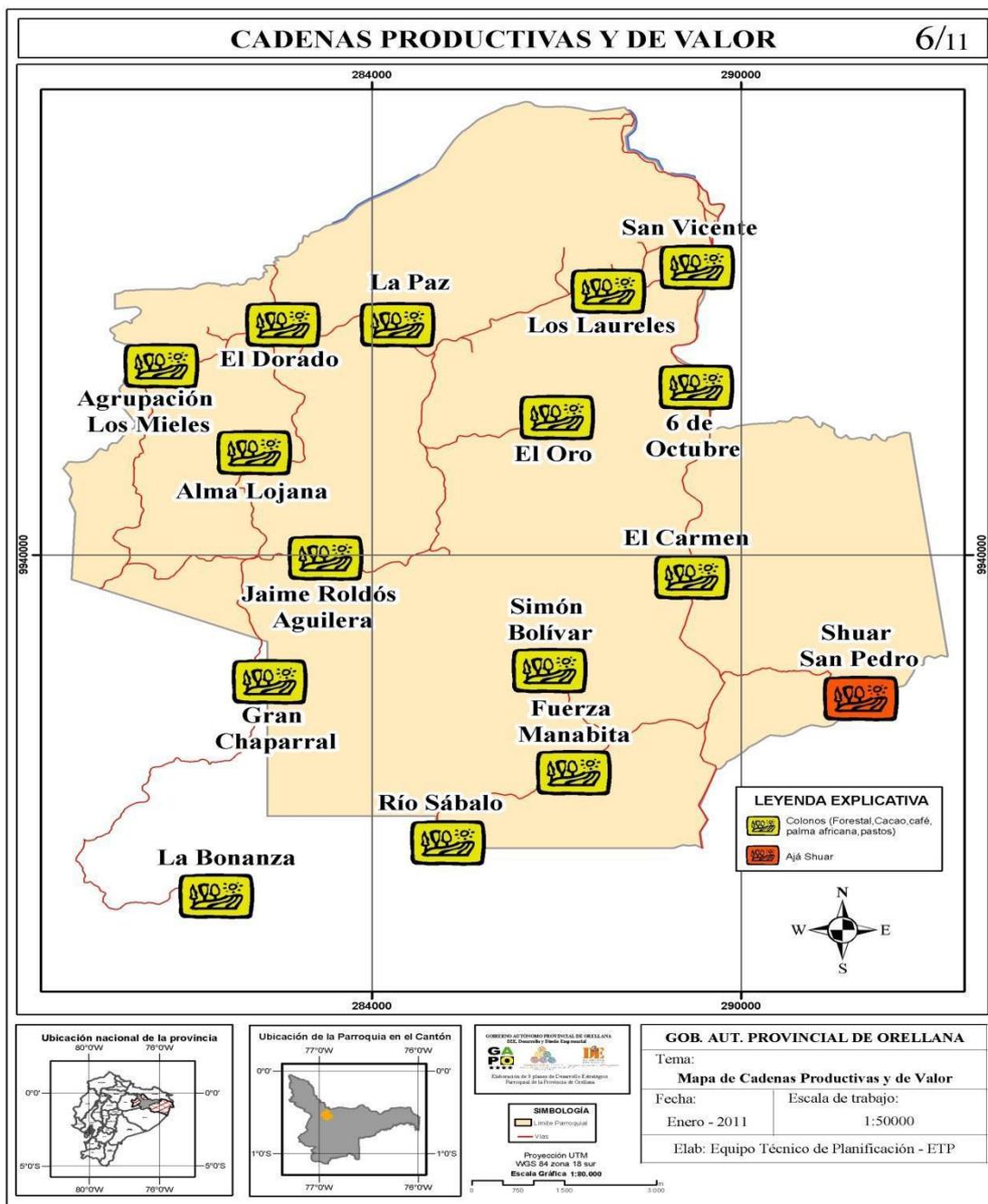
Según información del Departamento de Participación y Desarrollo, sobre el diagnóstico cantonal económico, en la parroquia El Dorado existe una agroindustria incipiente representada en tres pequeñas empresas de carácter

asociativo, dos piladoras de café y una de producción de transformación de caña de azúcar, las cuales son:

- Piladora de los Arroceros El Progreso, encargada de pilar la producción de arroz de cantón y de la venta de polvillo, pertenece a la Asociación de Arroceros El Progreso. Ubicada en el km 3 de la vía Auca.
- Centro de Acopio Agro Oriente, de la asociación de cafetaleros de la mesa cantonal agrícola, la actividad que ejecuta es la compra y venta de café y cacao, además de sacha inchi. Localizada en el km 5 de la vía Auca, cerca de la cabecera parroquial El Dorado.
- Café Montañita, productora de café molido, del grupo de mujeres El Triunfo, que procesa y vende café molido en el ámbito local. Localizada en el km 19 de la vía Auca.
- Piladora Rosillo, es la piladora más grande de café del cantón y recolecta más del 70% de la producción del café de la vía Auca y sus ramales. Empresa familiar y se encuentra en el km 4 de la vía Auca.
- Piladora Quezada, piladora del grupo familiar, de la misma denominación, pila café en pequeña escala y comercializa cascara de café y cacao seco. Localizada en el km 19 de la vía Auca, muy cerca de café montañita.
- Productor de elaboración de panela y jugo de caña de azúcar, cuenta con una molienda y equipos para producir panela. Ubicada en el km 26 de la vía Auca.

Y se registran los principales encadenamientos productivos, según el siguiente mapa de la parroquia.

**Figura No. 12. Mapa de cadenas productivas y valor de la parroquia El Dorado**



**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Dorado, 2012  
**Elaboración:** GAD Parroquial El Dorado

- **Actividades Turísticas.**

Por la cercanía a la parroquia urbana del cantón Francisco de Orellana, se ha desarrollado pequeños emprendimientos turísticos y una actividad pública de

reforzamiento al turismo. Durante los últimos 5 años han resurgido todas estas actividades, debido al boom petrolero. Los emprendimiento turísticos son:

- Centro turístico Pinbal, es un emprendimiento familiar, donde los fines de semana aficionados a esta actividad alquilan el lugar para practicarla, igualmente hay 3 concursos anuales. Cerca de la cabecera parroquial se encuentra.
- Balneario Río Samona, se ubica en el km 3 de la vía Auca, todos los fines de semana es visitados por personas de la parroquia urbana. De todos es el más concurrido, básicamente es para bañarse en el río Samona y consumir productos de la zona.
- Balneario Isla del Amor, a 1,5 km de la cabecera parroquial, se ingresa por un camino lastrado que va a la comunidad Los Mieles. Visitado los fines de semana y también realiza eventos sociales esporádicamente.
- Laguna La Garza, lugar junto a la carretera principal, vía Auca km 22, es para observación de aves, principalmente garzas que migran y descansan en la laguna, también se observa caimanes negros.
- Zoológico Municipal COCAZOO, es del GAD Municipal Francisco de Orellana GADMFO. Originalmente era para rehabilitación de la fauna recuperada, pero dada la cantidad se convierte en Zoológico, hay 286 especies y abre todos los días. El sitio es visitado por más de 50.000 personas anualmente y el Departamento de Ambiente del GADMFO lo utiliza para capacitación de ambiental. Este refuerza la actividad turística de la parroquia. Está en el km 11 de la vía Auca.

- **Aspectos Socioculturales**

- **Comunidades y habitantes de la parroquia El Dorado.**

En el año 2010 se realiza el último censo de población y vivienda en el país. Lo cual dio como resultado que 1639 personas habitan en la parroquia rural El Dorado. Sin embargo, para realizar el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia El Dorado, la Junta Parroquial decide levantar una nueva información demográfica, por cada comunidad rural reconocida y de la cabecera parroquial.

La parroquia está integrada por una cabecera parroquial, denominada El Dorado, y 15 comunidades rurales. La mayor parte de la población procede de otras regiones

del país, principalmente de la provincia de Loja, Manabí, Bolívar, El Oro, principalmente.

**Cuadro No. 18.** Comunidades y habitantes de la Parroquia El Dorado

Comunidades	Habitantes	Porcentaje
Cabecera parroquial	349	21%
Las Mieles	280	17%
La Paz	247	15%
Los Laureles	100	6%
San Vicente	80	5%
El Carmen	110	7%
Río Sábalo	80	5%
Pre Cooperativa Alma Lojana	70	4%
Pre Cooperativa Jaime Roldós	50	3%
Pre Cooperativa Gran Chaparral	40	2%
Pre Cooperativa El Oro	25	2%
Pre Cooperativa Fuerza Manabita	38	2%
Pre Cooperativa La Bonanza	30	2%
6 de Octubre	50	3%
Pre Cooperativa Simón Bolívar	40	2%
Shuar San Pedro	50	3%

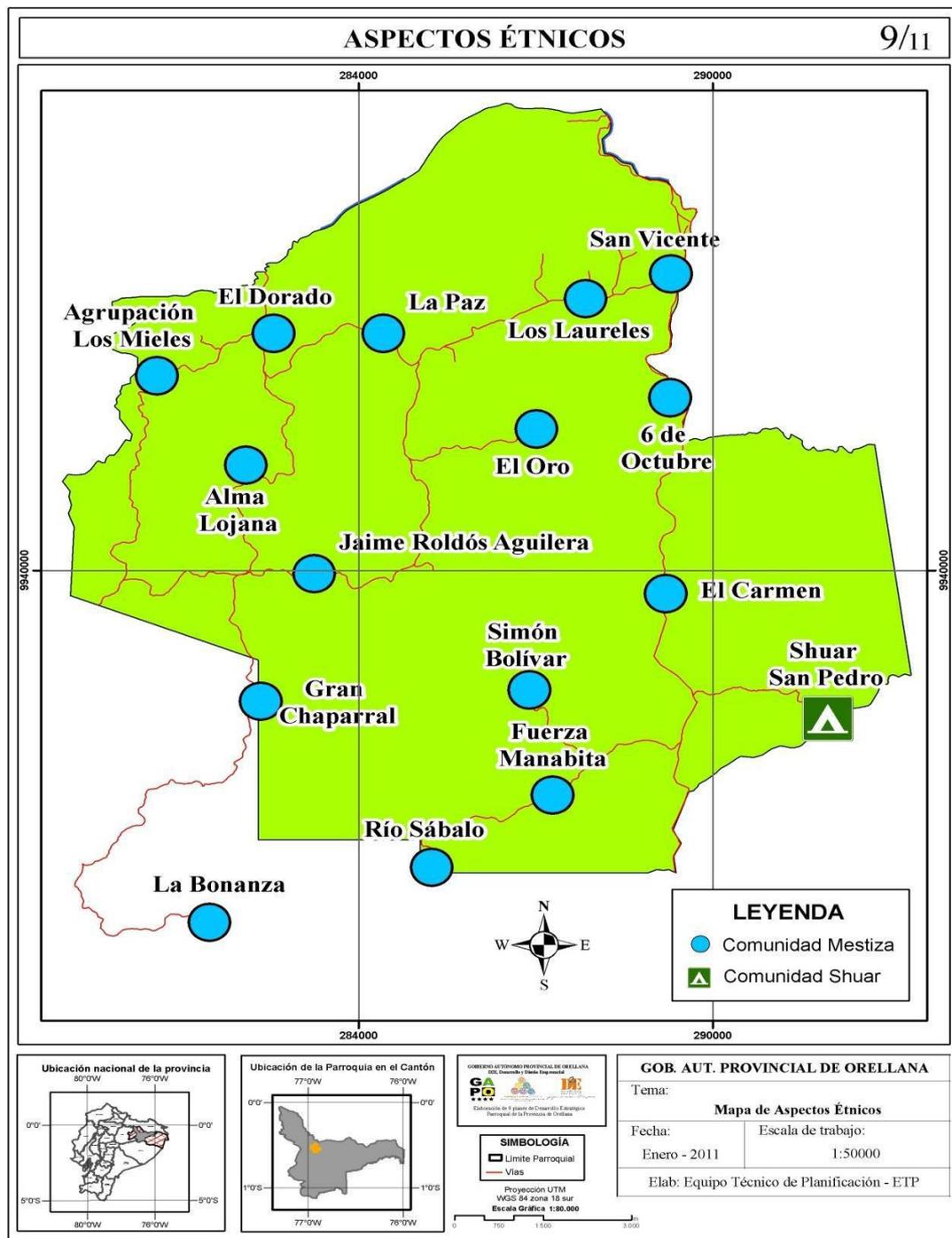
**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Dorado, 2012.

**Elaboración:** GAD Parroquial El Dorado

Los mayores asentamientos humanos como lo demuestra el cuadro No.17, el mayor asentamiento humano es la cabecera parroquial de El Dorado con 21% de los pobladores y en las comunidades rurales se distribuye así: La Paz 15%, y la Comunidad Las Mieles con un 17% de la población y el resto de la población en las comunidades que comprenden la parroquia.

La población por grupo étnicos de la parroquia, la mayoría son mestizos, que comprende el 97% de los habitantes la parroquia El Dorado. Y el resto son indígenas, el 3% son de la nacionalidad shuar, actualmente habitan en tierras comunitarias de la zona Sur-Oeste de la parroquia en la comunidad San Pedro Shuar.

**Figura No. 13. Mapa Étnico de la Parroquia El Dorado**



**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Dorado, 2012

**Elaboración:** GAD Parroquial El Dorado

En la parroquia El Dorado, la mayor parte de la población está constituida por hombres, en el censo del año 2010. Se registran 872 hombres y 767 mujeres, esto es producto de ser una zona de colonización y petrolera. Según el PDyOT cantonal es la parroquia rural con mayor densidad poblacional y de mayor crecimiento poblacional de los últimos 10 años.

- **Pobreza en la parroquia El Dorado**

La parroquia El Dorado tiene una muy alta pobreza por NBI, del orden del 97%. Y según datos de las encuestas para realizar el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial en las comunidades los ingresos eran el 50% de la canasta básica del país, en el año 2010. Lo que indica pobreza por NBI y por consumo.

- **Servicios Sociales en la parroquia El Dorado.**

La población tiene bajo nivel educativo, pues la mayoría tiene la primaria completa y después está el grupo que no ha terminado la primaria. Es decir, de cada 10 ciudadanos que residen en la parroquia, 7 tienen estudios primarios terminados y sin terminar; pero sobre todo una escolaridad promedio de 5 años, que es baja si se compara con la escolaridad promedio del cantón que es de 9 años. Lo que indica un bajo capital humano, y una escolaridad baja.

**Cuadro No. 19. Caracterización Educación parroquia El Dorado**

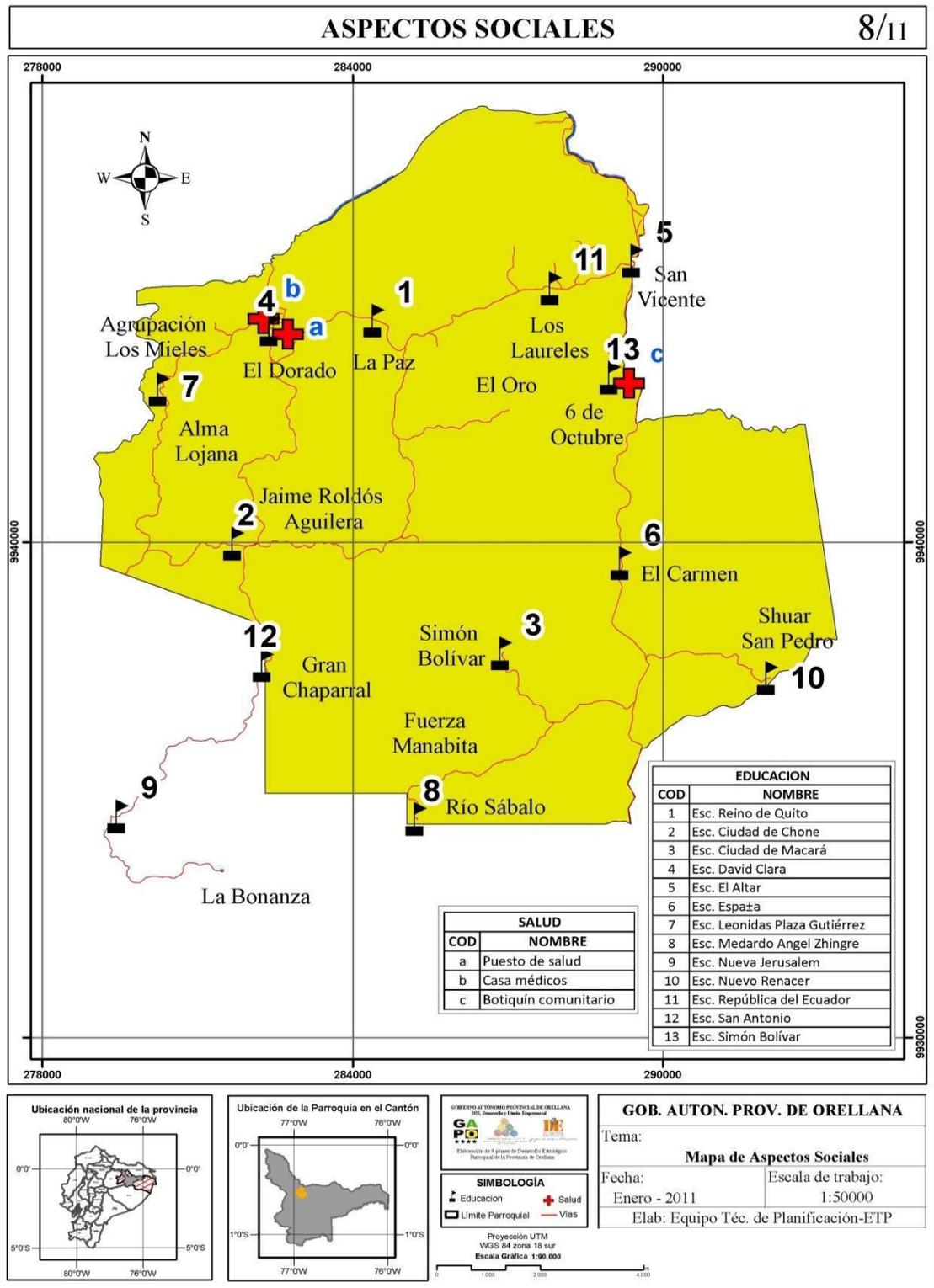
Indicador	Tasa Porcentual	Años
Analfabetismo	5%	> 15
Analfabetismo Funcional	32%	> 15
Primaria Completa	46%	> 12
Secundaria Completa	3%	>18
Instrucción Superior	2%	>24
Escolaridad	5	> 24

**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Dorado, 2012

**Elaboración:** GAD Parroquial El Dorado

Aunque la parroquia cuenta con los servicios sociales de educación y salud, en cada comunidad y un subcentro en la cabecera parroquial, según se observa en el siguiente mapa de servicios sociales

**Figura No. 14. Servicios sociales de educación y salud de la parroquia El Dorado.**



**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Dorado, 2012  
**Elaboración:** GAD Parroquial El Dorado

- **Servicios públicos de la parroquia El Dorado**

El acceso de los servicios públicos en la parroquia El Dorado tiene una diferenciación entre la cabecera parroquial y las comunidades rurales. La cabecera parroquial cuenta con los siguientes servicios:

- Unidad Educativa David Clark, infraestructura tipo B.
- Subcentro de Salud
- Sistema de Agua Potable
- Alcantarillado sanitario y partes periféricas con letrinas
- Recolección de desechos sólidos permanente
- Cancha cubierta y Estadio
- Vías Asfaltadas y adoquinadas

En cambio, las comunidades rurales aunque todas poseen escuelas, estas son unidocentes en la mayoría. Solo existe recolección de desechos sólidos en las comunidades rurales junto a la vía, igualmente poseen letrinas sanitarias. Sistema de Agua Potable hay en la comunidad La Paz, San Vicente y Los Laureles. Existe una pequeña infraestructura social deportiva en pocas comunidades rurales.

Lo que indica una alta carencia de servicios básicos en la mayoría de comunidades rurales de la parroquia.

#### **4.2.4. Datos Generales de Comunidad El Carmen y la finca Bella Vista.**

- **Comunidad El Carmen, de la parroquia El Dorado**

La Comunidad El Carmen esta localiza entre el km 22 hasta el km 25 de la vía El Auca, tanto al margen derecho e izquierdo de la vía, por tanto la denominan comunidad de primera línea según el acceso a la colonización. Viven entre 80 a 100 familias y existe un pequeño centro poblado, posee la siguiente infraestructura:

- Escuela Fiscal España, cerrada
- Cancha Cubierta
- Iglesia
- Casa comunal

En la comunidad la mayor parte de viviendas cuenta con letrinas, pero no tiene acceso al agua potable. Una o dos veces por semana pasa el carro recolector de la

basura. Como se indicó no hay acceso educativo porque se cerró la escuela, los niños asisten a la cabecera parroquial o a escuelas de la zona urbana.

La población de la comunidad rural El Carmen realiza actividades de agricultura y ganadería mayor a gran escala; sin embargo, por los bajos ingresos y el alto costo de los insumos agropecuarios, los pobladores han recurrido a buscar otros trabajos en empresas petroleras y en actividades comerciales. Los más jóvenes han preferido migrar a la ciudad de Puerto Francisco de Orellana, ya sea por motivos de estudio y trabajo.

Como atractivos turísticos están el río Indillama, río Sábalo y la Laguna La Garza. Y la belleza paisajística del lugar y de los bosques.

- **Localización del proyecto**

Este proyecto está establecido en la comunidad El Carmen, parroquia El Dorado, ubicado en el kilómetro 25 de la vía Auca, exactamente en la Finca Agro turística “Bella Vista”, que posee producción agropecuaria para el mercado y el autoconsumo, bosque secundario y bosque primario; y por cuya propiedad pasa el río Sábalo.

La finca mide aproximadamente 45 has, cuya extensión es de 250 metros de ancho por 1800 metros de largo aproximadamente, y se efectúan diferentes actividades agropecuarias, como son: producción de café, cacao, caña, yuca, plátano, producción piscícola, ganadería menor (avicultura y porcinos) y crianza de ganado bovino; todos los cultivos se hacen bajo sistemas agroforestales. En el año 2001 se inició con una reforestación parcial de la finca, hasta contar actualmente con más de 100 especies de árboles forestales (sumando más de 4000 árboles), incluyendo algunos en peligro de extinción o bajo categorías de protección. Además posee un bosque secundario y bosque primario, y se ampliaron las zonas de protección de las nacientes existentes dentro de la propiedad y otras zonas en recuperación, aumentando las de amortiguamiento de un pequeño bosque secundario.

## **5. MATERIALES Y METODOS**

### **5.1. Materiales**

Entre los materiales, equipos, herramientas e insumos utilizados en la investigación se determina:

#### **5.1.1. Materiales Bibliográficos**

- **Materiales bibliográficos:** Libros, manuales, revistas, fichas, netgrafía (documentos de la web), repositorios digitales, etc.
- **Materiales Gráficos:** Fotografías digital y de google earth, mapas y planos planimétricos.
- **Material de Medios Electrónicos:** Internet y el software de word, excel, power point y pdf.

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

- **Materiales de oficina:** Papel bond A4, carpetas folder, perfiles, lápices, borrador, esferográficos, corrector, grapadora, grapas, perforadora, cuaderno, anillados, empastado, impresiones, copias , cartuchos de tinta negra y color.

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

- **Equipos**
  - Computador marca HP,
  - Impresora marca EPSON,
  - Memoria electrónica de 16 GB,
  - Cámara digital,
  - Proyector de imágenes (infocus),
  - Celular Samsung,
  - Grabadora para entrevistas,
  - Google earth.
- **Herramientas**
  - Moto Yamaha 125cc,

- Buses interparroquiales, para trasladarse en caso de lluvia
- Camioneta,

## **5.2. Métodos**

### **5.2.1. Método Analítico**

El método analítico se utiliza para hacer un análisis de la realidad provincial, cantonal y parroquial, además, de cada parte que compone el diseño de la finca y la estructuración de los recorridos turísticos en la finca. Así mismo, como el conocimiento de los principales sitios turísticos de la parroquia El Dorado; y de igual manera para analizar cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario de la encuesta.

### **5.2.2. Método Descriptivo**

Se emplea el método descriptivo porque hace una amplia descripción del plan de negocios, de las encuestas levantadas para medir los gustos y preferencias de los turistas, que van a la parroquia El Dorado y al cantón Francisco de Orellana, y del plan de difusión de la propuesta agroturística. Pues, describe cada uno de los elementos de las partes mencionadas, descripciones que son amplias y, además, dependen de resultados estadísticos descriptivos, esta última hace establecer tendencias y también proporciona información sobre las actividades a realizar. Indica cada parte del plan de negocios, del diseño de la finca agroturística Bella Vista y del plan de difusión en la parroquia El Dorado. El método descriptivo también se usa para describir el plan de difusión de la finca agroturística.

### **5.2.3. Método Deductivo**

Con el método deductivo, se establecen las conclusiones y recomendaciones, del proyecto de diseño agroturístico de la finca Bella Vista. La deducción se realiza sobre la información de los resultados encontrados, las encuestas realizadas, el plan de negocios y el plan de difusión turístico. Además, de determinar la factibilidad de realización del proyecto agroturístico en la localidad, como nueva alternativa de gestión turística en el cantón y parroquia.

### **5.2.4. Método Documental**

Es de carácter documental, por el uso de bibliografía que emplea, es decir mucha de la información se la obtuvo de fuentes primarias, secundarias, terciarias, y

también información documental digital desde el internet. La información documental obtenida es principalmente de la parroquia El Dorado, el cantón Francisco de Orellana, propuestas de realización de plan de negocios, plan de difusión y del agroturismo. Las principales fuentes fueron los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, así como la información documental del Ministerio de Turismo. Finalmente, la fuente documental más usada es la información que proporciona el internet. También, se hizo la revisión de otras tesis sobre la misma temática, para mejorar la discusión y la presentación de la misma.

#### **5.2.5. Método Inductivo**

El método inductivo sirve para estudiar las características de cada sitio o espacios turístico de la finca agroturística Bella Vista. De la misma manera, de cada parte del plan de negocios y la evaluación financiera para determinar cada parte determinante de la misma. Y las particularidades y la señalética que son parte del diseño de la finca agroturística.

#### **5.2.6. Método Estadístico**

El método estadístico se usa para realizar el análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de la encuesta que se realizó para conocer las características de los visitantes, las preferencias y productos que demandan los turistas en la finca agroturística Bella Vista, además sirve para optimizar la toma de decisiones en la construcción de los espacios agroturísticos y en los tipos de paquetes turísticos que se empleará.

### **5.3. Técnicas**

#### **5.3.1. Observación directa y de campo**

La observación directa fue realizada en la finca, para establecer el diseño agroturístico que se aplicó en el desarrollo de la investigación de la tesis. En la parroquia el Dorado, también se hizo observación directa y de campo de los atractivos turísticos, que se encuentran en la misma. También se

#### **5.3.2. Encuestas**

Se realizaron encuestas para poder hacer un estudio y un análisis del mercado actual para conocer las necesidades que se presentan en la población y determinar

el perfil del cliente y/o turista tanto local, nacional y extranjero. Para ello, se realiza un cuestionario, para definir la prioridad de las preguntas y como estas van aportar al diseño de la finca Bella Vista.

### **5.3.3. Entrevistas**

Las entrevistas se hacen a los dueños de la finca, sobre preguntas semiestructuradas, además se recorre la finca para demostrar la viabilidad de la propuesta o del diseño de la finca. Además, alguna información es con fuentes directas del Departamento de Turismo del GAD Municipal.

### **5.3.4. El Fichaje**

El fichaje es una técnica auxiliar de todas las demás técnicas empleadas en investigación científica; fundamentado en registrar los datos que se obtuvieron en los instrumentos llamados fichas, debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que se recopila en una investigación por lo cual constituye un valioso auxiliar en esa tarea, al ahorra mucho tiempo, espacio y dinero. Se registra una ficha por cada atractivo visitado en la parroquia El Dorado y algunas influencias del cantón Francisco de Orellana.

## **5.4. Metodología por Objetivos**

Para la ejecución del primer objetivo, referente a: **“Diseñar la finca Agroturística “Bella Vista”, en la Parroquia El Dorado”**. Se emplea el método descriptivo de cada una de las áreas que componen la finca, se usa también la observación directa de la finca y se hizo un recorrido total de la propiedad, la cual se constata en las fotografías que se tomaron de los diferentes espacios de la finca, posteriormente se hizo el diseño agroturístico de la finca Bella Vista, conjuntamente con el propietario. Para lo cual se toma como referencia el diseño agroproductivo, la distribución del bosque primario y secundario, finalmente, la infraestructura que posee, es decir, se la estructuro a través de 3 áreas: Agroproductiva, de conservación o natural e infraestructura.

También en este objetivo, se aplicó el método inductivo porque se analiza cada una de las partes del diseño de la finca agroturística y mediante pictogramas se establece la señalética para encontrar los espacios que posee la finca agroproductiva. Además, se desarrolla el método estadístico, mediante una

encuesta de 16 preguntas, que se procesa desde la estadística descriptiva determinada por la frecuencia y los porcentajes calculados, en pasteles y en cuadros.

Finalmente el método bibliográfico desde la revisión de fuentes secundarias y terciarias, se hace énfasis en el tema de diseño y planificación turística, para eso se revisa textos sobre agroturismo y en el internet, sobre todo, se busca en los repositorios de tesis, para utilizarlos como referencias para establecer el diseño.

Para el cumplimiento del segundo objetivo: **Elaborar plan de negocios para la finca agroturística “Bella Vista”**. Inicialmente se emplea el método descriptivo, pues se hace una descripción de cada una de las partes del plan de negocios, desde la perspectiva de plan y de proyecto de inversión productivo, por lo que se hace uso de indicadores de evaluación financiera, el estudio técnico, marketing mix, la administración estratégica para la elaboración del FODA; y poder detallar bien el plan de negocios.

Se hace uso del análisis inductivo porque se examina cada una de las partes del plan de negocios, además de establecer los resultados alcanzados con cada una de ellas. A continuación se emplea el método deductivo a través de los métodos de evaluación financiera y la medición de la factibilidad del plan de negocios, que son acompañados del método estadístico, principalmente en la presentación en cuadros y las proyecciones que se realiza sobre la oferta, la demanda, de ingresos y egresos, para calcular los indicadores financieros. Finalmente, el método bibliográfico se lo usa desde las fuentes primarias, secundarias y terciarias de la información existente sobre planes de negocios, en libros, revistas especializadas y el internet.

Para concretar la realización del tercer objetivo: Realizar el plan de difusión del Agroturismo en la Parroquia El Dorado. Se considera emplear el método descriptivo y analítico, desde la propuesta de qué es un plan de difusión turístico y de la teoría del marketing turístico, pero principalmente, orientado a la promoción turística. Ante lo cual, también, se utiliza el método inductivo, porque se analiza cada una de las partes del plan de difusión. El método bibliográfico también, pero más relacionado con el internet y fuentes secundarias. Finalmente, para contar con una mejor cualificación de esto objetivo, se realiza una reunión en la Junta

Parroquial para tratar sobre el tema de la difusión y la importancia del agroturismo en la parroquia.

## **5.5. Elaborar diagnóstico situacional del área del estudio**

Para elaborar la línea base del proyecto se toma en cuenta:

### **5.5.1. Tipos de recolección de la información**

- **Recolección de la información primaria**

La información primaria se recoge mediante las encuestas realizadas para establecer el diseño de la finca Bella Vista, a los turistas locales, nacionales e internacionales; esta se procesa por medio de tablas, gráficos y cuadros. La otra información importante se levanta en la propia finca Bella Vista, donde se hace un recorrido de toda la finca, para conocer el estado de la situación en que se encuentra y el diseño que posee.

- **Recolección de la información secundaria.**

La información secundaria se levanta sobre oficios enviados y, después, aprobados. La información turística se realiza sobre fichas proporcionadas por el Ministerio de Turismo y el GAD Municipal Francisco de Orellana, en el Departamento de Desarrollo Económico Local. También se levanta información censal y los datos que proporcionan los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia El Dorado, el cantón Francisco de Orellana y la provincia de Orellana. Otra fuente es el INEC, que nos brinda información sobre la población.

### **5.5.2. Población de la investigación**

Una vez definidas las variables a estudiar se estableció la población a investigar para la elaboración de la tesis. En algunos casos se trabajó con toda una población que es el conjunto formado por todos los elementos a estudiar, el cual puede llamarse conjunto completo cuando la población es pequeña y manejable para la investigación, sin embargo cuando la población es grande se utiliza la muestra que permite obtener una representación significativa de la población de investigación con un margen de error (generalmente al 5%).

**a. Área de influencia.-** El área de influencia del proyecto la constituye la parroquia El Dorado, del cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana.

## b. Proyección de la población.

La obtención de la muestras sobre la proyección de la población se efectúa de acuerdo a los datos obtenidos en el censo 2010, por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, la tasa de crecimiento anual corresponde al 1.52% con una población a nivel de la parroquia El Dorado 1.639 habitantes.

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$P_n = P_o(1+r)^n$$

Dónde:

$P_n$  es la Población esperada.

$P_o$  la población actual= 1.639 (Según INEC censo 2010)

$r= 0,0152$  (tasa de crecimiento anual)

$n= 5$  (años proyección)

$$2015 P_n = 1.639 (1+0,0152)^5$$

$$2015 P_n = 1767$$

Adicionalmente, se utiliza los datos de los turistas nacionales y extranjeros, del año 2015, que la Subdirección de Gestión y Desarrollo Turístico (GADMFO) indicó:

### Cuadro No. 20 Población de la Investigación

Tipo de turistas	CANTIDAD
Turistas Nacionales	2.874
Turistas Extranjeros	843
Población de la Parroquia	1.767
<b>Población Total.</b>	<b>5.484</b>

Fuente: INEC, Censo 2010

Elaboración: Gloria Escobar

### Formula tamaño de la muestra

Dónde:

$n$  = tamaño de la muestra

$N$  = tamaño de la población o universo (**5.484**)

$Z$  = nivel de confianza

$q$  = probabilidad de fracaso

$p$  = probabilidad de éxito

e = error estándar

**Datos para la muestra:**

n = ?

Z = 1.96 = 95%

p = 0.50 o 50%

q = 1 - p = 1 - 0.50 = 0.50

E = 0.05 o 5%

N = 5.484

Se utiliza la fórmula de la muestra para poblaciones finitas, y como se dijo se asume un error del 5% (Sierra Bravo, 2001)

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2(N-1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * (0.50) * (0.50) * (5484)}{(0.05)^2(5484-1) + (1.96)^2 * (0.50) * (0.50)}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.025 * (5484)}{0.0025 * 5483 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{5266.83}{13.7075 + 0.9604}$$

$$n = \frac{5266.83}{14.6679}$$

n = 359

La cantidad de encuestas a realizar es 359 encuestas, la cuales se reparten a través de la estratificación de los turistas nacionales, internacionales y habitantes de la parroquia con sector a investigativo. La estratificación se realizó en base al siguiente procedimiento:

f = factor de estratificación

n = muestra

N = población

$$f = \frac{n}{N}$$

$$f = \frac{359}{5.484}$$

$$f = 0.06546317$$

$$T N = 0.06546317 * 2874$$

TN= 188 encuestas

$$T E = 0.06546317 * 843$$

T E= 55 encuestas

$$P P D = 0.06546317 * 1767$$

P P D=116 encuestas

### Cuadro No. 21: Población Encuestada

Características	Encuestas	Porcentaje
Turistas Nacionales (T.N)	188	52.4%
Turistas Extranjeros (T.E)	55	15.3%
Pobladores de Parroquia El Dorado (PPD)	116	32.3%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100.0%</b>

**Fuente:** Cálculos de la investigación

**Elaboración:** Gloria Escobar

## **6. RESULTADOS**

### **6.1. Elaborar Estudio de Mercado de la finca agroturística.**

#### **6.1.1. Resultados e interpretación de las encuestas realizadas.**

La realización de las encuestas implicó la elaboración de un cuestionario, con preguntas cerradas y diferentes opciones para escoger. La encuesta tiene 16 preguntas principales que sirvieron como guía para impulsar el agroturismo en la finca agro turística Bella Vista y, además, que aportaron en la difusión del agroturismo en la parroquia El Dorado. La encuesta confeccionada está en el anexo 2.

Se tomó una muestra de 359 encuestas, una parte se realiza en la zona urbana del cantón Francisco de Orellana o la ciudad de Puerto Francisco de Orellana, se escogió lugares donde van turistas nacionales y extranjeros y personas de la localidad por información turística del cantón, estos son:

- Oficina del ITUR del cantón Francisco de Orellana
- Centro de atención y recaudación del GAD Municipal Francisco de Orellana
- Malecón del Río Napo
- Museo Arqueológico Centro Cultural Orellana MACCO.

La segunda parte, se efectuó en la sede del GAD Parroquial Rural El Dorado y en la cancha cubierta de la cabecera parroquial. Pues, son los sitios más concurridos de la parroquia y, por lo general, asisten habitualmente las personas que residen en la parroquia, también se recibe el apoyo de los empleados del GAD Parroquial.

Para el análisis de la encuesta, se indagó los resultados de cada una de las preguntas y se expuso los resultados obtenidos en cuadros y en figuras, además del respectivo análisis estadístico y descriptivo. Pues, con esta información, se realizó el diseño de la finca agroturística.

Otro factor importante fue la selección paritaria por género, en la encuesta se toma en cuenta que el 50% de los participantes son hombres y el otro 50% mujeres. El 53% son turistas locales, esto incluye a los ciudadanos del cantón Francisco de Orellana que hacen turismo, el 32% son pobladores de la parroquia El Dorado y el 15% turistas extranjeros. El 85% son ecuatorianos y el 15% de diferentes partes del mundo. La edad está entre los 18 y 65 años, siempre se toma los datos de

personas mayores de edad, los menores de 18 años no son considerados, ni tampoco los mayores de 65 años, dadas las dificultades que tienen para acceder a este tipo de turismo y para realizar actividades en el campo, o de agroturismo.

### Pregunta 1: Información sobre la edad

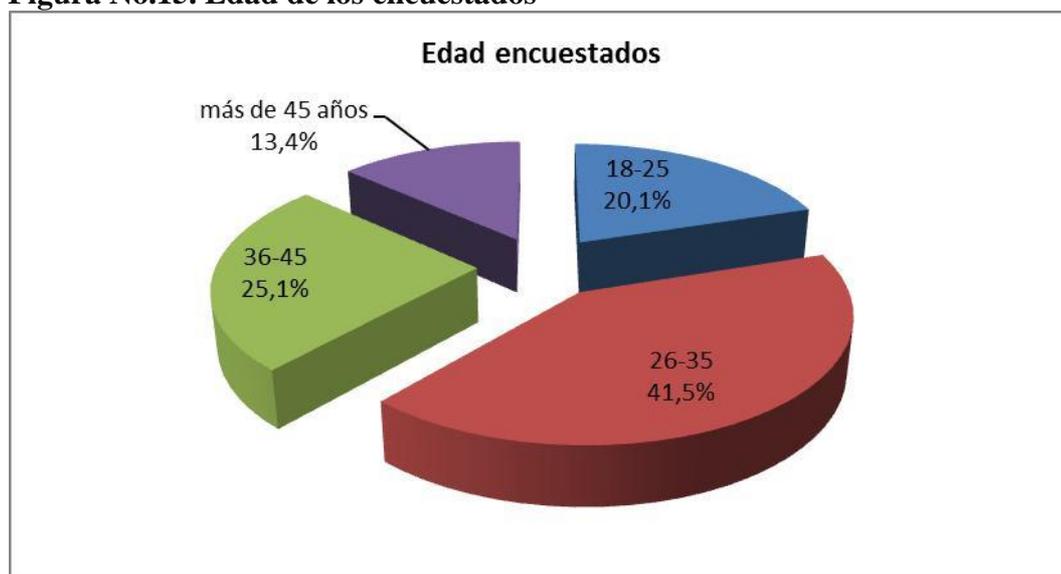
**Cuadro No. 22. Edad de los encuestados**

Edad	Frecuencia	%
18-25	72	20,1%
25-35	149	41,5%
35-45	90	25,1%
45- adelante	48	13,4%
Total	359	100,0%

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No.15. Edad de los encuestados**



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

De las personas encuestadas, la mayor parte es población adulta entre 25 a 35 años, representan aproximadamente 4 de cada diez personas, después están los adultos entre 35-45 años, los jóvenes de 18 a 25 años, que son dos de cada diez personas. Y por último, los que tienen más de 45 años, pero como regla fue entrevistar a las personas que son menores de 65 años o tienen máximo 65 años de edad. Lo que indica que la mayor parte de nuestros entrevistados se sitúa entre los 25-45 años, es decir, es población adulta en su mayoría con familia y que hace turismo de manera regular o esporádica.

## Pregunta 2: Información sobre género de los encuestados

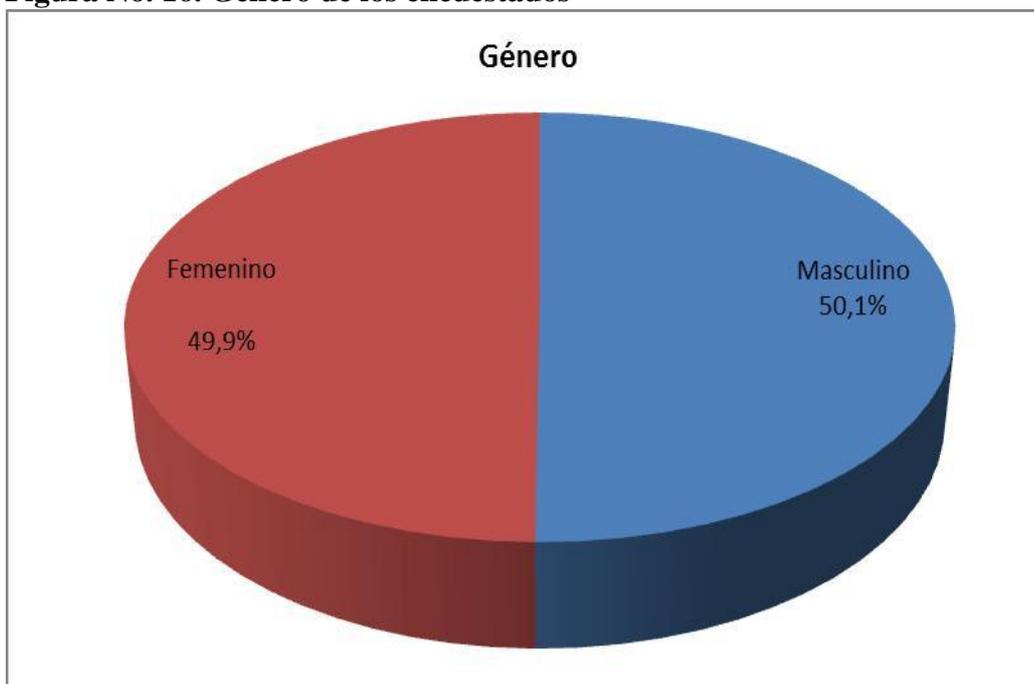
**Cuadro No. 23. Género de los encuestados**

Género	Frecuencia	%
Masculino	180	50,1%
Femenino	179	49,9%
Total	359	100,0%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Gloria Escobar

**Figura No. 16. Género de los encuestados**



Fuente: Encuestas

Elaboración: Gloria Escobar

Tal como se indica anteriormente, en este punto se establece, en lo posible, que el 50% de los encuestados sean de los dos géneros, no solo por razones de equidad, sino para medir correctamente la percepción que poseen hombres y mujeres sobre los servicios y actividades turísticas. Además, cuando concurren a realizar turismo, la cantidad de asistentes son casi en partes iguales, especialmente, si es turismo dirigido a grupos o familias.

**Pregunta 3: ¿Conoce usted a la Parroquia el Dorado como un sitio Turístico?**

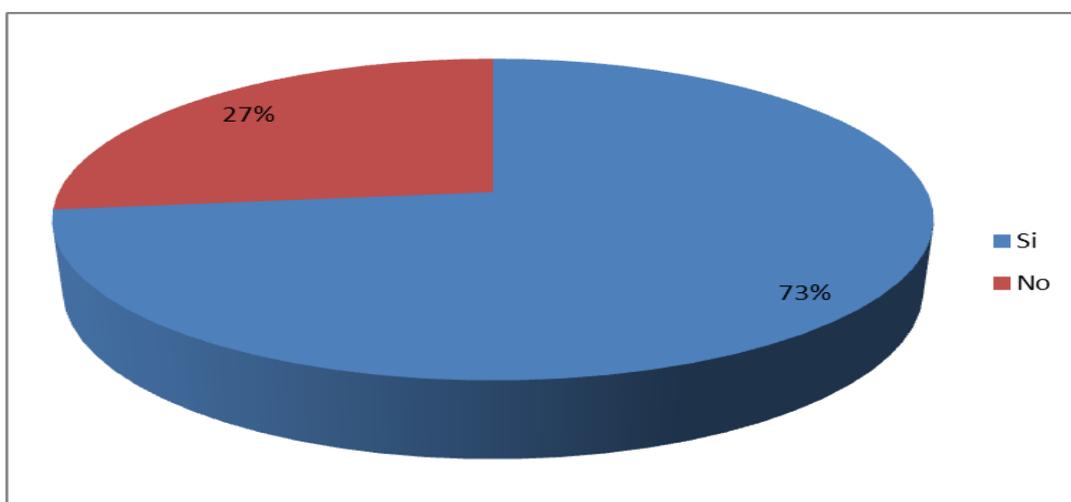
**Cuadro No. 24. Conocimiento sitio turístico Parroquia El Dorado.**

Respuesta	Frecuencia	%
Si	263	73%
No	96	27%
TOTAL	359	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Gloria Escobar

**Figura No. 17. Conocimiento sitio turístico Parroquia El Dorado.**



Fuente: Encuestas

Elaboración: Gloria Escobar

En síntesis, tres de cada cuatro personas encuestadas conoce a la parroquia rural El Dorado como sitio turístico, existe un amplio conocimiento de las personas que contestaron. El 73% contestó que sí, sin embargo es importante anotar que la totalidad de turistas extranjeros no conocía la parroquia como sitio turístico, tenían otras referencias más importantes; esto también sucedió con turistas nacionales. El mayor conocimiento esta en las personas que son de la parroquia y los que viven en el cantón Francisco de Orellana, que para este caso fueron considerados turistas nacionales.

**Pregunta 4: ¿Conoce usted las potencialidades Turísticas de la Parroquia el Dorado?**

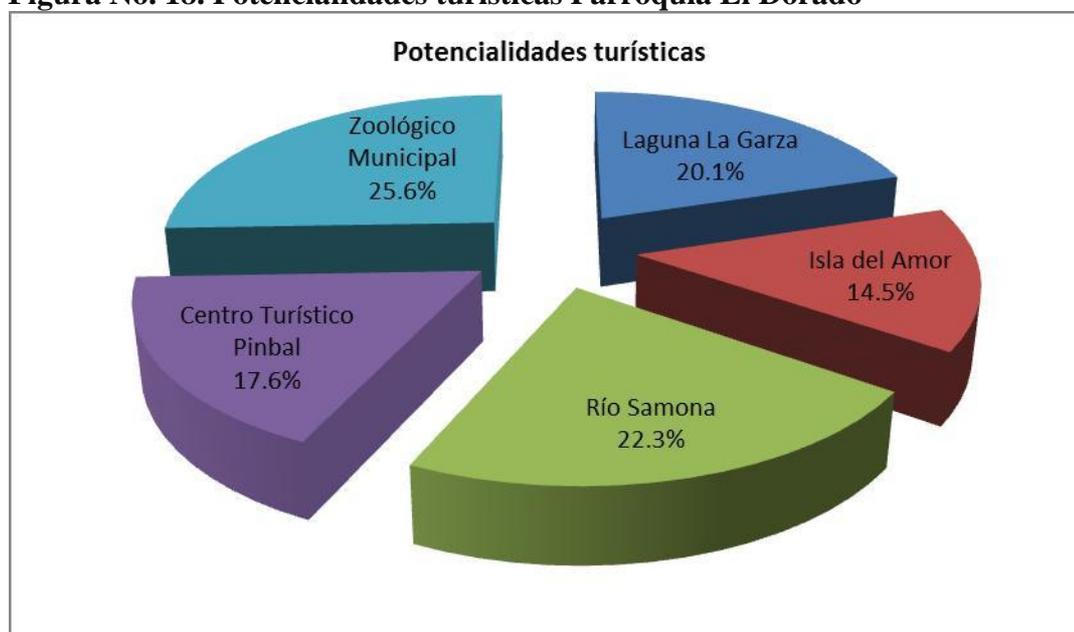
**Cuadro No. 25 Potencialidades turísticas Parroquia El Dorado,**

Lugares turísticos	Si	No	Total	Si %	No %
Laguna La Garza	207	152	359	57,7%	42,3%
Isla del Amor	149	210	359	41,5%	58,5%
Río Samona	229	130	359	63,8%	36,2%
Centro Turístico Pinbal	181	178	359	50,4%	49,6%
Zoológico Municipal	263	96	359	73,3%	26,7%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Gloria Escobar

**Figura No. 18. Potencialidades turísticas Parroquia El Dorado**



Fuente: Encuestas

Elaboración: Gloria Escobar

De las personas encuestadas, la mayor parte conoce el Zoológico Municipal, que se localiza en el km 9 de la vía Auca, según la cuadro el 73%; a continuación los sitios más conocidos son Río Samona, ubicado en el km 3 de la vía Auca y que es un balneario; Laguna La Garza, en el km 22 de la vía Auca y la cual está a vista de las personas que pasan; el centro turístico Pinbal, donde practican el paintball está en el km 5 de la vía Auca, y el sitio menos conocido es la Isla del Amor, en la cabecera parroquial. En síntesis, la mayoría conoce las potencialidades turísticas de la parroquia El Dorado.

**Pregunta 5: ¿Con qué frecuencia Visita el Cantón Francisco de Orellana?**

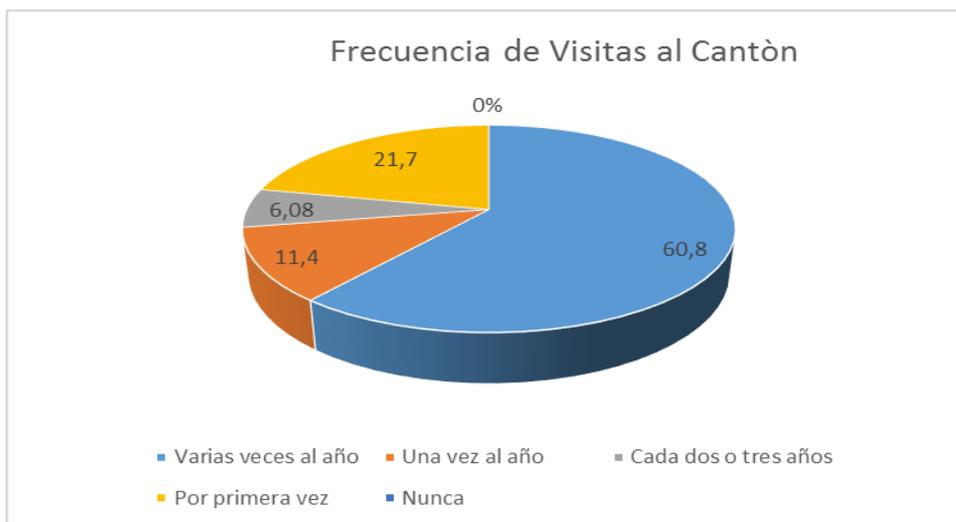
**Cuadro No. 26. Frecuencia de visita al cantón Francisco de Orellana**

Frecuencia de visita al cantón	Cantidad	Porcentaje
Varias veces al año	160	60,8%
Una vez al año	30	11,4%
Cada dos o tres años	16	6,08%
Por primera vez	57	21,7%
Nunca	0	0%
Total	263	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No. 19. Frecuencia de visita al cantón Francisco de Orellana**



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

Al examinar las respuestas de los encuestados, la mayor parte de ellos visita muchas veces el cantón, 6 de cada 10; después están los que visitan por primera vez, con el 21,7% aproximadamente; los que lo visitan una vez al año es una persona de cada diez y los que lo hacen cada 2 o 3 años, que es el 6,8%. En resumen, la mayor parte de personas visita al cantón. Sin embargo, hay un porcentaje muy alto que no lo hace muy seguido, sino de manera discontinua.

### Pregunta 6: ¿Cuántas personas le acompañan en las visitas?

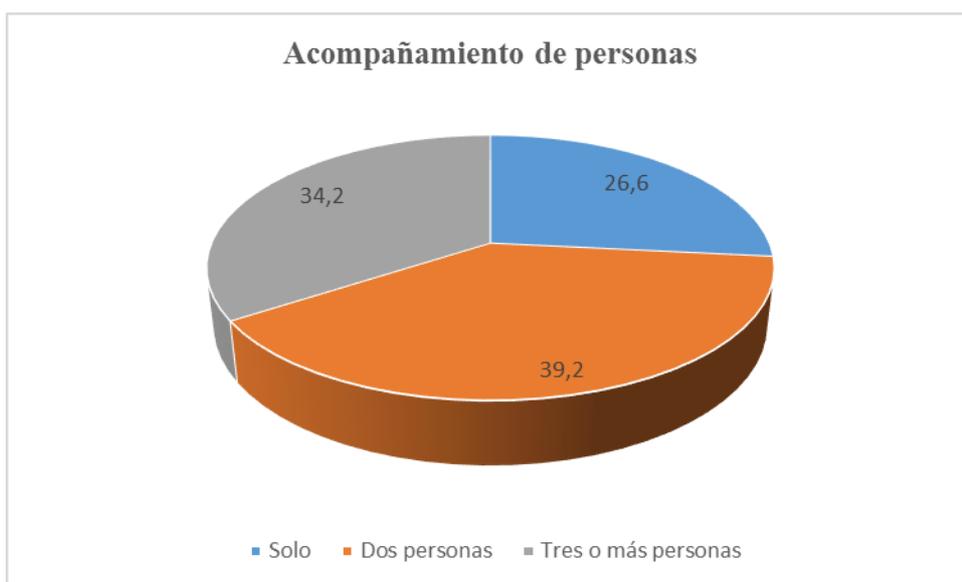
**Cuadro No. 27. Acompañamiento de personas a visitas turísticas**

Acompañamiento para visita turística	Frecuencia	Porcentaje
Solo	70	26,6%
Dos personas	103	39,2%
Tres o más personas	90	34,2%
Total	263	100,0%

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No. 20. Acompañamiento de personas a visitas turísticas**



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

Dentro de los encuestados, el 34,2% hace visitas turísticas con 3 o más personas, el 39,2 % cerca de dos de cada diez personas lo hace en pareja y solamente el 26,6% una de persona de cada diez lo realiza solo. Esto indica que las personas hacen turismo, por lo general, en familia o en grupo. Lo que significa que la mayor parte de paquetes turísticos deben estar realizados para grupos de personas y familias, después para parejas y mínimamente para personas que van solos.

**Pregunta 7: ¿Estaría usted dispuesto a visitar la finca de agro turística “Bella Vista” ubicada en la Parroquia el Dorado que ofrece los siguientes servicios y actividades?**

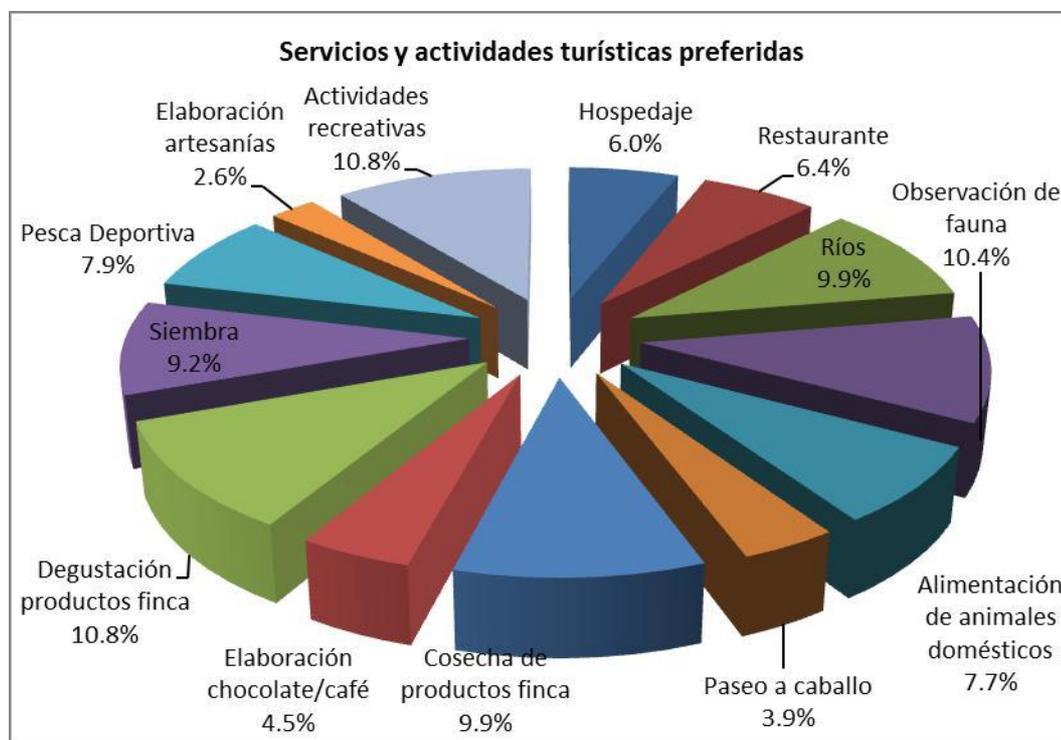
**Cuadro No. 28. Servicios y actividades preferidas por los visitantes**

Servicios y Actividades turísticas	Frecuencia	%
Hospedaje	200	6,0%
Restaurante	213	6,4%
Ríos	327	9,9%
Observación de fauna	346	10,4%
Alimentación de animales domésticos	255	7,7%
Paseo a caballo	128	3,9%
Cosecha de productos finca	327	9,9%
Elaboración chocolate/café	149	4,5%
Degustación productos finca	359	10,8%
Siembra	306	9,2%
Pesca Deportiva	261	7,9%
Elaboración artesanías	85	2,6%
Actividades recreativas	359	10,8%
<b>TOTAL</b>	<b>3315</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No. 21. Actividades y servicios preferidos por los visitantes**



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

Las actividades y servicios que los turistas o los visitantes a la finca estarían más dispuestos hacer serían: actividades recreativas, degustación de productos de la finca, observación de la fauna, cosechar productos en la finca e ir al río. Estas serían las principales actividades y servicios por lo que las personas irían a la finca.

Hay un segundo grupo de actividades intermedias, o de segunda predilección. Estas son: realizar siembra de productos agrícolas, pesca deportiva, dar de alimentar a los animales domésticos, ir al restaurante y el hospedarse en la finca. Sin embargo son importantes, porque más del 50% de encuestados manifiesta querer efectuar estas actividades

El tercer grupo de actividades, que a muy pocas personas les gustaría realizar, las cuales son: elaboración de chocolate y café, paseo a caballo y elaboración de artesanías. Donde la tercera parte de los encuestados estaría dispuesto a realizar estas actividades. Es decir, tienen menor preferencia por realizar actividades que impliquen trabajos manuales o esfuerzo.

En síntesis, hay actividades de alta prioridad o que les gustaría realizar a la mayor parte de visitantes y hay otras actividades que tienen menor preferencia especialmente, si estas requieren algún esfuerzo físico.

**Pregunta 8: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la Finca?**

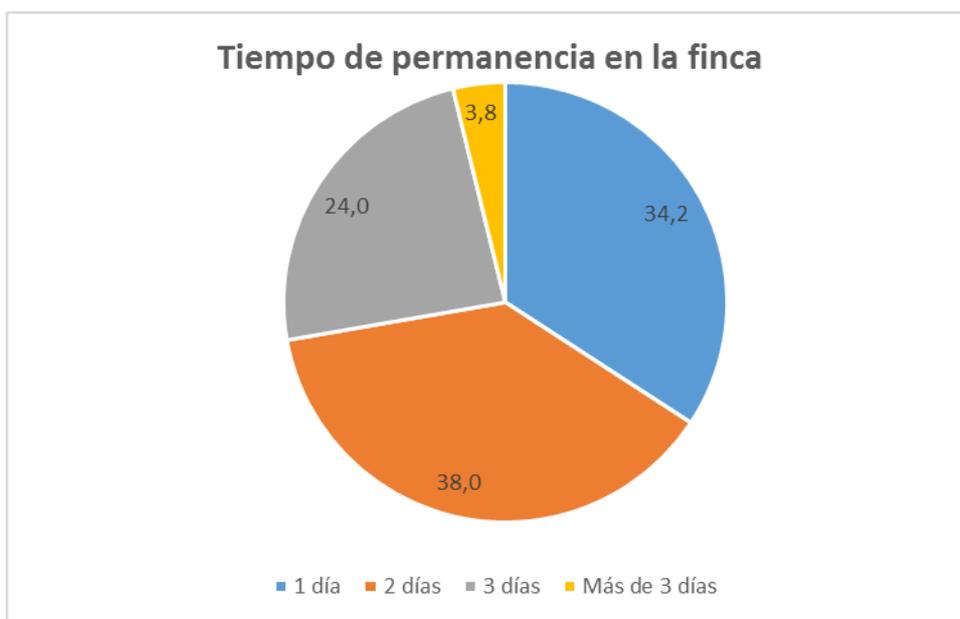
**Cuadro No. 29. Tiempo de permanencia en la finca**

Tiempo de permanencia en la finca	Frecuencia	Porcentaje
1 día	90	34,2%
2 días	100	38,0%
3 días	63	24,0%
Más de 3 días	10	3,8%
Total	263	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No. 22. Tiempo de permanencia de los visitantes en la finca**



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

La mayor preferencia de tiempo que expresan los encuestados para permanecer en la finca es de 2 días, casi 4 de cada diez personas. Después, está la preferencia de visitar un día, es el 38%, lo que equivale a 3 de cada diez encuestados. El 24% prefiere hasta 3 días y en menor cuantía el 3,8% de la población prefiere estar más de 3 días. En general las personas encuestas expresan que su preferencia o gusto es estar entre uno o dos días, es decir, visitas no muy largas, sino de un período bajo de tiempo.

**Pregunta 9: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por concepto de alojamiento diario?**

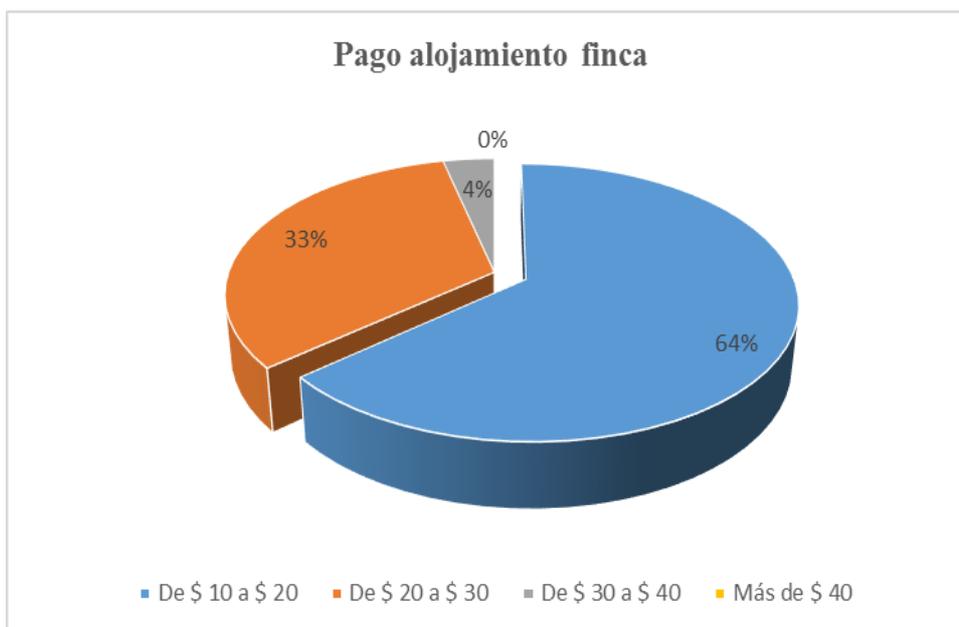
**Cuadro No. 30. Disposición a pagar por alojamiento.**

Pago Alojamiento	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 10 a \$ 20	173	64%
De \$ 20 a \$ 30	80	33%
De \$ 30 a \$ 40	10	4%
Más de \$ 40	0	0%
Total	263	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No. 23. Disposición a pagar por alojamiento en la finca**



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

El 64% de las personas prefiere pagar entre \$ 10 a \$ 20, después el 33% reembolsaría por alojamiento de \$ 20 a \$ 30 y finalmente el 4% cancelaría de \$ 30 a \$ 40 dólares y nadie pagaría más de \$40. Lo que significa que las personas estarían dispuestas a pagar el menor valor por hospedaje, vale aclarar que este sería el costo por personas y por noche.

### **Pregunta 10: Alimentación diaria (por plato)**

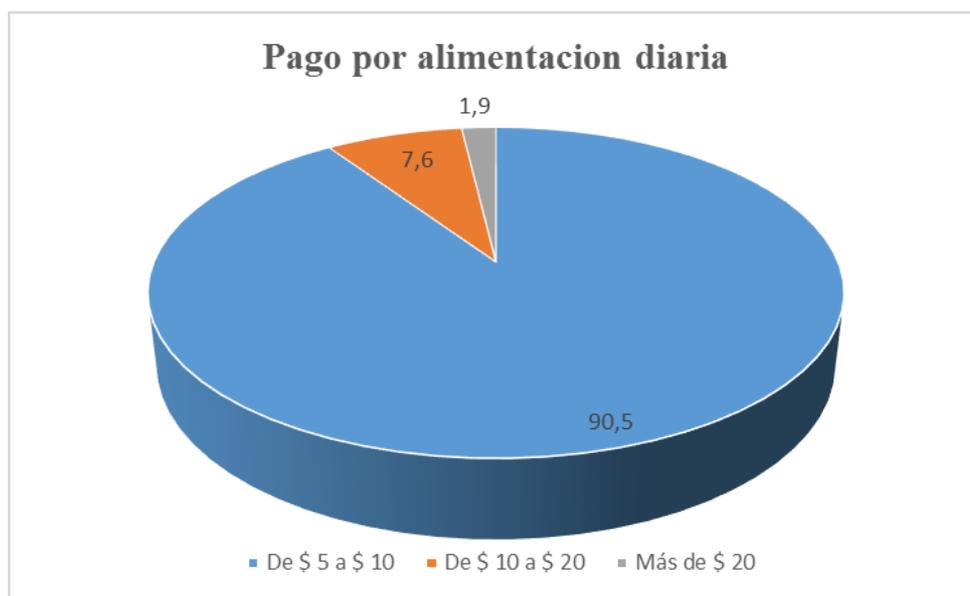
**Cuadro No. 31. Pago alimentación diaria (por plato)**

Pago Alimentación	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 5 a \$ 10	238	90,5%
De \$ 10 a \$ 20	20	7,6%
Más de \$ 20	5	1,9%
Total	263	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No. 24. Pago alimentación diaria en la finca**



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

Casi la totalidad de encuestados se concentra en pagar entre \$ 5 a \$ 10 dólares, es decir, más de 9 de cada 10 personas. El 7.6% pagaría entre \$ 10 a \$ 20 dólares, que es un porcentaje mínimo y solamente el 1.9% pagaría más de \$ 20. En síntesis, la mayor parte de encuestados prefiere pagar el menor valor por plato de comida.

### **Pregunta 11: Actividades turísticas y de recreación**

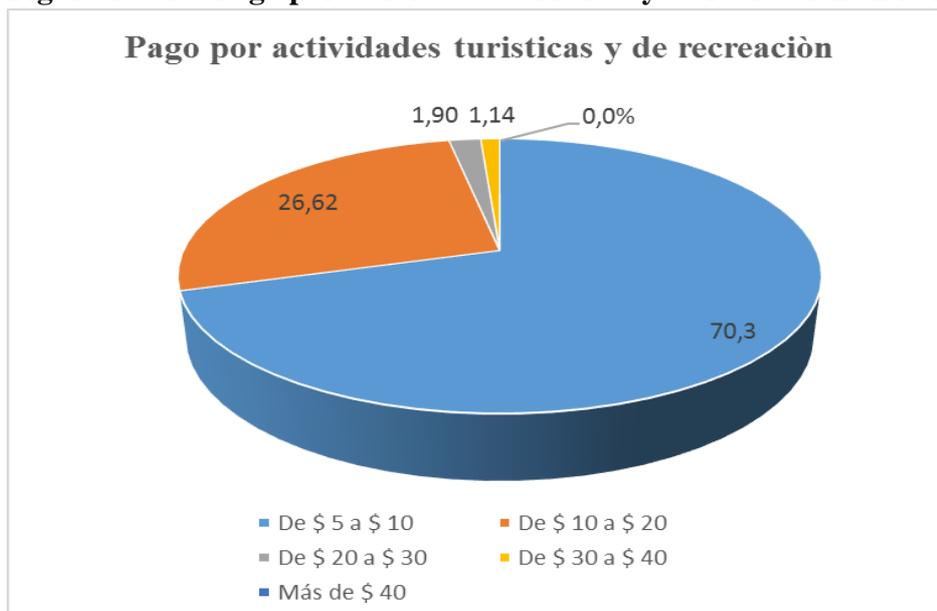
**Cuadro No. 32. Pago por actividades turísticas y de recreación finca**

Pago actividades turísticas y de recreación	Frecuencia	Porcentaje
De \$ 5 a \$ 10	185	70,3
De \$ 10 a \$ 20	70	26,62
De \$ 20 a \$ 30	5	1,90
De \$ 30 a \$ 40	3	1,14
Más de \$ 40	0	0,0%
Total	263	

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No. 25. Pago por actividades turísticas y de recreación en la finca**



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

Es necesario aclarar, que el pago es por persona y no por grupo. El resultado obtenido indica que el 61% estaría dispuesto a pagar de \$ 5 a \$ 10, es decir, 6 de cada diez personas. El 37% pagaría entre \$ 10 a \$ 20, lo que con lleva a decir que serían casi 4 de cada diez personas. Y el 2% es el que se siente impulsado a pagar más de \$ 20. Es decir, de nuevo los encuestados tienden a pagar el menor valor por los servicios turísticos y recreativos que ofrece la finca.

**Pregunta 12: ¿Por qué medio quisiera recibir información acerca de este destino?**

**Cuadro No. 33. Medio para recibir información de la finca**

Medio de información	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de viaje	90	7,5%
Páginas web	210	17,4%
E-mail	359	29,7%
Redes sociales	354	29,3%
Publicidad Trípticos/volantes	194	16,1%
Total	1207	100,0%

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No. 26. Medio para recibir información de la finca**



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

Los encuestados tienen preferencia casi absoluta por dos medios de información, que son el email y las redes sociales, casi todos prefieren estos medios. Es decir, la información es mejor si llega de manera personalizada a los probables turistas que visiten la finca. Después, está la información en páginas web y la publicidad de trípticos y volantes. En último lugar, esta recibir información por agencias de viaje. Esto revela que las personas prefieren recibir de manera personalizada la información y que muy pocos buscan información turística en agencias de viaje.

**Pregunta 13: El Recurso Humano con el que cuenta la finca Agro turística para dar los servicios y realizar actividades**

**Cuadro No. 34. Recurso humano en la finca para dar servicios y realizar actividades.**

Recurso humano en la finca	Frecuencia	Porcentaje
Capacitado	263	100%
No capacitado		
Total	263	100%

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No. 27. Recurso humano en la finca para dar servicios y realizar actividades.**



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

Los encuestados que respondieron la pregunta, en su totalidad manifiestan que desean contar con personas capacitadas para la atención de los servicios y en la realización de actividades. Esto significa que las personas valoran mucho que las personas estén capacitadas cuando trabajan en servicios turísticos. Por tanto, todas las personas que van atender y dar servicios deben estar capacitadas.

**Pregunta No. 14: ¿Qué tipo de fauna doméstica, te gustaría encontrar en la finca Agro turística “Bella Vista”?**

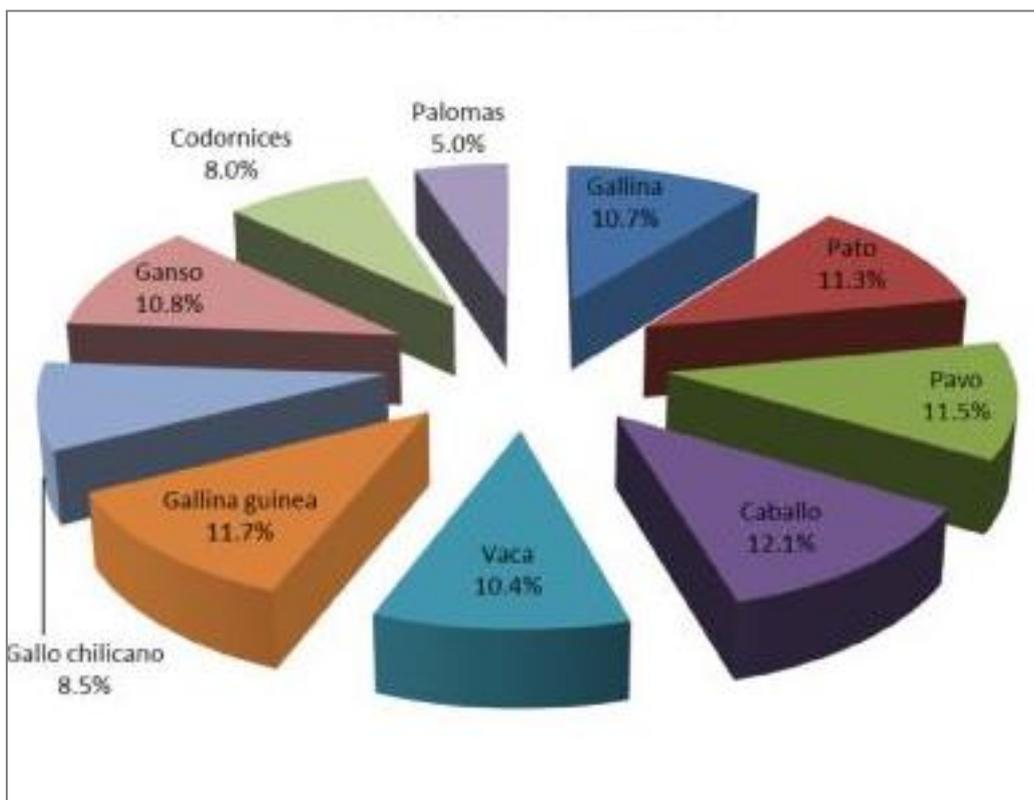
**Cuadro No. 35. Tipo de fauna doméstica se va a incluir en la finca**

Animales domésticos	Frecuencia	Porcentaje
Gallina	306	10,7%
Pato	325	11,3%
Pavo	330	11,5%
Caballo	346	12,1%
Vaca	298	10,4%
Gallina guinea	335	11,7%
Gallo chilicano	245	8,5%
Ganso	311	10,8%
Codornices	229	8,0%
Palomas	144	5,0%
Total	2869	100,0%

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No. 28. Tipo de fauna se va a incluir en la finca**



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

Los encuestados manifiestan que desean ver bastantes animales domésticos, los cuales están presentes en la finca. Por ello, va a ser importante que la finca tenga la mayor fauna doméstica posible en la finca, para que los turistas que asisten logren divisar todo tipo de animales. Los animales que presentan menor predilección son las palomas, que son animales domésticos pero que permanecen muy poco tiempo en un mismo lugar.

Son los caballos y las especies avícolas las que más desean ver las personas, pero en general se proyecta la tendencia de que las personas desean ver la mayor parte de fauna doméstica posible.

**Pregunta 15: ¿Qué tipo de fauna silvestre, te gustaría encontrar en la finca Agro turística “Bella Vista”?**

**Cuadro No. 36. Tipo de fauna silvestre que debería estar presente en la finca**

<b>Fauna silvestre</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Guatusa	261	10,6%
Guatín	221	9,0%
Tapir	192	7,8%
Lora	223	9,1%
Perico	269	11,0%
Paugil	221	9,0%
Perdiz	149	6,1%
Venados	210	8,6%
Saínos	173	7,1%
Tigrillos	56	2,3%
Anacondas	40	1,6%
Monos	255	10,4%
Tortugas	181	7,4%
Total	2451	100,0%

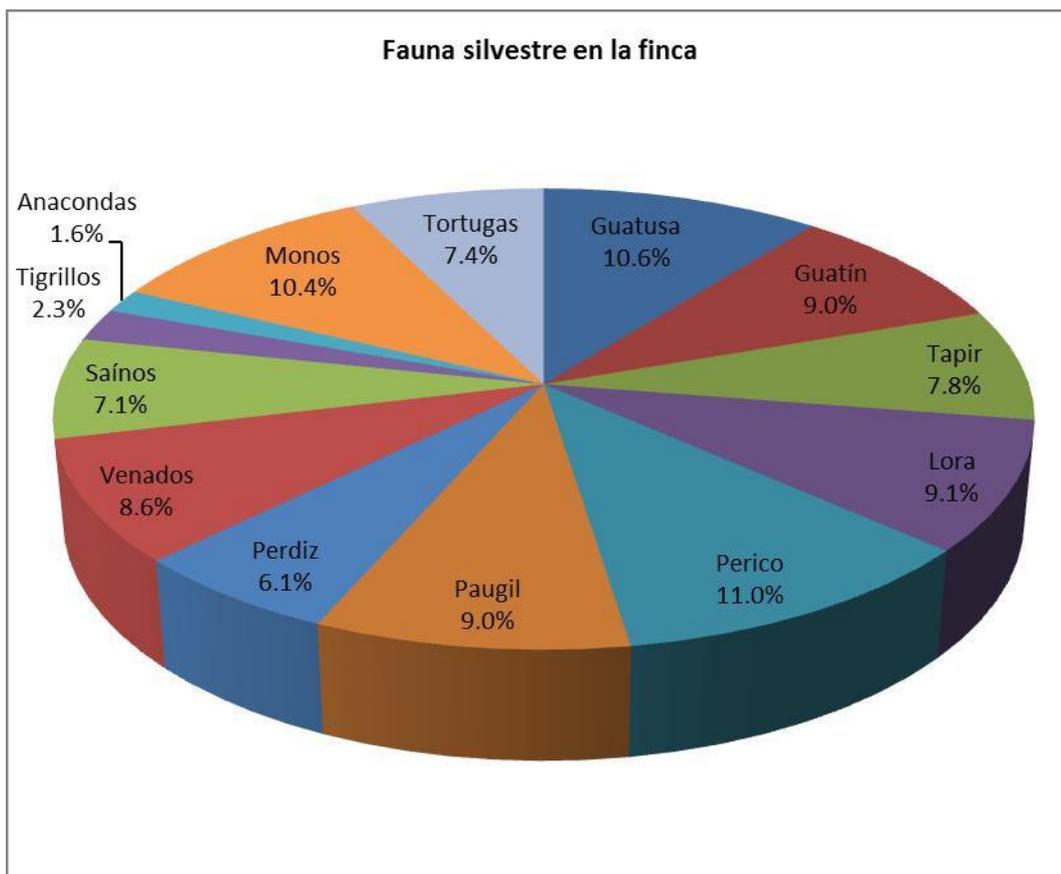
**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

Los encuestados que contestaron la pregunta tienen particular interés por fauna silvestre como pericos, guatusa y monos. Y menos interés en tigrillos y anacondas. Y en términos intermedio el resto de animales. Lo que indicaría que las personas desean ver fauna silvestre que podía ser domesticada y muy poco observar los animales en su estado más salvaje y que difícilmente deben ser domesticados.

Sin embargo, es importante indicar que muchos de los encuestados señalaron que no sería correcto mantener animales en cautiverio, y que la razón de una finca agroturística, no es la misma que un centro de manejo y tenencia de vida silvestre. Incluso, que eso no es promover aprendizajes culturales de amor por la naturaleza, porque estos animales estarían enjaulados, a diferencia de los animales domésticos que están libres.

**Figura No. 29. Tipo de fauna silvestre que debería estar presente en la finca**



**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Pregunta 16: ¿Que productos le gustaría degustar en la finca Agro turística “Bella Vista”?**

En esta última pregunta son las frutas tropicales, las que mayor predilección presentan las personas por degustar o consumir en la finca. Después están las frutas silvestres y, finalmente, los tubérculos. Individualmente, las que más desearían degustar sería: achotillo, uva de monte, guaba, guayaba, caña y papa china. Lo que menos les gustaría degustar sería: chonta, camote y maracuyá. Pero en síntesis, hay una amplia tendencia para degustar este tipo de frutas y tubérculos, siempre son más del 50% de personas que les parece una buena propuesta la degustación.

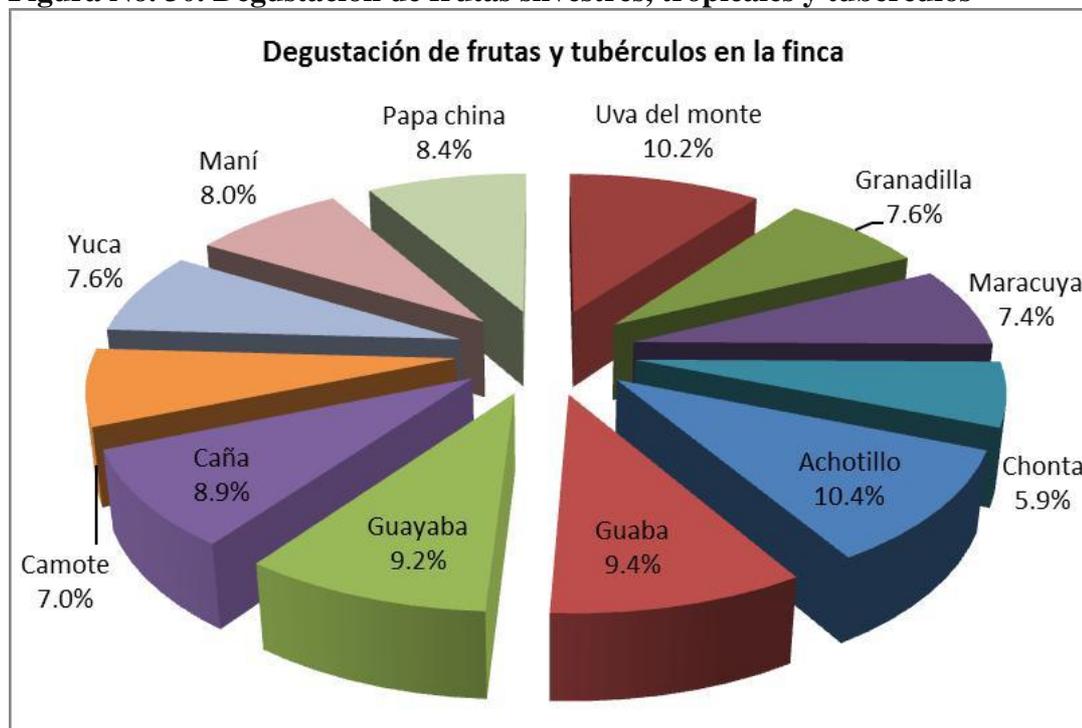
**Cuadro No. 37. Degustación de frutas silvestres, tropicales y tubérculos**

Degustación de frutas y tubérculos	Frecuencia	Porcentaje
Frutas silvestres		
Uva del monte	327	10,2%
Granadilla	245	7,6%
Maracuyá	237	7,4%
Chonta	189	5,9%
Frutas tropicales		
Achotillo	333	10,4%
Guaba	303	9,4%
Guayaba	295	9,2%
Caña	285	8,9%
Tubérculos		
Camote	226	7,0%
Yuca	245	7,6%
Maní	258	8,0%
Papa china	271	8,4%
Total	3214	100,0%

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No. 30. Degustación de frutas silvestres, tropicales y tubérculos**



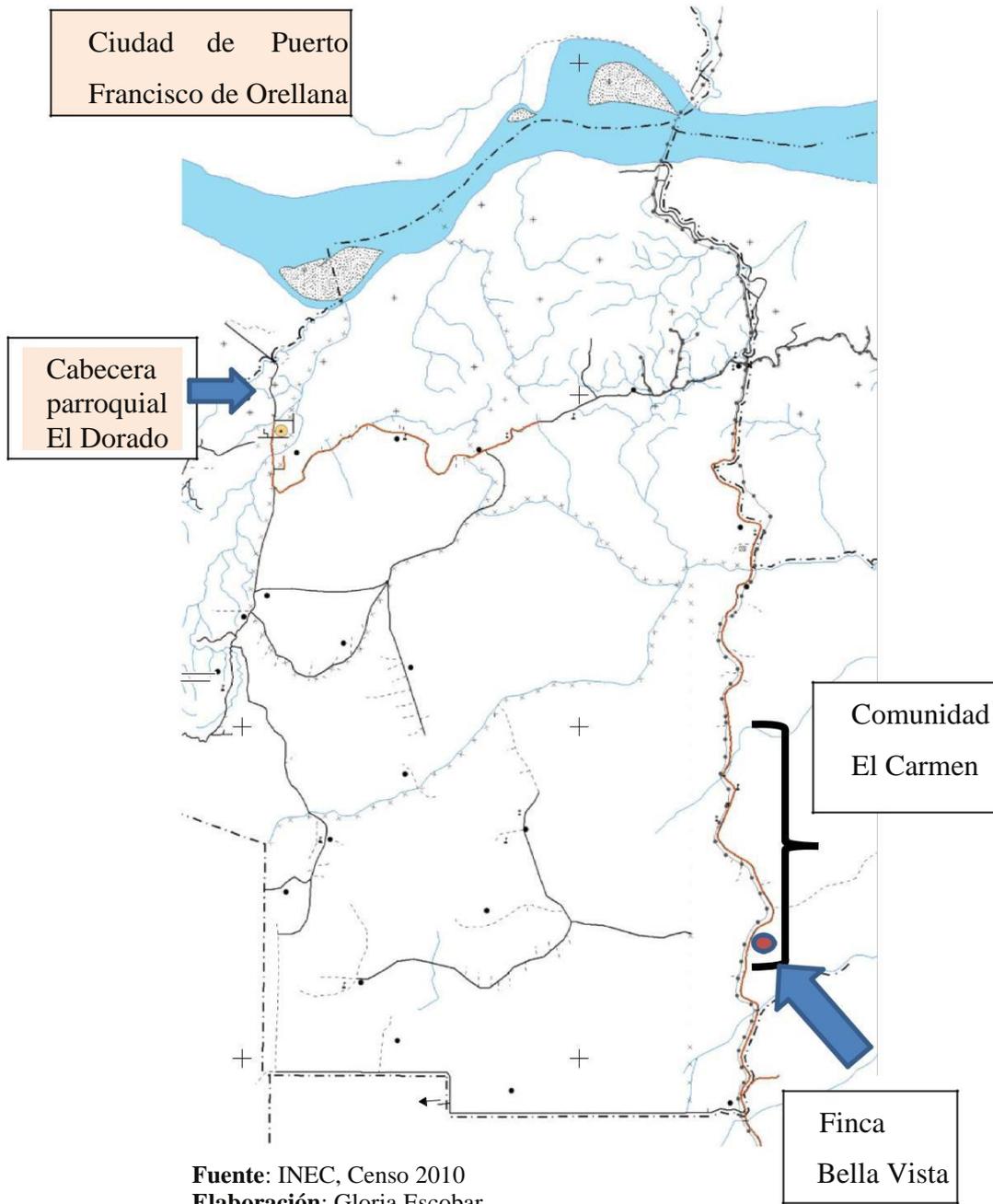
**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** Gloria Escobar

### 6.3. Diseño Finca Agroturística

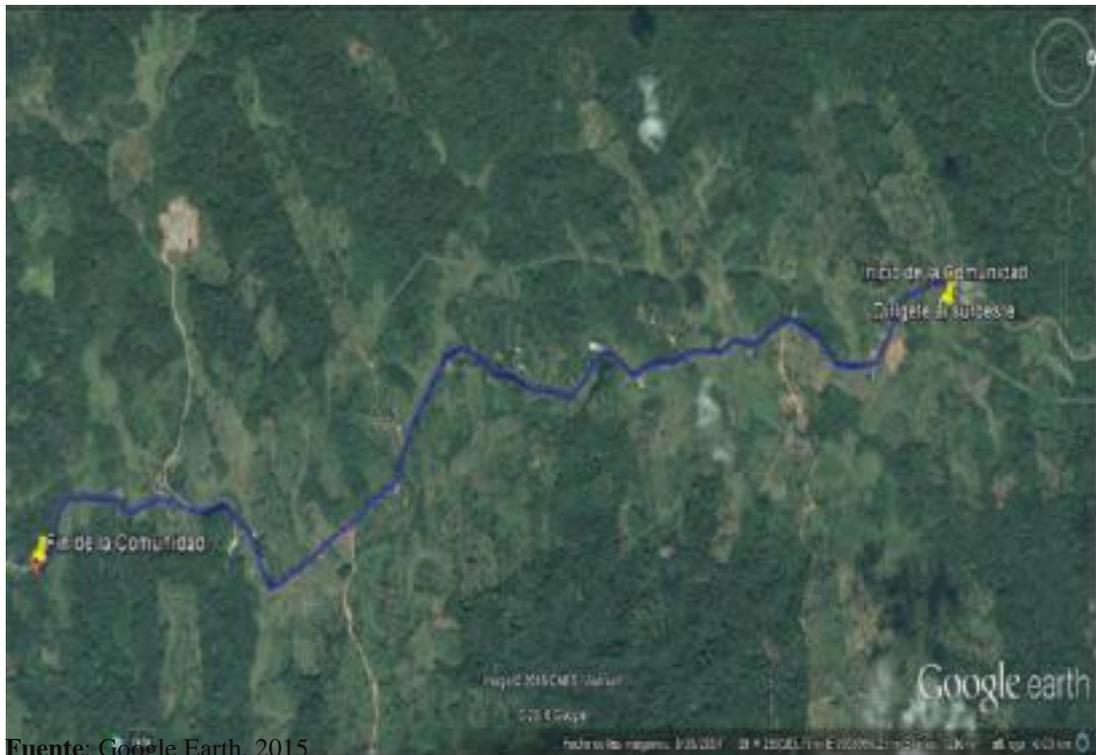
Inicialmente, el diseño de la finca se realizó en función de fuentes secundarias, desde el internet con mapas de Google Earth y los mapas del INEC. Posteriormente, se estable el diseño en función de las actividades a realizar y se hizo un recorrido de la finca Bella Vista, in situ.

**Figura No. 31. Localización de la Finca Bella Vista, en Parroquia El Dorado**



En el siguiente mapa se puede visualizar la extensión de la Comunidad El Carmen, desde el inicio hasta el fin. En el final de la comunidad está localizada la Finca Bella Vista

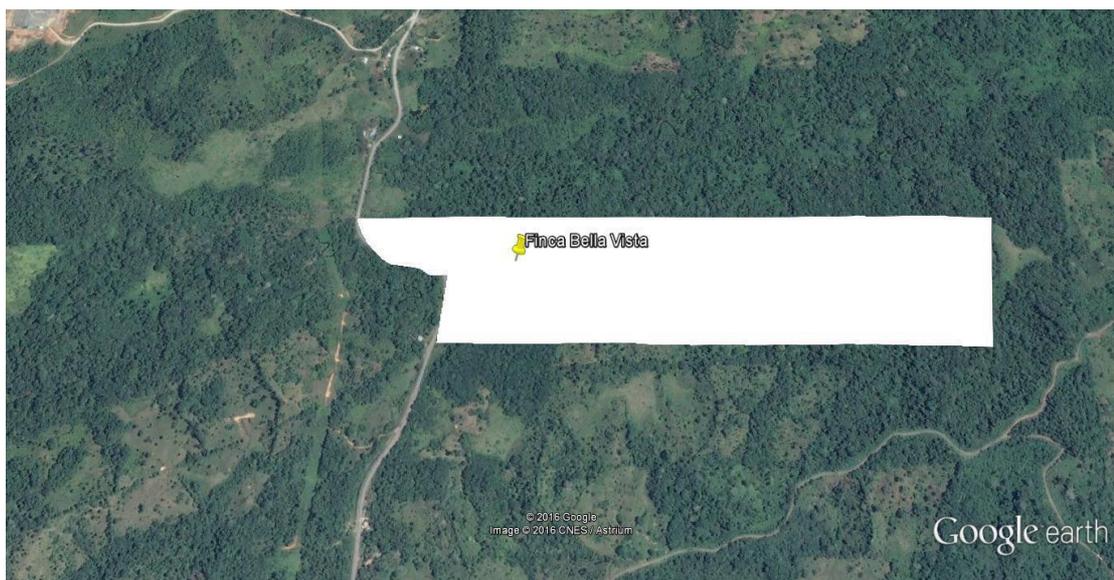
**Figura No. 32. Localización de la Comunidad El Carmen**



Fuente: Google Earth, 2015

Elaboración: Gloria Escobar

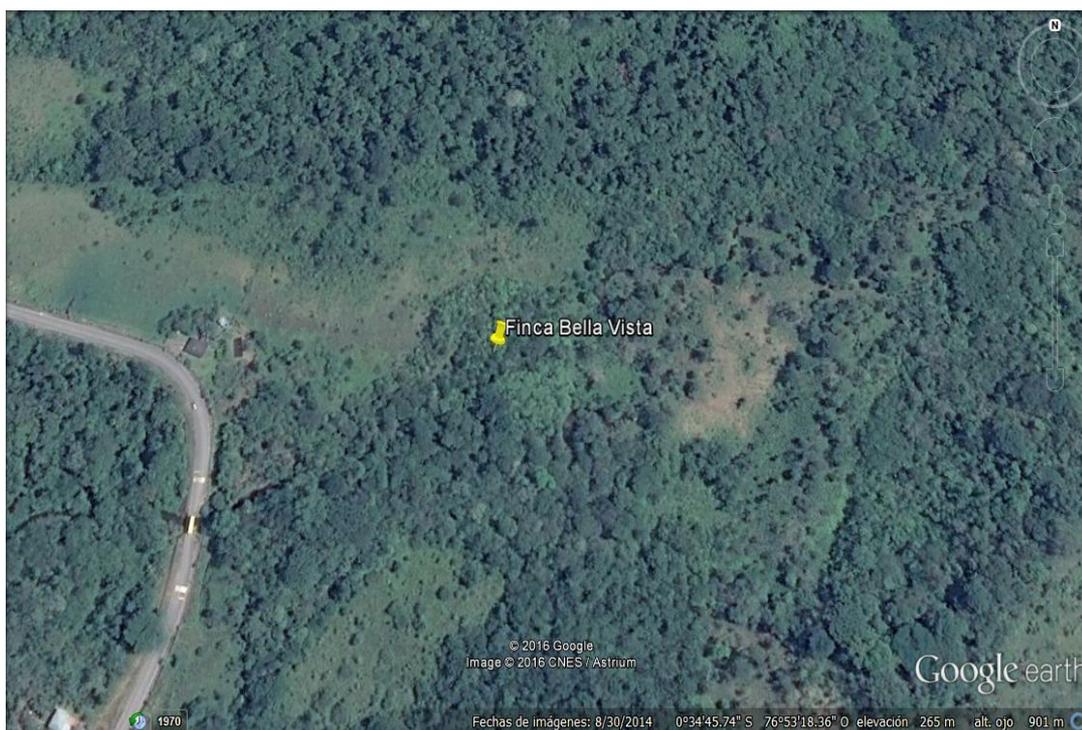
**Figura Nro. 33 Polígono de la Finca Bella Vista**



Fuente: Google Earth, 2015

Elaboración: Gloria Escobar

**Figura No. 34. Localización y vista área de la Finca Bella Vista**



**Fuente:** Google Earth, 2015

**Elaboración:** Gloria Escobar

### **6.3.1. Breve Descripción de la Finca Bella Vista**

El proyecto agroturístico se implementa en la comunidad El Carmen, parroquia El Dorado, ubicado en el kilómetro 25 de la vía Auca, exactamente en la Finca Agroturística “Bella Vista”, que posee producción agropecuaria para el mercado y el autoconsumo, bosque secundario y bosque primario; y por cuya propiedad pasa el río Sábalo. Según Google Earth, la finca se localiza en la latitud  $0^{\circ}34'44.82''S$  y la longitud  $76^{\circ}53'26.44''O$ .

La finca mide aproximadamente 45 has, cuya extensión es de 250 metros de ancho por 1800 metros de largo aproximadamente, y se efectúan diferentes actividades agropecuarias, como son: producción de café, cacao, caña, yuca, plátano, producción piscícola, ganadería menor (avicultura y porcinos) y crianza de ganado bovino; todos los cultivos se hacen bajo sistemas agroforestales. En el año 2001 se inició con una reforestación parcial de la finca, hasta contar actualmente con más de 100 especies de árboles forestales (sumando más de 4000 árboles), incluyendo algunos en peligro de extinción o bajo categorías de protección. Además posee un bosque secundario y bosque primario, y se ampliaron las zonas de protección de las nacientes existentes dentro de la

propiedad y otras zonas en recuperación, aumentando las de amortiguamiento de un pequeño bosque secundario.

### **6.3.2. Diseño de la Finca Bella Vista**

Actualmente, desde la parte productiva la finca se emplea más para producción ganadera de carne, comercialización de productos agrícolas como: café, cacao, maíz y yuca. Y desde la producción para el autoconsumo, con producción avícola y en la huerta de la finca. Para la implementación agroturística se ha transmutado el diseño de la finca. La implementación del nuevo esquema agroturístico parte del diseño actual de la finca Bella Vista, que contempla las siguientes áreas:

- Recepción o de Hostería.
- Casa campestre (casa de los propietarios)
- Pesca deportiva
- Granja o ganado menor
- Ganadería o ganadería bovina
- Vivero (se planea construir)
- Cultivos café y cacao
- Huerta (cultivo de caña, plátano, maíz, guabas, limón, yuca, achotillo, etc.).
- Potrero, bajo sistema silvopastoril
- Bosque primario
- Bosque secundario
- Mirador (se planea construir)
- Área del río Sábalo.

Sobre estas áreas se plantea realizar diferentes tipos de senderos y tours, según la necesidad de los clientes o las personas que deseen realizar agroturismo.

El espacio de diseño en la finca comprende 3 áreas grandes:

- Agroproductiva, comprenden los sitios agroforestales, silvopastoriles y la producción pecuaria.
- Espacios naturales, abarca las áreas de conservación y las áreas naturales.

- Infraestructura, incluye las instalaciones, construcciones y edificaciones en el área productiva, turística y de vivienda de los campesinos.

Para la cual se realizó la siguiente propuesta de diseño de la finca, ver cuadro siguiente:

**Cuadro No. 38. Espacios Productivos y Turísticos de la finca Bella Visa**

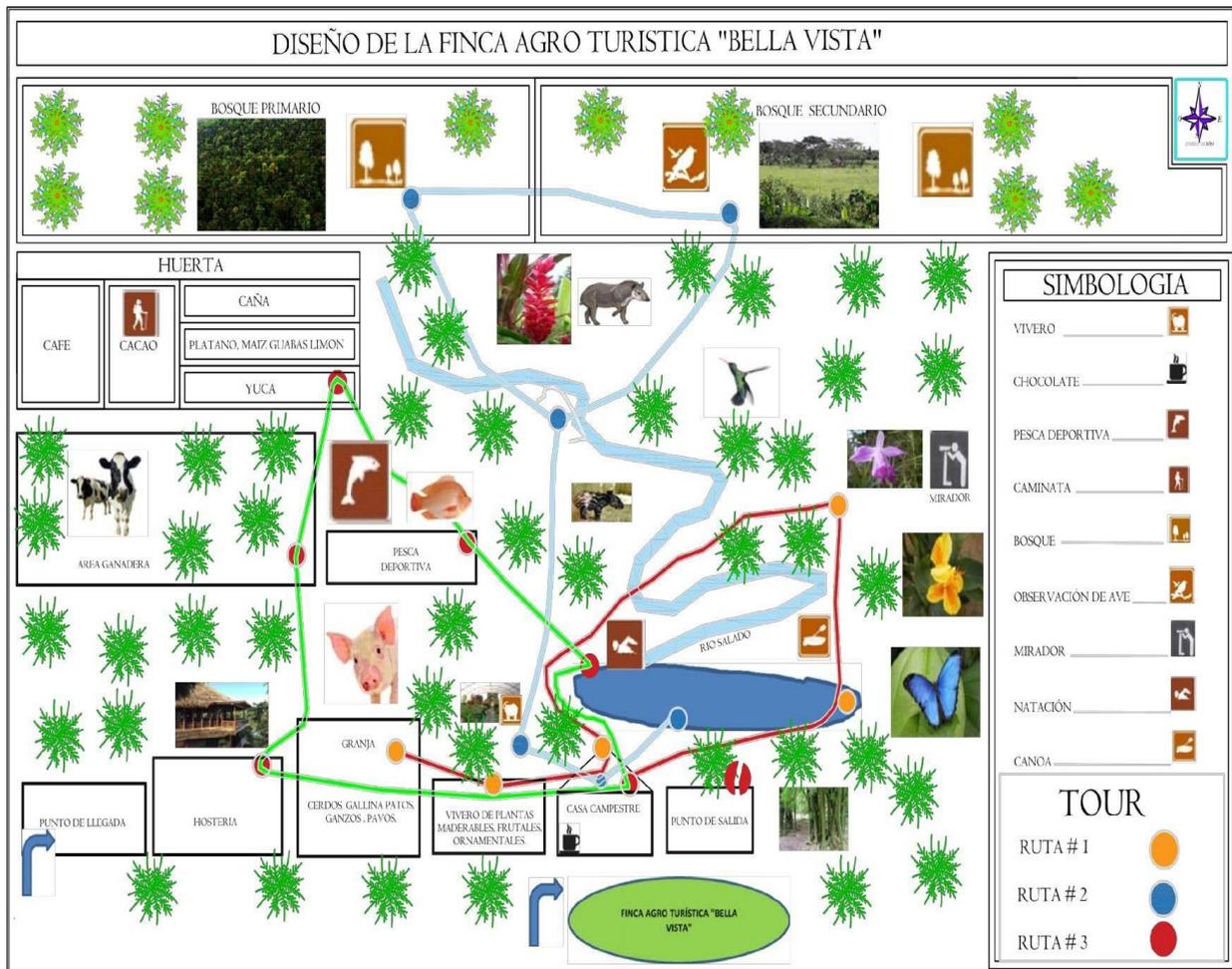
FINCA “BELLA VISTA”	ESPACIOS PRODUCTIVOS Y TURÍSTICOS	ACTIVIDADES
Agro productivos	Agroforestal	Cultivo de cacao nacional
		Cultivo de café robusta
		Cultivo de caña de azúcar
		Cultivo de yuca
		Huerta (cultivo de plátano, maíz, guabas, limón y otros frutales)
	Silvopastoril	Pastos con árboles maderables y Frutales
	Producción pecuaria	Ganado bovino
Ganado menor (cerdos, gallinas, patos, pavos, gansos)		
Acuicultura-pesca deportiva (tilapia, cachama y bocachico)		
Espacios naturales	Áreas de conservación	Bosque primario, con observación de árboles maderables y no maderables
		Bosque secundario, con observación de árboles maderables y no maderables, y áreas de reforestación
	Área natural	Río Sábalo
		Área de camping junto al río
Infraestructura	Productiva	Vivero de plantas maderables, no maderables y ornamentales
		Corrales y chancheras
		Piscinas
	Turística	Hostería
		Senderos por toda la finca y por el río Sábalo
		Mirador, para avistamiento de aves
	Vivienda	Casa Campestre

**Fuente:** Finca Bella Vista

**Elaboración:** Gloria Escobar

## DISEÑO DE LA FINCA AGRO TURÍSTICA "BELLA VISTA"

**Figura No. 35. Diseño de Finca Agro turística "BELLA VISTA"**



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Gloria Escobar

- **Espacios Agroproductivos.**
- a. **Sistemas Agroforestales**
- **Cultivos bajo sistemas agroforestales y comerciales**

**Cuadro No. 38. Espacio productivo y turístico agroforestal de la finca.**

Espacio Productivo y Turístico Agroforestal	Nombre cultivo	Nombre Científico	Extensión y tiempo de cultivo
	Café robusta	<i>Coffea canephora</i>	2 has y 5 años
	Cacao nacional	<i>Theobroma cacao</i>	½ ha y 12 años
	Caña de azúcar	<i>Saccharum officinarum</i>	¼ ha y 3 años
	Yuca	<i>Manihot esculenta</i>	¼ ha y 20 años

**Fuente:** Finca Bella Vista  
**Elaboración:** Gloria Escobar

Las prácticas culturales que se implementan en estos cultivos son:

- Desmonte y preparación del suelo, este se lo realiza entre los meses de enero y febrero, pero también en agosto y septiembre. Se desmonta el área para sembrar de manera manual, muchas veces con mingas o personas contratadas. Se quema la maleza y material seco, según el cultivo se calcula la cantidad de plantas a ser sembradas o de semilla necesaria o a utilizarse en la siembra.
- Siembra, la cual se realiza de preferencia a inicios del año, entre los meses de febrero hasta abril, en el caso de la yuca también se realiza una resiembra en octubre y noviembre. Aunque como las lluvias son constantes se puede sembrar cualquier época del año, pero la práctica cultural no lo asume así.
- Resiembra, en caso de que no logren desarrollar algunas plantas o matas, un mes después a la siembra se realiza una resiembra.
- Mantenimiento y limpieza, esto se realiza de manera continua pues la maleza crece muy rápido, diariamente se lo hace.
- Cosecha, se realiza manualmente. En el caso del café robusta esta se efectúa entre los meses de mayo a noviembre; el cacao nacional entre los meses de julio a octubre; la caña de caña de azúcar según la época en que fue sembrada pero principalmente en la finca se realiza en los meses de enero-febrero y agosto-septiembre; y la yuca casi todo el tiempo pero de manera continua entre febrero a mayo y desde octubre a diciembre, esta recolección es para vender.
- Manejo poscosecha, esto incluye desde el acopio hasta preparar el producto para que salga al mercado. El acopio de cada uno de estos productos se realiza de manera diferente, mientras el café y cacao se los acopia y se secan, en cambio la yuca y caña de azúcar, se acopian y se expenden de diferente manera. La yuca enseguida se vende a intermediarios o se saca al mercado, la caña se procesa a través de un trapiche y se obtiene jugo de caña, panela, melcocha y melaza. El café y cacao son secados y después vendidos a mercado, en los dos casos también pueden ser procesados artesanalmente, como: café molido y chocolate en bruto.

De estas actividades, principalmente, la siembra, resiembra, cosecha y manejo poscosecha, son las actividades principales, con las cuales se puede establecer como actividad práctica para el agroturismo. Y se pueden consumir y hacer prácticas de elaboración de productos en la caña de azúcar, café y cacao.

Vale indicar que muchas de todas las actividades están implementadas con sistemas agroforestales, en el caso del café y cacao, son plantas maderables y no maderables. En el caso de la yuca y la caña de azúcar establecidas con gliricidia o yuca ratón, plátano, guineo o frutales amazónicos. Pues, el agroturismo debe instaurarse desde la perspectiva de conservación de la naturaleza y de prácticas culturales campesinas en la producción agrícola.

- **Huerta y cultivos para el autoconsumo, familiar o alimentación pecuaria**

El nombre de huerta se le da, porque así la reconocen a este tipo de sembríos combinados los dueños de la finca, los cuales utilizan este nombre debido a que provienen de la provincia de Loja y ese el nombre de referencia. El área que ocupa es entre una o dos hectáreas, depende del destino de la producción de la misma. La huerta está constituida por cultivos y frutales para autoconsumo o consumo familiar, pero también se la utiliza como fuente alimenticia para producción pecuaria, principalmente ganado menor, como: avícola y porcino. Aunque también sirve para el ganado mayor, como es el: vacuno, caballo y mular. En la huerta estos son los principales productos:

**Cuadro No.39. Espacio productivo y turístico agroforestal-huerta de la finca.**

	<b>Nombre cultivo</b>	<b>Nombre científico</b>	<b>Extensión y tiempo de cultivo</b>
Espacio Productivo y Turístico Agroforestal - Huerta	Plátano	<i>Musa × paradisiaca</i>	Todos los cultivos abarca una extensión de 2 has, la cual fue establecida hace 10 años, vale aclarar que la mayoría son cultivos de ciclo corto, menor a un año. Pero los frutales son de ciclo perenne.
	Guineo	<i>Musa acuminata</i>	
	Maíz	<i>Zea mays</i>	
	Guabas	<i>Inga feuilleei</i>	
	Arazá	<i>Eugenia stipitata</i>	
	Naranjilla	<i>Solanum quitoense</i>	
	Cocona	<i>Solanum sessiliflorum</i>	
	Coco	<i>Cocos nucifera</i>	
	Limón	<i>Citrus × limón</i>	
	Guayaba	<i>Psidium guajava</i>	

**Fuente:** Finca Bella Vista

**Elaboración:** Gloria Escobar

Para el establecimiento de la huerta se llevan a cabo las mismas prácticas culturales, que para los sistemas agroforestales como son:

- Desmonte y preparación del suelo
- Siembra

- Resiembra
- Mantenimiento y limpieza
- Cosecha
- Manejo poscosecha.

Los de ciclo corto, como el maíz tiene dos períodos anuales de cultivo, pero son las mismas prácticas culturales. Los cultivos frutales que son la mayoría tienen prácticas culturales similares a los de café y cacao, la diferencia es que la época de frutas en la Amazonía ecuatoriana se extiende desde octubre, para el caso de las guabas, pero para la mayoría de enero hasta marzo, donde finaliza la producción de frutas. Sin embargo, hay cultivos con producción más permanente como los plátanos, guineos, guayabas, cocos y limones. Sin embargo, se vuelve a repetir todos estos productos son utilizados para el autoconsumo o como alimento para el ganado menor y mayor.

Para las prácticas agroturísticas serán similares a los cultivos agroforestales pero con mayores prácticas de elaboración artesanal, como es en: jugos y conservas. También es necesario indicar, que en la huerta también es establecida bajo sistemas agroforestales, con plantas maderables y no maderables, las cuales posteriormente son nombradas.

#### **b. Sistemas silvopastoriles**

**Cuadro No. 40. Espacio productivo y turístico silvopastoril de la finca.**

Espacio Productivo y Turístico Silvopastoril	Nombre cultivo	Nombre científico	Extensión y tiempo de cultivo
	Pasto marandú	<i>Brachiaria brizantha</i>	4 has y 5 años
	Pasto dallis	<i>Paspalum dilatatum</i>	4has y 8 años

**Fuente:** Finca Bella Vista

**Elaboración:** Gloria Escobar

Para el establecimiento de sistema silvopastoriles, se tiene como principales prácticas culturales:

- Desbroce y preparación del suelo
- Siembra
- Mantenimiento y limpieza

Todo el sistema silvopastoril en la finca, se implanta con especies forestales, maderables y no maderables, además esta se apoya en el establecimiento de infraestructura que permita su manejo, como es con corrales, alambrado y en el

buen manejo del potrero. El sistema silvopastoril es creado para alimentar al ganado mayor, especialmente al vacuno o bovino, en menor medida al caballar y mular.

### c. Producción pecuaria

**Cuadro No. 41. Producción pecuaria de la finca.**

Tipo de ganado	Especie	Nombre científico	Cantidad
Ganado mayor: bovino	Brahman y brown swiss	<i>Bos taurus</i> y <i>Bos indicus</i>	10
Ganado menor: porcinos	Cerdos porcinos	<i>Sus scrofa domesticus</i>	4
Ganado menor: avicultura	Patos	<i>Anas platyrhynchos domesticus</i>	6
	Gallinas y pollos camperos	<i>Gallus gallus domesticus</i>	75
Acuicultura-pesca deportiva	Tilapia roja	<i>Oreochromis mossambicus</i>	400
	Cachama	<i>Colossoma macropomum</i>	200
	Bocachico	<i>Prochilodus magdalenae</i>	20

**Fuente:** Finca Bella Vista

**Elaboración:** Gloria Escobar

La producción pecuaria en la finca Bella Vista, se basa en 4 tipos de ganado o de producción pecuaria, como son: ganado bovino, porcino, avicultura y acuicultura. Las prácticas culturales son:

- Selección de crías, la misma consiste en seleccionar los animales que se quedarán como reproductores y reproductoras. Además, de la compra de reproductores machos en otros lugares, para mejorar los críos y las especies. Solamente, en el caso de la cachama, se compra en laboratorios; y en el caso de los pollos camperos se compra en almacenes veterinarios. Aquí también se trabaja la separación de las madres con las crías para mejorar el desarrollo de las mismas y tengan alimentación y protección exclusiva de las madres.
- Preparación de alimentación, según el tipo de ganado hay que preparar los alimentos. El ganado mayor, está localizado en los sistemas silvopastoriles y de ahí obtiene la alimentación, es decir, de la siembra de pastos y el mantenimiento de los mismos depende la alimentación. En el caso de los porcinos se prepara la alimentación con guineos, plátanos, frutales, maíz, yuca, caña, alimentos no consumidos, hasta balanceado. En el caso de las patos, gallinas y pollos camperos, se da maíz, como alimento básico, que es completado con frutales, guineos y plátanos maduros, así como alimentos como arroz cocido y desperdicios; pero en

el caso de los pollo camperos los primeros 45 días son criados con balanceado de crecimiento. La acuicultura se realiza con la compra de balanceado y también con la recolección de frutas y comejenes.

- Alimentación, la alimentación es según el principal tipo de alimento del ganado, pero esta va con otros productos que son complementarios, como la sal pecuaria y el agua. La alimentación en el caso del ganado bovino es todo el día en el potrero, el ganado menor y los peces, son 3 veces al día.

- Manejo y sanidad (vacunación, desparasitación, vitaminas, etc.), para mejorar la producción pecuaria esta requiere de manejo y sanidad, pues, de esta depende mucho la producción de la misma y que se alcance mayor productividad. Todas las especies requieren de este manejo, por eso se debe tener la mayor sanidad posible y seguir los calendarios de sanidad, estos son de vacunación, desparasitación, de colocación de vitaminas, según lo indican los técnicos pecuarios. Por tanto se llevan un régimen de extremo cuidado para que el ganado tenga el mejor manejo adecuado, que logre mayor producción y mejores animales.

- Manejo de corrales o estadias del ganado, según el tipo de ganado se desarrolla la infraestructura de corrales, establos y piscinas. Para el ganado mayor se desarrollan corrales, los cuales son cercanos a la casa del finquero y al aire libre. Los corrales del ganado menor son con protección y sirven para que duerman en las noches y los animales que tienen crías pasen en ellos, además en los mismos se habilitan zonas de comederos, para tomar aguas, de postura para recolectar huevos y según sea el caso puedan anidar gallinas criollas y patos. En las piscinas estarán los peces. Según sea el caso requieren de limpieza, mantenimiento y sanidad para que no se transformen en lugares donde proliferan vectores de enfermedades o habiten roedores.

- Faenamiento y producción de huevos. El ganado mayor se vende para que sea faenado y depende del tiempo de vida y el peso alcanzado. El ganado menor se faena en la casa y se puede autoconsumir o vender la producción. Los peces son pescados con redes, los cuales se autoconsumen y vende al mercado. La producción avícola produce huevos para el autoconsumo, autoproducción de crías y para el mercado, la misma que es recogida de manera manual.

Todas estas prácticas culturales se indicaran a los turistas o visitantes, pueden participar en la alimentación, visitas a los corrales, limpieza de corrales, recolección de huevos, en algunos casos en el faenamiento, pero todos los

productos preparados del ganado menor y la acuicultura de la finca pueden ser consumido por los turistas.

Es de vital importancia indicar que las especies caballar y mular, no se incluyen dentro de la producción pecuaria, debido a que estas se utilizan para realizar cabalgatas y recorridos por la finca, por tanto, no hay mucho tiempo para mostrar el manejo de los mismos, ya que su uso es diferente a los otros tipos de ganado.

- **Espacios naturales: conservación y natural**

**a. Principales especies forestales en el bosque amazónico, de la Finca Bella Vista**

Las especies forestales, más importantes que existen en la finca, empleadas para reforestación, recuperación del suelo y bosque e implementadas dentro de los sistemas agroforestales y silvopastoriles. La mayoría sirven como madera blanda y dura, las cuales están tanto en el bosque primario y en el bosque secundario de la finca, estas son:

**Cuadro No. 42. Especies forestales maderables en la finca**

<b>Especie</b>	<b>Nombre Científico</b>
Arenillo	<i>Erisma uncinatum</i>
Caimito	<i>Pouteria baehiana</i>
Canelo yema de huevo	<i>Aniba panurensis</i>
Cedro	<i>Cedrela odorata</i>
Chuncho	<i>Cedrelinga cateniformis</i>
Coco	<i>Virola spp.</i>
Ceibo	<i>Ceiba pentandra</i>
Canelo, jigua	<i>Guarea spp</i>
Colorado	<i>Guarea gomma</i>
Colorado fino	<i>Guarea macrophylla</i>
Colorado manzano	<i>Guarea kunthiana</i>
Copal blanco	<i>Trattinickia glaziovii</i>
Guarango	<i>Parkia multijuga</i>
Jacaranda	<i>Jacaranda copaia</i>
Laurel	<i>Cordia alliodora</i>
Moral bobo	<i>Clarisia racemosa</i>
Sapote	<i>Sterculia sp.</i>
Tachuelo	<i>Zanthoxylum tachuelo</i>
Tamburo	<i>Vochysia sp.</i>
Sangre de gallina	<i>Otoba spp.</i>

**Fuente:** Finca Bella Vista

**Elaboración:** Gloria Escobar

A continuación se describen los productos forestales no maderables que se encuentran dentro de la finca. Tanto las especies no maderables y maderables, las cuales se han producido en el vivero forestal a implementarse. Principalmente,

este tipo de especies se indicaran en el recorrido de las rutas y senderos previstos dentro de la finca. Especialmente, los productos no maderables que los usos son parte de las culturas ancestrales y del conocimiento del campesino sobre el ambiente que le rodea.

**Cuadro No. 43. Productos forestales no maderables de la finca**

<b>Producto Forestal no Maderable</b>	<b>Hábitat</b>	<b>Parte usada para la obtención del Producto</b>	<b>Categoría de uso</b>
Sangre de drago	Árbol	Tallo	Medicinal
Sandi o Sande	Árbol	Tallo	Medicinal
Higuerón	Árbol	Tallo	Medicinal
Hungurahua	Palma	Fruta	Medicinal
Jenjibre	Planta	Raíz	Alimento, Medicinal
Uña de gato	Árbol	Tallo	Medicinal
Pata de vaca	Bejuco	T,H	Medicinal
Rabo de mono	Bejuco	Tallo	Medicinal
Chuchuhuaso	Árbol	Tallo	Medicinal
Zarza parrilla	Bejuco	Raíz	Medicinal
Zaragosa	Bejuco	Tallo	Medicinal
Mushuango	Bejuco	Hojas	Medicinal
Guayusa	Árbol	Hojas	Medicinal
Cascarilla	Árbol	Tallo	Medicinal
Ají	Planta	Fruto	Alimento
Chonta	Palma	Fruto	Alimento
Tabaco	Bejuco	Hojas	Medicinal
Cacao blanco	Árbol	Fruto	Alimento
Yachipango	Palma	Hojas	Materiales de construcción
Chontilla	Árbol	Fruto	Alimento
Paso	Árbol	Fruto	Alimento
Pitón	Árbol	Fruto	Alimento
Madroño	Planta	Fruto	Alimento
Frejol blanco	Árbol	Fruto	Alimento
Paja toquilla	Planta	Hojas	Materiales de construcción
Cacao de monte	Árbol	Fruto	Alimento
Marañón	Árbol	Hojas	Medicinal
Papa china	Planta	Raíz	Alimento
Palmito	Palma	Tallo	Alimento
Morete	Palma	Fruto	Alimento
Fruta de pan	Árbol	Fruto	Alimento
Girón	Bejuco	Fruto	Alimento
Yuca	Planta	Raíz	Alimento

**Fuente:** Finca Bella Vista

**Elaboración:** Gloria Escobar

En el caso de los animales y plantas domesticadas, se los llama por su nombre común. No es necesario establecer ningún tipo de clasificación.

## **b. Área Natural**

El área natural de la finca Bella Vista comprende el río Sábalo y el área de camping junto al mismo río. El río Sábalo se origina en la parroquia La Belleza del cantón Francisco de Orellana, pasa por la parroquia García Moreno, después llega a la parroquia El Dorado, finalmente desemboca en el río Indillama. El río Sábalo cruza por toda la finca Bella Vista.

En el área por donde va el río Indillama se puede practicar 4 tipos de actividades. La primera es nadar, para lo cual se puede acondicionar 3 o 4 sitios que son propicios para practicar la actividad. La segunda es recorrer el río, sea caminando o en una canoa, este recorrido empezaría en el puente y terminaría al final de la finca. La tercera actividad es pescar, hay importantes especies nativas como: viejas, guanchiches, bagres, motas, anguilas, etc. La cuarta actividad y más importante es acampar junto al río, igualmente se puede acondicionar 3 o 4 sitios para tal actividad. Esta última depende de las solicitudes que realice el turista y de las personas que los acompañen.

El camping junto al río se realiza con todas las medidas de precaución, además de explicaciones sobre el riesgo de acampar junto al río, de encender y apagar fogatas, así como control del ruido para evitar espantar los animales y poder disfrutar del sonido de pájaros, roedores, reptiles e insectos. Finalmente, se efectúa un acompañamiento para verificar que el camping sea realizado en óptimas condiciones y máxima seguridad.

### **• Infraestructura**

#### **a. Productiva**

La infraestructura productiva comprende tres espacios:

- Vivero
- Corrales y chancheras
- Piscinas

El vivero implementado es una construcción de 200 metros cuadrados, o de 20 m x 10 m, el cual sirve para hacer selección de semillas y plantas, así como la producción de plantas maderables y no maderables y de cultivos perennes, incluso

hasta de producción tecnificada como clones de cacao y café. Si hay una demanda de plantas ornamentales se implementa esta línea en el vivero.

Los corrales para el ganado menor, ya se hizo una mención en el manejo cultural de la producción pecuaria, aquí se hace una extensión y revisión más minuciosa. Para el ganado mayor, se establecen 8 potreros, de una hectárea cada uno, con sistemas silvopastoril, el potrero es de gliricidia o barrera viva con alambrea de púa. Además hay un corral para dar alimentos, sal y realizar prácticas de sanidad y manejo de 40 metros cuadrados, donde cada dos o tres días se encierra allí el ganado. Las chancheras serán de 8 metros cuadrados, 4 m x 2 m, adicional existirá una chanchera de gestación de 12,5 metros cuadrados; todas ellas poseerán comederos, bebederos y lugares de descanso para los animales. En las cuales se realiza la limpieza respectiva para evitar que sean focos de infección o permitan el desarrollo de vectores de enfermedades.

Las piscinas son de 100 y 200 metros cuadrados, 10 m x 10 m y 20 m x 10 m. En estas se colocan peces. En unas piscinas se implementará cachama con bocachico y tilapia con bocachico. Estas cuentan con una infraestructura que permita el pleno desarrollo de los peces, la oxigenación del agua y están protegidas con malla de plástico alrededor para evitar la entrada de plagas o depredadores. Se limpia y desinfecta al término de cada producción de peces.

## **b. Turística**

La infraestructura turística posee tres áreas claramente definidas: hostería, senderos y mirador turístico. Cada área sirve para llevar a cabo los servicios turísticos, sean de: alojamiento, alimentación, viaje, recorrido, distracción, recreación, belleza paisajística y avistamiento.

La hostería brinda los servicios de alojamiento, alimentación y recepción de turistas, además de brindar todo tipo de información al visitante sobre las actividades que puede realizar, costos y horarios de atención, así como también sobre práctica agroturística que puede realizar y el contacto que puede establecer con la finca agroturística Bella Vista.

Senderos, estos están en toda la finca nos sirven para llegar a todas las áreas de la finca, todos van con la respectiva señalética, son de lastre, piedra, área y tierra, pues estos deben ser construidos para evitar alteraciones ambientales dentro de la

finca Bella Vista y esta pueda conservar toda su belleza escénica. Estos constituyen los principales sitios para efectuar los recorridos, recrearse, acceder a las prácticas culturales agrícolas y pecuarias.

Mirador Turístico, construido para el avistamiento de aves y, también de la flora amazónica. El horario de uso es en la mañana y en la tarde, no se usa cuando exista lluvia. Los niños que accedan al mirador, lo hacen con sus padres y la seguridad de estos es responsabilidad de los padres. El mirador es de materiales mixtos acero y madera.

### **c. Vivienda**

La vivienda del dueño de la finca o la casa campestre, es parte de la infraestructura de la finca agroturística Bella Vista. En la misma se hacen recorridos y se da explicaciones a los visitantes, todas las preparaciones artesanales de los productos agrícolas y pecuarios se realizan en la casa campestre. Sin embargo, en la noche no se realiza ningún recorrido solo se accede, si fuera necesario, a preparar y consumir alimentos preparados para los turistas o visitantes.

La vivienda tiene una medida de 120 metros cuadrados, 12 m x 10 m, se va ampliar la cocina en 40 metros cuadrados más para que los visitantes tenga acceso y puedan visualizar toda la realización de la producción artesanal, principalmente de café y cacao. Igualmente, en el exterior de la misma se acondiciona un comedor de 90 metros cuadrados, para que los turistas puedan consumir los alimentos.

#### **• Señalética a emplearse para el diseño de la finca**

Para establecer la señalética de la finca se emplea la simbología de Ministerio de Turismo del Ecuador. La misma que es parte de la comunicación visual y simbólica que sirve de orientación para los turistas o visitantes, que se ha tenido en la finca.

La visualización de la señalética ha tenido la siguiente coloración principalmente:

Amarillo.- Se usa como color de fondo para señales preventivas, señales complementarias de velocidad, distancias y leyendas, señales de riesgo, además en señales especiales delineadoras

Azul.- Se usa como color de fondo para las señales informativas de servicio; también, como color de leyenda y orla en señales direccionales de las mismas, y en señales de estacionamiento en zonas tarifadas, (En paradas de bus esta señal tiene el carácter de regulatoria).

Café.- Se usa como color de fondo para señales informativas turísticas y ambientales

La señalización se realiza a través de pictogramas, de diferentes colores, según sea el lenguaje simbólico. Los cuales se establece de acuerdo con el Reglamento Técnico de Señalización Vial RTE INEN 004 y sus partes 1,3 y 4. Establece los parámetros y normativas que se ha aplicado y que se encuentran vigentes en el territorio nacional.

Los pictogramas de áreas naturales y de conservación que se ha empleado son:

**Figura No. 36. Pictogramas de áreas naturales y de conservación**



Observación de Aves



Observación de Flora



Vivero



Sendero



**Fuente:** Ministerio de Turismo, 2011. Manual de señalización turística  
**Elaboración:** Gloria Escobar

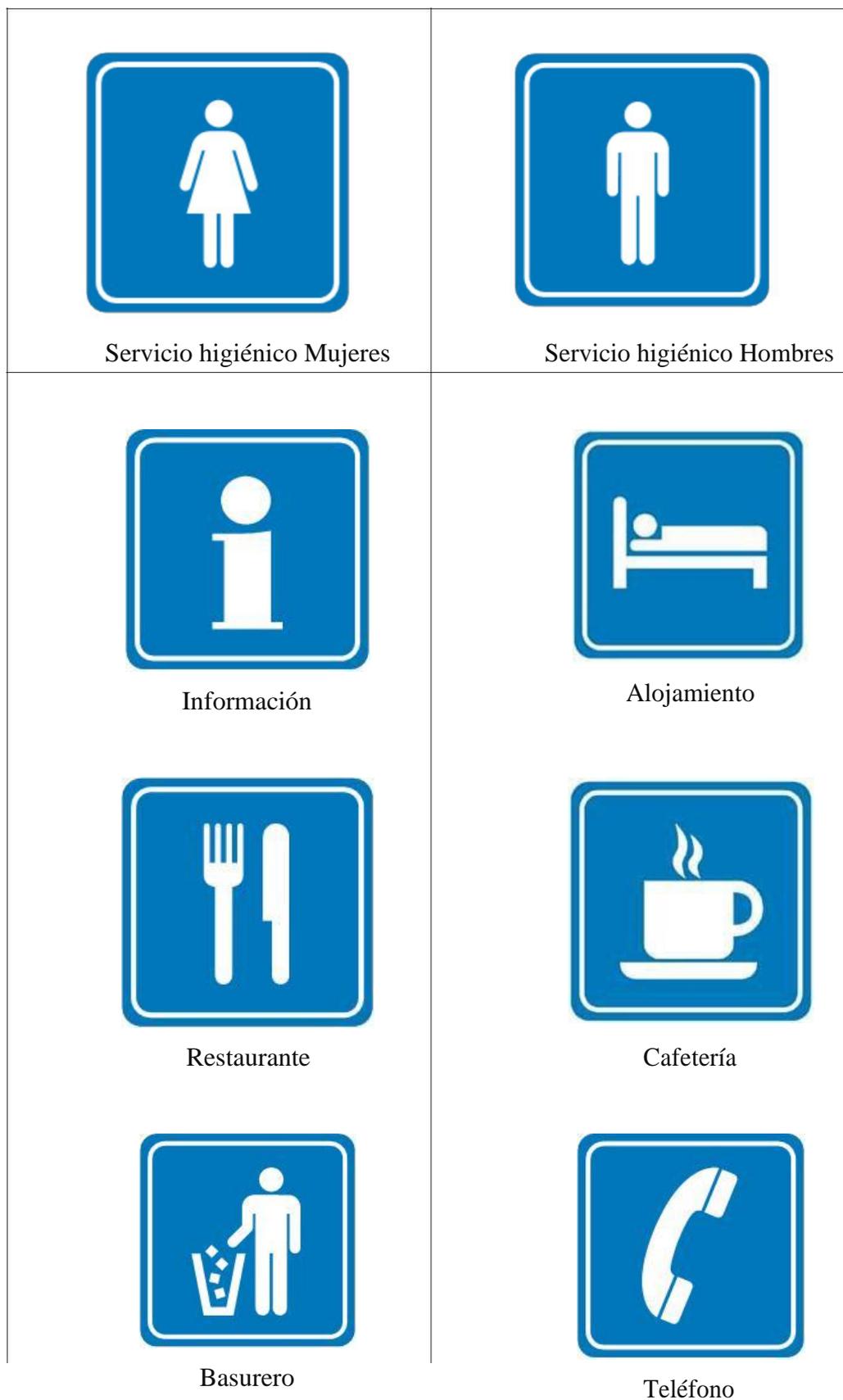
**Figura No. 37. Los pictogramas de actividades turísticas**



**Fuente:** Ministerio de Turismo, 2011. Manual de señalización turística

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No. 38.** Los pictogramas de servicio de apoyo.



**Fuente:** Ministerio de Turismo, 2011. Manual de señalización turística  
**Elaboración:** Gloria Escobar

**Figura No. 39. Los pictogramas de restricción.**

	
Prohibido Mascotas	No arrojar basura
	
No recolectar flora y fauna	No encender fogatas
	
No acampar	No cazar

**Fuente:** Ministerio de Turismo, 2011. Manual de señalización turística

**Elaboración:** Gloria Escobar

#### **6.4. Plan de Negocios Finca Agro turística Bella Vista.**

El Plan de Negocios a elaborar para la finca Agroturística es el siguiente:

##### **6.4.1. Datos generales de la empresa**

- Nombre de la Empresa: Finca Agroturística “Bella Vista”
- Duración del proyecto: 5 años
- Provincia: Orellana

- Ciudad: Puerto Francisco de Orellana
- Teléfono: 062882182
- Dirección de la empresa de producción: Vía Auca, km 25.
- Email : [fincagroturisticabellavista@hotmail.com](mailto:fincagroturisticabellavista@hotmail.com)  
[agroturismobellavista@yahoo.es](mailto:agroturismobellavista@yahoo.es)
- Fecha de inicio: 01 de enero de 2016
- Estructura Legal:
  - Empresa familiar (personal) y se la ubica dentro del sector de la economía popular y solidaria, como emprendimiento familiar.
  - Tiene RUC es personal (Miguel Escobar)
  - Patente.
  - Permiso de bomberos y todos los permisos legales
- Socios y socias: Miguel Escobar y Gloria Escobar.
- Distribución de la propiedad:
  - 100% propiedad del Sr. Miguel Escobar (finca)
  - 50% inversión del Sr. Miguel Escobar y 50% inversión Gloria Escobar.
- Localización e infraestructura:
  - La finca agroturística Bella Vista, está localizada en la parroquia El Dorado, comunidad El Carmen, en el kilómetro 25 de la vía Auca, margen izquierdo desde Puerto Francisco de Orellana.
  - La finca posee: Piscinas de peces (cachama y tilapia), cultivos de café, cacao, caña, plátano, yuca, maíz, limón y todo tipo de frutales amazónicos; también, ganado bovino, ganado menor (porcino y avícola), bosque primario, bosque secundario, río Sábalo y senderos de recorrido de conocimiento sobre plantas y de belleza paisajística.
  - La infraestructura sería: casa campestre, vivero, hostería, piscinas, corrales para ganado mayor y menor.
- Logo de la empresa:

**Figura No. 40. Logo de la empresa**



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

#### **6.4.2. Concepto y Estrategia del Negocio**

- **Análisis Estratégico**

El análisis estratégico de la empresa es el siguiente:

##### **a. Misión:**

Somos una finca agroturística comprometida en brindar los servicios turísticos acorde a los estándares de calidad y con responsabilidad social empresarial para generar un alto grado de satisfacción y confianza a nuestros clientes y la promoción del desarrollo sustentable.

##### **b. Visión:**

En el año 2020, la Finca Agro turística “Bella Vista” tiene como visión darse a conocer en el mercado local, nacional y extranjero como una empresa líder en la prestación de servicios agro turísticos de calidad y de prácticas ancestrales conservacionistas y de respeto al ambiente, con un equipo gerencial y administrativo altamente especializado para satisfacer a todos los clientes, dentro de la provincia de Orellana.

### **c. Políticas**

- Uso eficiente y racional de los recursos naturales.
- Cuidado y protección del ambiente
- Desarrollo de productos agro turísticos de calidad y mejoramiento continuo
- Gestión adecuada de las aguas residuales y desechos sólidos generados.
- Promoción y consumo de productos de la zona
- Valoración de los conocimientos ancestrales y campesinos.
- Seguridad y protección de salud de los clientes y personal de la finca.
- Capacitación y formación para prestar mejores servicios

### **d. Valores**

- Amabilidad
- Honestidad y Respeto
- Responsabilidad
- Solidaridad
- Trabajo en equipo
- Calidad
- Aprendizaje continuo
- Proactividad

#### d. Análisis FODA

Figura No. 41. Análisis FODA

<b>Fortalezas:</b>	<b>Oportunidades:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de productos (cultivos, pecuario) y áreas naturales (bosque secundario, bosque secundario y río Sábalo)</li> <li>• Gran extensión finca km 25</li> <li>• Existencia de infraestructura agroturística</li> <li>• Belleza paisajística del bosque.</li> <li>• Amplio conocimiento de la actividad agrícola, pecuaria, de flora y fauna amazónica (más de 30 años en el lugar).</li> <li>• Producción constante de los productos agropecuarios, especialmente los cultivos perennes (cacao, café, plátano)</li> <li>• Conocimientos ancestrales y de preparación de productos de la zona.</li> <li>• Excelente ubicación de la finca agroturística, cerca de la ciudad Puerto Francisco de Orellana.</li> <li>• Promoción turística Coca, Puerta al Yasuní, por parte de GAD Municipal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fácil acceso y conexión, vía terrestre, hacia la finca.</li> <li>• Parroquia El Dorado con diversos atractivos turísticos y, especialmente el Zoológico Municipal</li> <li>• Presencia de trabajadores de empresas petroleras que poseen altos ingresos y predisposición para hacer turismo</li> <li>• Alta tasa de crecimiento poblacional de la ciudad.</li> <li>• Única propuesta agroturística en el cantón Francisco de Orellana.</li> <li>• Ausencia de competencia agroturística en la provincia de Orellana.</li> <li>• Aumento de turistas nacionales y extranjeros.</li> <li>• Certificación de Coca, como Destino de Vida.</li> </ul>
<b>.Debilidades:</b>	<b>Amenazas:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitada experiencia en el manejo empresarial.</li> <li>• Pocas conexiones con empresas turísticas de la localidad</li> <li>• Ausencia de plan De negocios y planificación estratégica</li> <li>• Ausencia de normatividad de seguridad para personal y producción de la finca</li> <li>• Bajo capital para aumentar inversión en infraestructura.</li> <li>• No consta dentro de las guías turísticas</li> <li>• Oleoducto de crudo de petróleo está junto a la finca.</li> <li>• La producción de frutales amazónicos y frutos silvestre del bosque no son permanentes, tiene ciclos productivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay meses de excesivas lluvias Y cambios climáticos.</li> <li>• En algunas partes de la finca, es zona inundable por lluvias y por el río.</li> <li>• Contaminación de las empresas petroleras.</li> <li>• Puentes de la vía Auca en mal estado.</li> <li>• Competencia desleal de los otros locales, respecto a precios.</li> <li>• Lugar aldeaño a fincas que usan agroquímicos.</li> <li>• Crisis económica local reduce la demanda de servicios turísticos en el cantón.</li> <li>• Encarecimiento de Productos y servicios turísticos por la dolarización.</li> <li>• Fuga de turistas nacionales y locales a Colombia por los bajos precios de los Productos y servicios turísticos.</li> </ul>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar



## **f. Estrategias Competitivas**

Las estrategias competitivas planteadas son:

Primera, ha sido medir y lograr la satisfacción ideal del cliente, es decir, logrando que el cliente imponga su opinión y la expectativa que tienen los productos turísticos. Además de retroalimentar las necesidades del cliente.

Segunda, mantener precios bajos y productos de alta calidad, conjuntamente con promociones, ofertas de descuentos por fidelidad, por visitas realizadas a la finca agroturística, por días especiales.

Tercera, diversificar los productos expendidos en la finca agroturística, tours turísticos, organización de eventos y visitas, capacitación agroturística y otros.

Cuarta, es la atención personalizada sustentada en que el cliente se sienta especial en la finca agroturística, recorra todo el lugar y disfrute de la belleza paisajística. Además, contar con una fluida comunicación y retroalimentación de las necesidades y aspiraciones que cuentan sienta la finca agroturística como un lugar propio, de esparcimiento, diversión, disfrute familiar y de conocimiento del desarrollo de actividades campesinas.

### **6.4.3. Plan de Mercado**

#### **a. Análisis de Mercado**

##### **Establecimiento del mercado objetivo**

El mercado objetivo o target de la venta de servicios turísticos de la finca agroturística Bella Vista, está definido por los pobladores de la parroquia El Dorado, pobladores del cantón Francisco de Orellana, turistas nacionales y extranjeros que visitan los sitios turísticos del cantón Francisco de Orellana. Los dos primeros, son realmente el target de venta de servicios turísticos por la cercanía a la finca. Estos visitantes, son de todas las edades, debido a que la finca promueve visitas turística familiares, en grupo, pareja, principalmente. No existe ningún impedimento si van visitantes solos, pero según los datos de la encuesta serían en un porcentaje pequeño.

Se genera un tipo de tour turístico, visitas de dos días, en las que se ha ofrecido servicios de: estadía, alimentación, transporte, cabalgatas, caminatas por senderos, belleza paisajística al bosque secundario, primario y río Sábalo; información en

actividades sobre técnicas ancestrales y compatibles con la conservación ambiental para la producción agropecuaria, forestal de productos maderables y no maderables y de pesca deportiva, sobre todo. Para definir mejor el mercado objetivo se analiza la oferta y demanda turística de la localidad.

### **Iniciativas locales de promoción y difusión turística**

El GAD Municipal Francisco de Orellana y el Ministerio de Turismo de Ecuador, desde el año 2013 han promovido y ejecutado la Certificación Turística Destino de Vida, la cual trata sobre fortalecimiento organizacional, capacitación y asesoría empresarial en favor de las empresas que realizan turismo en el cantón Francisco de Orellana. Este proceso trata impulsar una mejora continua dentro de todos los procesos y servicios turísticos locales.

Sobre esta iniciativa, se ha emprendido la de “Coca, Puerta al Yasuní”, la cual básicamente se la promueve en el ámbito local y en el nacional y extranjero a través de la participación en ferias de turismo, sean nacionales, internacionales o promovidas entre GADs. Además, existen cerca de 50 establecimientos de negocios turísticos que han obtenido la certificación Destino de Vida.

Es menester explicar, que tanto el GAD Provincial y GAD Municipal, han orientado a apoyar el equipamiento e infraestructura turística de empresas comunitarias. Es decir, su línea de trabajo más representativa es el turismo comunitario.

### **b. Análisis de la Demanda**

La demanda ha sido dividida en 3 tipos, los cuales son:

**Demanda potencial:** La población del cantón según las proyecciones del INEC para el año 2016 en el cantón Francisco de Orellana es de 86.117 personas. En el año 2015 visitaron 29.662 turistas nacionales y extranjeros el cantón.

**Demanda real:** En la encuesta que se realiza el 73% conoce a la parroquia El Dorado como un lugar turístico, esto por tanto, nos hace presumir que 84.519 personas pueden visitar la finca, si se toma en cuenta la población cantonal y los turistas nacionales y extranjeros.

**Demanda efectiva:** Para determinar la demanda efectiva y según conversaciones con el Director de Turismo del GAD Municipal Francisco de Orellana, plantea que unas 25.000 personas que hacen turismo se trasladan por toda la vía Auca,

esta demanda es efectiva si se considera que 60.000 personas visitan el Zoológico Municipal COCAZOO en el año 2015. Es decir, visitan comunidades indígenas kichwas amazónicas, shuaras y waoranis. En la parroquia Dayuma e Inés Arango hay infraestructura de alojamiento y de alimentación, en la zona waorani se realiza turismo cultural y ecoturismo.

### c. Proyección de la demanda efectiva

Se utiliza la fórmula de la demanda final, en base a la fórmula de crecimiento de la población. Se supone un crecimiento del 5% anual en la demanda turística.

Df: demanda final

Di: demanda inicial

i: tasa de crecimiento

n: período anual

La tasa de crecimiento es del 5% es igual a 0,05

La fórmula es:

$$Df=Di(1+i)^n$$

Se realiza una proyección para 5 años, de la demanda efectiva que ha tenido el proyecto según la cantidad de turistas, después esto se va a clasificar en dos tipos de tours, uno familiar o de grupos y otro de pareja o individual. Los cuales han tenido costos diferenciados, pero se ha impulsado más la visitas en grupo.

### Cuadro No. 44. Proyección de la demanda

Año	Demanda inicial	Demanda final
2016	25.000	
2017		26.250
2018		27.563
2019		28.941
2020		30.388
2021		31.907

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gloria Escobar

### d. Análisis de la oferta

La oferta de fincas agroturísticas no existe en el cantón Francisco de Orellana, todo el turismo está orientado hacia turistas locales que visitan balnearios como la Isla del Amor y del río Samona, de juegos de paintball como el Centro de Pinbal, el Zoológico Municipal COCAZOO y la belleza paisajística de la Laguna La

Garza. Pero ningún centro es de finca agroturística, por tanto la finca agroturística Bella Vista, sería el primer emprendimiento en este tipo de turismo.

En el cantón la mayor concentración de turismo es hacia el río Napo y al Parque Nacional Yasuní pero son Lodge, con contactos internacionales y dirigidos a turistas extranjeros. Por tanto, el agroturismo sería parte de esta cadena de valor, de forma complementaria, más que competencia

#### **e. Demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha por servicios agroturísticos del año 2016, es de 25.000 personas, pero también se hace el cálculo para los próximos años. Según el análisis de la oferta se tiene la siguiente demanda insatisfecha proyectada para los siguientes 5 años

**Cuadro No. 45.** Proyección demanda insatisfecha

<b>Año</b>	<b>Demanda final</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
2017	26.250	0	26.250
2018	27.563	0	27.563
2019	28.941	0	28.941
2020	30.388	0	30.388
2021	31.907	0	31.907

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

#### **6.4.4. Plan de mercadeo: producto, precio, plaza y promoción**

Para la instrumentación del plan de mercadeo, se emplea la propuesta de marketing mix. Entonces para la finca agroturística Bella Vista, se va a implementar el siguiente plan de mercadeo:

##### **a. Producto**

El producto, se refiere al tour o tours que ha implementado la finca agroturística Bella Vista. Para la elaboración de los productos se toma en cuenta lo que respondieron sobre preferencia de actividades, lo que les gustaría ver en especies domésticas y silvestre, degustar y hacer. Además, del tiempo de permanencia que les gustaría estar, donde informaron que prefieren estar dos días, en la mayoría. Pero, todos dirigido a turistas con familia, grupos de amigos, grupos de trabajo y hasta parejas o personas acompañadas.

**Tour ofertado:****Cuadro No. 46. Itinerario del tour de servicios turísticos finca**

<b>DIA 1</b>			
<b>ITINERARIO DE ACTIVIDADES</b>			
<b>HORA</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>Observaciones</b>
7h00	1 hora	Arribo a la finca agroturística, explicación de normas de la finca y de seguridad.	
8h00	30 min	Desayuno amazónico bolón de verde, huevo criollo y Guayusazo	
8h30	30 min	Participación en el ordeño de la vaca	
9h00	2 horas	Actividades agrícolas cosecha de café, cacao y caña etc. Además de degustación de frutas amazónicas	
11h00	1 hora	Pesca deportiva	
12h00	1 hora	Almuerzo (maito de pescado)	
13h00	3 horas	Baño en el río	
16h00	30 min	Café amazónico y empanadas, con preparación lojana.	
16h30	1 hora y 30 Minutos	Alimentación y observación a animales domésticos, recorrido por corrales y piscina	
18h00	1 hora y 30 Minutos	Cena (pizza de mayones, yuca, chonta y piña amazónica)	
19h30	1 hora	Explicación sobre cuentos y tradiciones amazónicas Escucha de sonidos de insectos	
20h30		Hospedaje en hostería	
<b>DIA 2</b>			
<b>ITINERARIO DE ACTIVIDADES</b>			
<b>HORA</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>Observaciones</b>
7h00	1 hora	Desayuno amazónico: bolón de verde, bistec de carne y jugo de frutas amazónicas	
8h00	1 hora	Demostración y explicación de cuidado plantas en el vivero	
9h00	30 min	Muelle turístico	
9h30	2 horas y 30 minutos	Caminata en el bosque primario y secundario (plantas maderables y no maderables, avistamiento de aves, pisadas de animales silvestres)	
12h00	30 min	Cabalgata	
12h30	1 hora	Almuerzo (seco de gallina criolla)	
13h30	1 hora	Descanso en hamaca	
15h00	1 hora	Procesamiento y degustación del chocolate amazónico	
16h00	1 hora y 30 minutos	Tubing en el río Sábalo	
17h30	1 hora	Cena amazónica: yuca, plátano y carne (pescado, carne de res asada o costilla ahumada).	
18h30	30 min	Retorno al Coca	

**Fuente:** Trabajo de campo**Elaboración:** Gloria Escobar

El cual tiene un itinerario para dos días, y ofrece los productos detallados en el cuadro anterior. Está dirigido a 5 personas, sean grupos familiares o de amigos. Los cuales cumplen con itinerario detallado y que logren ser partícipes de todos los servicios que ofrece la finca agroturística Bella Vista y se hospeden por un día.

En este tour también participa un guía turístico y hay más tiempo de recorrido y disfrute de la naturaleza y de los procesos agropecuarios que tiene la finca.

## **Tours parejas y personas**

Este tipo de tour, de la misma manera, está más dirigido a parejas o personas solas que deseen venir y visitar la finca agroturística, y se ofrece los mismo productos y servicios que el tour grupal. De todas maneras, aunque no está considerado como producto. La finca agroturística está abierta a que grupos de personas soliciten servicios por realización de eventos y de capacitación.

Los tours están garantizados por los conocimientos agropecuarios de los propietarios de la finca, el conocimiento agropecuario, de la fauna y flora amazónica del guía turístico. Además del disfrute realizando las actividades agropecuarias y de la belleza escénica y paisajística de la finca. Y la constante capacitación que se ha brindado al personal.

Los horarios de atención en la finca son las 24 horas, excepto para los que realizan los tours turísticos, que se dan según el itinerario establecido.

### **b. Precio**

El precio de los productos es diferenciado y el mismo sería:

- Tours grupales, \$ 40,00 USD por persona. Es decir siempre habría un tour de básico de \$ 200,00 USD dólares, porque cada grupo está constituido por mínimo 5 personas, si aumenta el número de personas se debe mantener el costo por persona.
- El tour individual y en pareja, por persona tiene un costo de \$ 65,00 USD por persona.

Estos son los precios, porque siempre la finca agroturística ha tenido que mantener una alta calidad, mejoramiento continuo, protección y manejo racional de los recursos naturales, prácticas compatibles con el ambiente y el consumo de productos sanos. Además de la impresionante belleza paisajística y escénica. Todo ello unido a los conocimientos de la producción agropecuaria y de transformación de productos que van a recibir los turistas que visiten la finca.

En el cantón tours de similares características, que recorren entre Coca y Loreto, ofrecen similares servicios, además, de conocimientos culturales kichwas

Amazónicos, en \$ 200 el tour de 5 personas y en \$ 270 tour de 2 personas. Los tours que van al río Napo e ingresan al Parque Nacional Yasuní, tiene un costo

diario de \$ 80 a \$ 120 dólares diarios por persona. Lo que implicaría, que la finca Bella Vista, prestaría servicios turísticos al menor costo posible, pero sin afectar el equilibrio financiero y las posibles ganancias a obtener. Además, al ser un nuevo tipo de turismo debe impulsar el desarrollo del mismo, en la aplicación estratégica de precio adecuado y servicios de alta calidad.

### **c. Plaza**

La finca agroturística Bella Vista está ubicada en la comunidad El Carmen, de la parroquia rural El Dorado, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana, Amazonía ecuatoriana.

La localización es a 25 km de la ciudad de Puerto Francisco de Orellana, es decir, en el km 25 de la vía Auca. Solamente tiene acceso terrestre. Pero la ciudad de El Coca, también cuenta con un aeropuerto, por lo cual los visitantes nacionales y extranjeros puede llegar vía aérea y desde el aeropuerto de la ciudad, vía terrestre trasladarse a la finca agroturística. El traslado hacia el lugar dura entre 20 o 25 minutos por carretera.

Existen más de 75 turnos de ida y vuelta que pasan por el lugar todo el día, pues van a parroquias rurales como Dayuma e Inés Arango. Especialmente, estos se concentran más en la mañana y al final de la tarde. Las cooperativas de transporte son Ciudad del Coca, Petrolera, Putumayo y Alejandro Labaka, que realizan todos los días los recorridos. También por el lugar pasan buses que van hacer turismo con turistas nacionales y extranjeros a la zona waorani.

Para mejorar el acceso la finca agroturística cuenta con transporte propio, que es una buseta para salir a comprar y para recoger pasajeros que hayan pagados los tours. Esta tiene una capacidad para recoger 20 personas, en cada viaje.

También, favorece al proyecto turístico que el cantón Francisco de Orellana, tenga la certificación de destino de vida por parte del Ministerio de Turismo, siendo el único cantón que la posee en el ámbito nacional, por ello, es una plaza que ha sido promovida y fácilmente localizable desde la información turística nacional.

### **d. Promoción**

La promoción de la finca agroturística Bella Vista, ha tenido varias perspectivas desde la información de difusión y de los lugares que se ha difundido, para que

puedan acceder rápidamente a la información los turistas locales, nacionales y extranjeros.

La información ha sido difundida a través de:

- Página web
- Redes sociales (Facebook, twitter, instagram, google, hi5, etc.)
- Correo electrónico en hotmail y yahoo
- Folletos de difusión
- Trípticos de difusión
- Folleto turístico cantonal
- Vallas colocadas en las principales vías de acceso de la ciudad y vía Auca.
- Información en páginas web y redes sociales del Ministerio de Turismo, GAD Provincial de Orellana y GAD Municipal Francisco de Orellana GADMFO

Se ha empleado a la oficina ITUR como lugar de difusión y para captar posibles visitantes, además de colocar información en la Oficina del Parque Nacional Yasuní, del Ministerio de Ambiente y el otro lugar ha sido en la Junta Parroquial El Dorado. Y contar con un propio centro de información y de comercialización de tours en el barrio 24 de Mayo. Pero el principal lugar ha sido la finca agroturística Bella Vista.

La promoción ha tenido las siguientes etapas:

- Conocimiento del producto turístico, para que la población se informe de la finca agroturística Bella Vista, básicamente ha sido en la oficina del ITUR del GADMFO, Oficina PNY del Ministerio del Ambiente y Junta Parroquial El Dorado.
- Promoción de las visitas y captación de clientes, ha sido en el barrio 24 de Mayo de la ciudad de El Coca y en las instalaciones de la finca agroturística.
- Consolidación de la empresa agroturística, la información ha estado en los folletos informativos del Ministerio de Turismo, del GAD Provincial Orellana, GAD Municipal Francisco de Orellana y sus páginas web. Y además, que la finca agroturística también se ha calificado dentro de las empresas turísticas que son parte de la calificación como Destino de Vida.

Pero, principalmente, como indicaron las encuestas se ha ofertado promociones a través de servicios de comunicación personalizados, como es a través del correo electrónico y las redes sociales.

#### **6.4.5. Estudio Técnico**

##### **a. Tamaño y localización del Proyecto**

La finca agroturística Bella Vista está ubicada en la comunidad El Carmen, de la parroquia rural El Dorado, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana, Amazonía ecuatoriana.

La localización es a 25 km de la ciudad de Puerto Francisco de Orellana, es decir, en el km 25 de la vía Auca. Solamente tiene acceso terrestre. Pero la ciudad de El Coca, también cuenta con un aeropuerto, por lo cual los visitantes nacionales y extranjeros puede llegar vía aérea y desde el aeropuerto de la ciudad, vía terrestre trasladarse a la finca agroturística. El traslado hacia el lugar dura entre 20 o 25 minutos por carretera.

Existen más de 75 turnos de ida y vuelta que pasan por el lugar todo el día, pues van a parroquias rurales como Dayuma e Inés Arango. Especialmente, estos se concentran más en la mañana y al final de la tarde. Las cooperativas de transporte son Ciudad del Coca, Petrolera, Putumayo y Alejandro Labaka, que realizan todos los días los recorridos. También por el lugar pasan buses que van hacer turismo con turistas nacionales y extranjeros a la zona waorani.

Para mejorar el acceso la finca agroturística cuenta con transporte propio, que es una buseta para salir a comprar y para recoger pasajeros que hayan pagados los tours. Esta tiene una capacidad para recoger 20 personas, en cada viaje. También, favorece al proyecto turístico que el cantón Francisco de Orellana, tenga la certificación de destino de vida por parte del Ministerio de Turismo, siendo el único cantón que la posee en el ámbito nacional, por ello, es una plaza que ha sido promovida y fácilmente localizable desde la información turística nacional.

- **Tamaño del proyecto.**

La casa campestre se ha construido para recibir un máximo de 50 personas diarias. Y la capacidad del restaurante ha sido para un máximo de 100 personas. Aunque el recorrido de la finca, lo pueden realizar hasta 300 personas en diferentes grupos. Pero de preferencia debe tener la visita en promedio de 150 personas, para

que la finca no tenga mayores afectaciones y se pueda cumplir a cabalidad con la capacidad de carga de la finca y la capacidad operativa y administrativa de la empresa familiar, finca agroturística Bella Vista.

En caso de superar las expectativas y el crecimiento sea mayor a los esperado, se debe mejorar la cobertura en habitaciones, lo que significa la construcción y ampliación de la hostería. La propiedad es grande, más de 45 has, y puede recibir un número mayor de personas.

- **Capacidad de producir el producto o maquina diaria, semanal, mensual y anual.**

La capacidad de venta es alta, porque el negocio funciona todos los días. Pero se privilegia la protección del ambiente, por lo tanto, se hace un cálculo muy mensurado de la producción de servicios turísticos según el tour. En la finca agroturística, se plantea vender los siguientes tours semanales.

**Cuadro No. 47.** Tours vendidos por semana para visita finca

Tours vendidos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Tour grupos: familias y grupos de amigos	42	44	46	49	52	233
Tour individual: pareja y persona	52	55	58	61	66	292
Total	94	99	104	110	118	525

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gloria Escobar

En la finca agroturística, se plantea vender los siguientes tours mensuales.

**Cuadro No. 48.** Tours vendidos por mes para visita finca

Tours vendidos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Tour grupos: familias y grupos de amigos	168	176	184	196	208	932
Tour individual: pareja y persona	208	220	232	244	264	1.168
Total	376	396	416	440	472	2.100

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gloria Escobar

En la finca agroturística, se plantea vender los siguientes tours anuales.

**Cuadro No. 49.** Tours vendidos por año para visita finca

Tours vendidos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Tour grupos: familias y grupos de Amigos	2.016	2.112	2.208	2.352	2.496	11.184
Tour individual: pareja y persona	2.496	2.640	2.784	2.928	3.168	14.016
Total	4.512	4.752	4.992	5.280	5.664	25.200

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gloria Escobar

- **Alternativas de localización**

Las alternativas de localización, para implementar el negocio son limitadas, dados los valores que poseen las fincas, que están junto a la vía Auca y por algunos inconvenientes que se posee en la parroquia.

- Entre el 0-3km de la vía, está localizado la planta procesadora de Plan Maestro de Alcantarillado Sanitario.
- En el 5 km esta la zona urbana.
- Entre el 6-15km de la vía. Se reciben malos olores del botadero de basura municipal.
- Hasta el 24 vía auca, las fincas son muy quebradas, existen muchas montañas y es de difícil recorrido.

Por tanto, estas limitaciones, hacen que el 25 km de la vía Auca, sea el sitio ideal. Además el valor en esta zona de una finca está entre los 80.000 USD a los 450.000 USD, por tanto representan una inversión muy alta, porque son fincas de 50 has.

- **Localización óptima**

Como se define en el punto anterior, hay limitaciones en los primeros 15km de la vía Auca. El sitio ideal es el km 25 de la vía Auca, donde se localiza el proyecto. Pues la finca cuenta con un río, es plana y de fácil recorrido.

## **b. Estructura y Diseño de la Finca Agroturística Bella Vista.**

El tema del diseño no se trata en este punto, pues, ya está realizado en el punto 6.1, que es el objetivo 1 y corresponde al diseño de la finca agroturística. Pero si se tratara otros vínculos de la estructura y diseño que son parte del estudio técnico

- **Materias Primas**

La materia prima es la infraestructura que posee la finca, los senderos y la belleza paisajística de la misma, porque la empresa da servicios turísticos. Pero la materia prima está en las áreas agroproductivas, de conservación y de infraestructura turística.

- **Suministros**

Se los obtiene principalmente, de la finca agroturística Bellavista, y son las prácticas culturales agrícolas y pecuarias. Para el resto de los servicios se los obtiene

en el mercado local, especialmente los de alimentación y de alojamiento.

- **Mano de obra directa e indirecta**

La mano de obra necesaria en el primer año está determinada por 9 personas, pero a partir del 2 año en adelante son 6 personas, tal como indican los siguientes cuadros:

**Cuadro No. 50.** Personal requerido para la finca por años.

<b>Año 1</b>		<b>Año 2 al Año 5</b>	
<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>
Administrador	1	Administrador	1
Asistente administrativo		Asistente administrativo	1
Empleados hostería	3	Empleados hostería	3
Empleados finca	2	Empleados finca	2
Guía turístico fijo	1	Guía turístico fijo	1
Guías turísticos ocasionales	2	Guías turísticos ocasionales	2
Total	9	Total	10

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

- **Procesos y actividades a realizar según itinerario de actividades.**

El tour dura 2 días y se tiene el siguiente itinerario de actividades a realizarse

Día 1:

1. Arribo a la finca agroturística, se procede así:

Recepción en hostería

Solicitud de credenciales, pago de tour y se agradece por la presencia

Entrega de llaves de habitación

Indica y se lleva a la entrada de cada habitación

Turista o visitante deja maletas o cargas en habitación

En caso de tener cosas de valor, encarga en recepción

Explicación de normas sobre recorridos en la finca y tiempos de realización de cada actividad del itinerario

Explicación de normas de seguridad y la responsabilidad de adultos sobre personas menores de edad.

Y qué tipo de vestimenta y protecciones son las adecuadas

Y se solicitan indiquen los turistas o visitantes, si sufren de alergias o enfermedades graves que les impidan hacer actividades largas en la finca o que demanden mucho esfuerzo.

Se contabilizan personas, para indicar en cocina cuantas personas van a desayunar.

## 2. Desayuno amazónico: bolón de verde y guayusazo

Previamente, se limpia el restaurante y se prepara desayuno.

Se invita a los turistas y visitantes, dirigirse al restaurante. Se colocan vajilla en función de las personas que han llegado Se sirve desayuno

Se retira vajilla ocupada

Y se da gracias a los asistentes

## 3. Participación ordeño de la vaca

Previamente, se prepara animal, se verifica que este en buenas condiciones y se lleva herramientas y menaje para ordeño.

Se reúne personas en el patio de la hostería

Se los traslada al corral de ganado o al potrero (pastizal)

Si se traslada al potrero, se solicita colocarse botas de caucho o zapatos para caminar adecuados para la actividad.

En caso de temor o inseguridad, se procede amarrar bien al bovino seleccionado

Se coloca menaje para ordeño y se procede a realizar la actividad

Cada participante, realiza el ordeño manual según la preferencia

Se recoge leche del ordeño

Se traslada a patio de la hostería.

## 4. Actividades agrícolas o culturales de producción y degustación frutas amazónicas y de la finca.

En el patio, se explica la travesía a realizar y que lleven ropa adecuada y de protección.

Se recorre por senderos hasta lugares de producción agrícola

Al llegar, se explica sobre las actividades a realizar:

- Observación de plantas
- De mantenimiento y limpieza
- Cosecha de productos agrícolas
- Siembra de productos agrícolas, si corresponde al ciclo.
- Explicación de ciclos lunares y productivos
- Degustación de frutas amazónicas y productos agrícolas cosechados.

Traslado a las piscinas.

#### 5. Pesca deportiva

Previamente, se traslada anzuelos y cebos, además, de herramientas y menaje para recolección de pesca realizada

Entrega de anzuelos y colocación de cebos o carnadas

Se entrega menaje para que recolecte peces capturados o pescados

Tiempo de pesca deportiva

Recolección y cuenta de peces, hasta que cubra la cantidad de visitantes

Se traslada hacia el restaurante

#### 6. Almuerzo

Se previamente, se limpia, prepara vajilla en el lugar y se prepara la comida

Se recolecta peces capturados y se los pone en refrigeración.

Se entrega comida y el turista es atendido, de acuerdo con normas de calidad y que den mayor satisfacción por el servicio prestado.

Se retira vajilla

Se reúne con visitantes y se explica sobre la realización de un descanso de 30 minutos

#### 7. Baño en el río

Previo, descanso de 30 minutos y llevar ropa apta para bañarse en el río

Reunión en el patio de la hostería, se explica sobre condiciones de seguridad para los bañistas y especialmente de las personas que están a su cuidado.

Se explica a los que no deseen ir, trasladarse a sus habitaciones o hacer pequeños recorridos alrededor de la casa campestre y de la hostería.

Traslado al río, caminata lenta de 20 minutos

Llegada al río

Reunión sobre las condiciones de uso de los bañistas sobre el río y los lugares seguros del mismo.

Se proceden a bañarse

Se verifica presencia de todos los concurrentes

Traslado hacia el restaurante.

#### 8. Café amazónico

Previa, limpieza, colocación de la vajilla y preparación de la alimentación

Se espera que todos estén listos para recibir la comida

Se sirve alimentación

Se recoge vajilla

#### 9. Recorrido, alimentación y observación de animales domésticos

Previo, se prepara alimento y se reparte en baldes

Se reúne en el patio de la hostería, se explica sobre condiciones de alimentación animales domésticos y se indica normas de seguridad

Se alimenta aves

Se alimenta ganado menor

Se alimenta ganado mayor

Traslado al restaurante

#### 10. Cena

Previa, limpieza, colocación de la vajilla y preparación de la alimentación

Se espera que todos estén listos para recibir la comida

Se sirve alimentación

Se recoge vajilla

11. Cuentos y tradiciones amazónicas y escucha de sonidos insectos

Previo se prepara sala de recepción en hostería

Se verifica que todos los visitantes están presentes

Tradiciones y cuentos kichwas

Tradiciones y cuentos waoranis

Tradiciones y cuentos Shuar

Traslado hacia el patio

Se escucha chillidos de insectos

Traslado a la hostería

12. Hospedaje en hostería

Previo, limpieza y verificación del estado de habitaciones

Los visitantes van a su respectiva habitación

En recepción queda un encargo, para atender pedidos

Día 2

13. Desayuno amazónico

Previa, limpieza, colocación de la vajilla y preparación de la alimentación

Se espera que todos estén listos para recibir la comida

Se sirve alimentación

Se recoge vajilla

14. Demostración y explicación plantas en vivero

En el comedor, se hace reunión previa de explicación

Traslado al vivero

Enseñanza sobre tipos de semillas y períodos de recolección

Enseñanza de prácticas culturales de preparación suelo y sustrato

Enseñanza de prácticas culturales de siembra (tiempo y tipo de suelo)

Enseñanza de riego y cuidado de plantas en vivero

Se oferta plantas para los turistas y visitantes que deseen comprar

Salida ordenada de vivero y traslado hacia muelle 15. Muelle turístico

Previa limpieza y verificación estado muelle

Se reúne visitantes y turistas

Explicación sobre tipos de peces amazónicos

Épocas de inundaciones y de verano

Los tipos de aguas en la amazonía

Importancia de la conservación del agua

Traslado al bosque

16. Traslado bosque primario y secundario

Previa, información sobre vestimenta y equipo a llevar

Reunión para explicar sobre condiciones de seguridad y traslado

Explicación diferencia entre bosque primario y bosque secundario

Explicación sobre plantas maderables y no maderables que se encuentre

Abrazar troncos y plantas

Explicación ancestral sobre poderes curativos y uso de las plantas

Ejercicios de respiración

Explicación sobre fauna amazónica: tipos de animales, alimentación, ciclo de vida

Explicación sobre tráfico de animales y los daños causados

Avistamiento de aves

Avistamiento de huellas de fauna amazónica

Recorrido y traslado a patio hostería

17. Cabalgata

Previa, preparación de caballos y limpieza de lugares a recorrer

Explicación sobre condiciones de seguridad y manejo seguro del caballo

Recorrido en caballo, en caso de menores de edad son trasladados por sus padres o responsables

Traslado al restaurante.

#### 18. Almuerzo

Se previamente, se limpia, prepara vajilla en el lugar y se prepara la comida

Se entrega comida y el turista es atendido, de acuerdo con normas de calidad y que den mayor satisfacción por el servicio prestado.

Se retira vajilla

Se reúne con visitantes y se explica sobre la realización de un descanso de una hora en hamaca

#### 19. Descanso hamaca

Previa, colocación de hamacas

Descanso en hamacas, siesta amazónica; los que no deseen hacer la actividad se trasladan a las habitaciones

Al final, traslado a casa campestre

#### 20. Procesamiento y degustación del chocolate amazónico

Previa, preparación del cacao, menaje de cocina y limpieza del lugar Recepción en cocina campestre

Explicación de proceso de realización del chocolate

Indicaciones sobre tiempo de fermentación

Indicaciones sobre secado del fruto

Observación de preparación artesanal

Degustación de chocolate amazónico

Entrega de pequeña barras de chocolate

Traslado a hostería

#### 21. Tubing en el río Sábalo

Previa, preparación de boyas o tubos usados, verificación de estado y equipamiento de los turistas para el viaje, los que no desean permanecen en hostería

Reunión, explicación del viaje y normas de seguridad

Entrega de salvavidas

Realización recorrido por el río

Traslado a hostería

22. Cena

Previa, limpieza, colocación de la vajilla y preparación de la alimentación

Reunión en restaurante con todos los turistas

Se espera que todos estén listos para recibir la comida

Se sirve alimentación

Se recoge vajilla

Se agradece por la estadía y la preferencia

Se entrega ficha para recolectar información de email, número de celular o teléfono, otros datos y sugerencias para mejorar el servicio

Se informa sobre entrega de facturas en recepción

Despedida y retorno al Coca.

### **c. Requerimiento de activos fijos**

Los siguientes son los activos mínimos que se requieren para la instalación e implementación de la finca agroturística Bella Vista:

**Cuadro No. 51.** Activos fijos requeridos para finca agroturística Bella Vista.

<b>Activos Fijos</b>	<b>Cantidad</b>
Terreno finca (incluye cultivos, animales, productos forestales e infraestructura)	1
Construcciones:	
Hostería (hospedaje y restaurante)	1
Establecimiento de senderos e infraestructura	1
Maquinaria y Equipos:	
Refrigeradoras	3
Congeladores	2
Aire acondicionado	10
Coche de traslado quintales	2
Palas metálicas y de madera	4
Maquinaria y Vehículos:	
Motor fuera de borda	1
Canoa-killa	1
Muebles y enseres:	
Escritorio	4
Armarios	5
Sillas	70
Equipos de oficina	
Teléfono y fax	1
Equipos de computación:	
Computadora	3
Impresora	2
Útiles de oficina:	
Archivadores	15
Calculadoras	2
Perforadora	1
Grapadora	1

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

En el diseño de la finca, ya constan todas las áreas que esta posee. En la hostería se va hacer una pequeña descripción de la misma.

La hostería consta de lugar de hospedaje y restaurante, por lo típico del lugar la hostería debe ser una construcción mixta y con teja de arcilla. La hostería está compuesta de 10 habitaciones para grupos familiares, cada persona posee cama individual y cada habitación un baño. Pero, también se considera la realización de un baño general con la colocación de 4 baños sanitarios y 5 duchas. Además del lugar de recepción y de oficinas de la finca agroturística.

En el restaurante consideramos la colocación de 15 mesas con 6 sillas y 4 mesas con 4 sillas, además del mesón de atención y una cocina. Pero la valoración se incluye en un solo valor.

## **6.2.6. Estudio Financiero**

### **a. Inversión de la finca agroturística Bella Vista**

- **Inversión en activos fijos.**

Los activos fijos, sirven para equipar y contar con una infraestructura y equipamiento requerido para el buen funcionamiento de la empresa. Dentro de la inversión en activos fijos se considera, los siguientes:

- Bienes inmuebles (terreno de la finca que incluye cultivos, casa campestre, piscina de peces, bosque primario y secundario, ganado mayor y menor y toda la infraestructura inherente a la producción y a la actividad agrícola y pecuaria)
- Construcciones (Hostería y senderos de recorrido)
- Maquinaria y equipo
- Maquinaria y vehículos
- Muebles y enseres
- Equipos de oficina
- Equipos de computación
- Útiles de oficina

La inversión en activos fijos es la siguiente:

**Cuadro No. 52.** Inversión en activos fijos

RUBROS	Cantidad	Precio Unitario	Inversión Total
<b>Inversión</b>			
<b>Bienes inmuebles</b>			
Terreno finca (incluye cultivos, animales, productos forestales e infraestructura)	1	90.000,00	90.000,00
<b>Construcciones:</b>			
Hostería (hospedaje y restaurante)	1	200.000,00	200.000,00
Establecimiento de senderos e infraestructura	1	25.000,00	25.000,00
<b>Maquinaria y Equipos:</b>			
Refrigeradoras	3	1.400,00	4.200,00
Congeladores	2	600,00	1.200,00
Aire acondicionado	10	700,00	7.000,00
Coche de traslado quintales	2	250,00	500,00
Palas metálicas y de madera	4	12,00	48,00
<b>Maquinaria y Vehículos:</b>			
Motor fuera de borda	1	4.000,00	4.000,00
Canoa-killá	1	5.000,00	5.000,00
<b>Muebles y enseres:</b>			
Escritorio	4	250,00	1.000,00
Armarios	5	450,00	2.250,00
Sillas	70	15,00	1.050,00
<b>Equipos de oficina</b>			
Teléfono y fax	1	300,00	300,00
<b>Equipos de computación:</b>			
Computadora	3	1.000,00	3.000,00
Impresora	2	240,00	480,00
<b>Útiles de oficina:</b>			
Archivadores	15	6,00	90,00
Calculadoras	2	20,00	40,00
Perforadora	1	20,00	20,00
Grapadora	1	10,00	10,00
Total inversión activos fijos			345.188,00

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gloria Escobar

- **Activos diferidos**

Estos activos son los de gastos de funcionamiento y constitución, los estudios de diseño y los de instalación, que necesita la finca, para poder funcionar: **Cuadro**

**No. 53.** Activos diferidos

Detalle	Cantidad	Valor	Total
Trámites de constitución (permisos de funcionamiento)	1	2.000,00	2.000,00
Estudios y diseños	1	1.500,00	1.500,00
Gastos de instalación	1	800,00	800,00
Total			4.300,00

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gloria Escobar

- **Capital trabajo**

El capital trabajo para que la finca agroturística Bella Vista empiece a operar durante el primer mes de funcionamiento es el siguiente:

**Cuadro No. 54.** Capital trabajo

<b>Detalle</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Compras:	25.000,00	300.000,00
Gastos Administrativos:	1.553,03	18.636,40
Gastos Operacionales y de Mantenimiento:	15.357,47	184.289,60
<b>Total</b>	<b>43.410,50</b>	<b>520.926,00</b>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

- **Total Inversión**

La inversión total, se considera los activos fijos para que la empresa opere, la inversión diferida y el capital trabajo para que trabaje el primer mes el proyecto.

La inversión total del proyecto es de:

**Cuadro No. 55.** Total inversión del proyecto.

<b>Tipo de inversión</b>	<b>Monto total</b>	<b>Participación</b>
Inversión fija	345.188,00	88%
Inversión diferida	4.300,00	1%
Inversión capital trabajo	43.410,50	11%
<b>Total inversión del proyecto</b>	<b>392.898,50</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

#### **4.18 Cronograma de inversiones**

El cronograma de inversión se lo realiza de la siguiente manera, durante el tiempo que dura el proyecto:

**Cuadro No. 56.** Cronograma de inversiones

Inversión	Cantidad	Año 0	Año1	Año 2	Año3	Año4	Año5
Terreno finca (incluye cultivos, animales, productos forestales e infraestructura)	1	X					
Construcciones:							
Hostería (hospedaje y restaurante)	1	X	X				
Establecimiento de senderos e Infraestructura	1	x	X	x	x	x	X
Maquinaria y Equipos:							
Refrigeradoras	3	X					
Congeladores	2	X					
Aire acondicionado	10	X					
Coche de traslado quintales	2	X					
Palas metálicas y de madera	4	X					
Maquinaria y Vehículos:							
Motor fuera de borda	1	X					
Canoa-killla	1	X					
Muebles y enseres:							
Escritorio	4	X					
Armarios	5	X					
Sillas	70	X					
Equipos de oficina							
Teléfono y fax	1	X					
Equipos de computación:							
Computadora	3	X				X	
Impresora	2	x				X	

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

### **b. Préstamo para implementar proyecto**

Se solicita un préstamo a corporaciones financieras, que cobran menores tasas de interés y dan crédito a 8 o 10 años. Por tanto, se solicita un préstamo por \$ 100.000 para terminar hostería y senderos, los otros montos de inversión son de capital propio:

**Cuadro No. 57.** Cálculo amortización de préstamo requerido

Monto crédito		100.000			
Plazo		8	años		TRIMESTRAL
Tasa de interés		6%		6,00%	
Días de pago		90			
No. Cuota	Fecha Pago	Monto Capital	Pago Capital	Pago Interés	Pago Amortización
0	1-Jun-15	100.000,00			
1	30-Ago-15	97.542,29	2.457,71	1.500,00	\$ 3.957,71
2	28-Nov-15	95.047,71	2.494,58	1.463,13	3.957,71
3	26-Feb-16	92.515,72	2.531,99	1.425,72	3.957,71
4	26-May-16	89.945,75	2.569,97	1.387,74	3.957,71
5	24-Ago-16	87.337,22	2.608,52	1.349,19	3.957,71
6	22-Nov-16	84.689,57	2.647,65	1.310,06	3.957,71
7	20-Feb-17	82.002,21	2.687,37	1.270,34	3.957,71
8	21-May-17	79.274,53	2.727,68	1.230,03	3.957,71
9	19-Ago-17	76.505,94	2.768,59	1.189,12	3.957,71
10	17-Nov-17	73.695,82	2.810,12	1.147,59	3.957,71
11	15-Feb-18	70.843,54	2.852,27	1.105,44	3.957,71
12	16-May-18	67.948,49	2.895,06	1.062,65	3.957,71
13	14-Ago-18	65.010,01	2.938,48	1.019,23	3.957,71
14	12-Nov-18	62.027,45	2.982,56	975,15	3.957,71
15	10-Feb-19	59.000,15	3.027,30	930,41	3.957,71
16	11-May-19	55.927,44	3.072,71	885,00	3.957,71
17	9-Ago-19	52.808,64	3.118,80	838,91	3.957,71
18	7-Nov-19	49.643,06	3.165,58	792,13	3.957,71
19	5-Feb-20	46.430,00	3.213,06	744,65	3.957,71
20	5-May-20	43.168,74	3.261,26	696,45	3.957,71
21	3-Ago-20	39.858,56	3.310,18	647,53	3.957,71
22	1-Nov-20	36.498,73	3.359,83	597,88	3.957,71
23	30-Ene-21	33.088,50	3.410,23	547,48	3.957,71
24	30-Abr-21	29.627,12	3.461,38	496,33	3.957,71
25	29-Jul-21	26.113,82	3.513,30	444,41	3.957,71
26	27-Oct-21	22.547,81	3.566,00	391,71	3.957,71
27	25-Ene-22	18.928,32	3.619,49	338,22	3.957,71
28	25-Abr-22	15.254,54	3.673,78	283,92	3.957,71
29	24-Jul-22	11.525,64	3.728,89	228,82	3.957,71
30	22-Oct-22	7.740,82	3.784,83	172,88	3.957,71
31	20-Ene-23	3.899,22	3.841,60	116,11	3.957,71
32	20-Abr-23	(0,00)	3.899,22	58,49	3.957,71
<b>Total</b>			100.000,00	26.646,71	126.646,71

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

### c. Remuneraciones

Se considera remuneraciones para el siguiente equipo:

- Administrador
- Asistente administrativo, que se contrata a partir del segundo año
- Trabajo de hostería, se considera 3 personas

- Trabajo en finca, se considera 2 personas. Según la demanda, también operan como guías turísticos ocasionales.
- Un guía turístico fijo
- Dos guías turísticos ocasionales.

Hay que considerar que aparte se paga valores de mantenimiento de la finca y la hostería.

Se ha previsto tener el siguiente equipo de trabajo y ha recibido la siguiente remuneración:

**Cuadro No. 58.** Remuneraciones anuales del equipo de trabajo de la finca**Año 1**

<b>Sueldos y Salarios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Mensual</b>	<b>13 ro</b>	<b>14 to</b>	<b>Aporte (11,15%)</b>	<b>IESS</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>de</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>
Administrador	1	800,00	800,00	366,00		89,20	-		11.836,40	986,37
Asistente administrativo									-	-
Empleados hostería	3	1.080,00	1.080,00	1.080,00		120,42			16.565,04	1.380,42
Empleados finca	2	720,00	720,00	720,00		80,28			11.043,36	920,28
Guía turístico fijo	1	400,00	400,00	366,00		44,60	-		6.101,20	508,43
Guías turísticos ocasionales	2	360,00	360,00				0		4.680,00	390,00
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>3.360,00</b>	<b>3.360,00</b>	<b>2.532,00</b>		<b>334,50</b>	<b>-</b>		<b>50.226,00</b>	<b>4.185,50</b>

**Año 2**

<b>Sueldos y Salarios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Mensual</b>	<b>13 ro</b>	<b>14 to</b>	<b>Aporte (11,15%)</b>	<b>IESS</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>de</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>
Administrador	1	840,00	840,00	372,00		93,66	840,00		13.255,92	1.104,66
Asistente administrativo	1	500,00	500,00	372,00		55,75	500,00		8.041,00	670,08
Empleados hostería	3	1.134,00	1.134,00	1.134,00		126,44	1.134,00		18.527,29	1.543,94
Empleados finca	2	756,00	756,00	756,00		84,29	756,00		12.351,53	1.029,29
Guía turístico fijo	1	420,00	420,00	372,00		46,83	420,00		6.813,96	567,83
Guías turísticos ocasionales	2	378,00	378,00						4.914,00	409,50
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>4.028,00</b>	<b>4.028,00</b>	<b>3.006,00</b>		<b>406,98</b>	<b>3.650,00</b>		<b>63.903,70</b>	<b>5.325,31</b>

**Año 3**

<b>Sueldos y Salarios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Mensual</b>	<b>13 ro</b>	<b>14 to</b>	<b>Aporte (11,15%)</b>	<b>IESS</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>de</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>
Administrador	1	882,00	882,00	380,00		98,34	882,00		13.908,12	1.159,01
Asistente administrativo	1	530,00	530,00	380,00		59,10	530,00		8.509,14	709,10
Empleados hostería	3	1.190,70	1.190,70	1.190,70		132,76	1.190,70		19.453,66	1.621,14
Empleados finca	2	793,80	793,80	793,80		88,51	793,80		12.969,10	1.080,76
Guía turístico fijo	1	441,00	441,00	380,00		49,17	441,00		7.144,06	595,34
Guías turísticos ocasionales	2	396,90	396,90						5.159,70	429,98
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>4.234,40</b>	<b>4.234,40</b>	<b>3.124,50</b>		<b>427,88</b>	<b>3.837,50</b>		<b>67.143,78</b>	<b>5.595,31</b>

**Año 4**

<b>Sueldos y Salarios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Mensual</b>	<b>13 ro</b>	<b>14 to</b>	<b>Aporte IESS (11,15%)</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>
Administrador	1	926,10	926,10	387,00	103,26	926,10	14.591,52	1.215,96
Asistente administrativo	1	550,00	550,00	387,00	61,33	550,00	8.822,90	735,24
Empleados hostería	3	1.250,24	1.250,24	1.250,24	139,40	1.250,24	20.426,34	1.702,19
Empleados finca	2	833,49	833,49	833,49	92,93	833,49	13.617,56	1.134,80
Guía turístico fijo	1	463,05	463,05	387,00	51,63	463,05	7.489,26	624,11
Guías turísticos ocasionales	2	416,75	416,75				5.417,69	451,47
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>4.439,62</b>	<b>4.439,62</b>	<b>3.244,73</b>	<b>448,55</b>	<b>4.022,88</b>	<b>70.365,27</b>	<b>5.863,77</b>

**Año 5**

<b>Sueldos y Salarios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Mensual</b>	<b>13 ro</b>	<b>14 to</b>	<b>Aporte IESS (11,15%)</b>	<b>Fondo de Reserva</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>
Administrador	1	972,41	972,41	400,00	108,42	972,41	15.314,75	1.276,23
Asistente administrativo	1	570,00	570,00	400,00	63,56	570,00	9.142,66	761,89
Empleados hostería	3	1.312,75	1.312,75	1.312,75	146,37	1.312,75	21.447,66	1.787,30
Empleados finca	2	875,16	875,16	875,16	97,58	875,16	14.298,44	1.191,54
Guía turístico fijo	1	486,20	486,20	400,00	54,21	486,20	7.857,37	654,78
Guías turísticos ocasionales	2	437,58	437,58				5.688,57	474,05
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>4.654,10</b>	<b>4.654,10</b>	<b>3.387,91</b>	<b>470,14</b>	<b>4.216,52</b>	<b>73.749,45</b>	<b>6.145,79</b>

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Fuente:** Ministerio de Trabajo, IESS, año 2017

#### d. Depreciaciones

**Cuadro No. 59.** Depreciación de los activos fijos según la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

Inversión	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Año1	Año 2	Año3	Año4	Año5	Total
Terreno finca (incluye cultivos, animales, productos forestales e infraestructura)	1	90.000,00	90.000,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	22.500,00
Construcciones:									
Hostería (hospedaje y restaurante)	1	200.000,00	200.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	100.000,00
Establecimiento de senderos e infraestructura	1	25.000,00	25.000,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	12.500,00
Maquinaria y Equipos:									
Refrigeradoras	3	1.400,00	4.200,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	2.100,00
Congeladores	2	600,00	1.200,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	600,00
Aire acondicionado	10	700,00	7.000,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	3.500,00
Coche de traslado quintales	2	250,00	500,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	250,00
Palas metálicas y de madera	4	12,00	48,00	4,80	4,80	4,80	4,80	4,80	24,00
Maquinaria y Vehículos:									
Motor fuera de borda	1	4.000,00	4.000,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	2.000,00
Canoa-kill	1	5.000,00	5.000,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	2.500,00
Muebles y enseres:									
Escritorio	4	250,00	1.000,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	500,00
Armarios	5	450,00	2.250,00	225,00	225,00	225,00	225,00	225,00	1.125,00
Sillas	70	15,00	1.050,00	105,00	105,00	105,00	105,00	105,00	525,00
Equipos de oficina									
Teléfono y fax	1	300,00	300,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	500,00
Equipos de computación:									
Computadora	3	1.000,00	3.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	5.000,00
Impresora	2	240,00	480,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	800,00
<b>Total</b>			345.028,00	30.884,80	30.884,80	30.884,80	30.884,80	30.884,80	154.424,00

**Fuente:** Cálculos y Ley Orgánica de Tributación Interna 2017

**Elaboración:** Gloria Escobar

Para el cálculo de la proyección, se cumple con lo que demanda la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno del país, donde indica del tiempo de vida útil de los bienes, según el tipo, y el porcentaje de depreciación a aplicarse.

Depreciación según la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno:

**Cuadro No.60.** Depreciación según la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno

Tipo de bienes	Depreciación
Inmuebles(edificios)	20 años
Instalaciones	10 años
Maquinaria y equipo	10 años
Muebles y enseres	10 años
Equipos de oficina	10 años
Equipos de computación	3 años

**Fuente:** SRI LOTI 2017

**Elaboración:** Gloria Escobar

(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.

(II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.

(III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20%

anual. (IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.

#### e. Ingresos proyectados

Durante los 5 años de ejecución del proyecto, se plantea vender 25.200 tours. De los cuales 11.184 son para grupos o familias y duran 2 días y se prevé un valor promedio de \$ 200 dólares. Los 14.016 son tours de pareja y persona, que tienen un costo promedio de \$ 130 dólares. En función de los mismos se hace las proyecciones:

**Cuadro No. 61.** Proyección de tours vendidos según la clasificación

Tours vendidos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Tour grupos: familias y grupos de amigos	2.016	2.112	2.208	2.352	2.496	11.184
Tour individual: pareja y persona	2.496	2.640	2.784	2.928	3.168	14.016
Total	4.512	4.752	4.992	5.280	5.664	25.200

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

**Cuadro No. 62.** Ingresos proyectados por años

Ingresos proyectados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Tour grupos: familias y grupos de Amigos	403.200	422.400	441.600	470.400	499.200	2.236.800
Tour individual: pareja y persona	324.480	343.200	361.920	380.640	411.840	1.822.080
Total	727.680	765.600	803.520	851.040	911.040	4.058.880

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

**f. Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado**

**Cuadro No. 63. Estado de Pérdidas y Ganancias por años de la finca Bella Vista**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Ingresos</b>	<b>727.680,00</b>	<b>765.600,00</b>	<b>803.520,00</b>	<b>803.520,00</b>	<b>911.040,00</b>	<b>4.011.360,00</b>
<b>Gastos Alimentación</b>	<b>300.000,00</b>	<b>300.000,00</b>	<b>318.000,00</b>	<b>336.000,00</b>	<b>360.000,00</b>	<b>1.614.000,00</b>
<b>Subtotal</b>	<b>427.680,00</b>	<b>465.600,00</b>	<b>485.520,00</b>	<b>467.520,00</b>	<b>551.040,00</b>	<b>2.397.360,00</b>
<b>Gastos</b>	<b>218.996,84</b>	<b>245.074,54</b>	<b>261.714,61</b>	<b>281.536,11</b>	<b>301.620,28</b>	<b>1.308.942,38</b>
Gastos Administrativos	18.636,40	29.096,92	31.017,26	33.014,42	35.157,41	146.922,41
Gastos Operacionales y Mantenimiento	184.289,60	199.906,78	214.626,52	232.450,84	250.392,04	1.081.665,78
Gastos Financieros	16.070,84	16.070,84	16.070,84	16.070,84	16.070,84	80.354,19
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>208.683,16</b>	<b>220.525,46</b>	<b>223.805,39</b>	<b>185.983,89</b>	<b>249.419,72</b>	<b>1.088.417,62</b>
Depreciaciones	30.884,80	30.884,80	30.884,80	30.884,80	30.884,80	154.424,00
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>177.798,36</b>	<b>189.640,66</b>	<b>192.920,59</b>	<b>155.099,09</b>	<b>218.534,92</b>	<b>933.993,62</b>
15% impuestos trabajadores	26.669,75	28.446,10	28.938,09	23.264,86	32.780,24	140.099,04
Utilidad antes de Impuestos	151.128,61	161.194,56	163.982,50	131.834,23	185.754,68	793.894,58
25% impuesto a la renta	37.782,15	40.298,64	40.995,62	32.958,56	46.438,67	198.473,64
<b>Utilidad Neta</b>	<b>113.346,46</b>	<b>120.895,92</b>	<b>122.986,87</b>	<b>98.875,67</b>	<b>139.316,01</b>	<b>595.420,93</b>
<b>Rentabilidad sobre ingresos</b>	<b>16%</b>	<b>16%</b>	<b>15%</b>	<b>12%</b>	<b>15%</b>	<b>15%</b>

Fuente: Trabajo de campo  
 Elaboración: Gloria Escobar

### g. Cálculo del Punto de Equilibrio

**Cuadro No. 64.** Punto de Equilibrio proyectado

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Ingresos</b>						
Venta de tours	727.680,00	765.600,00	803.520,00	803.520,00	911.040,00	4.011.360,00
<b>Costo Fijos</b>						
Gastos Administrativos	18.636,40	29.096,92	31.017,26	33.014,42	35.157,41	146.922,41
Gastos Financieros	16.070,84	16.070,84	16.070,84	16.070,84	16.070,84	80.354,19
Depreciaciones	30.884,80	30.884,80	30.884,80	30.884,80	30.884,80	154.424,00
<b>Total costos fijos</b>	<b>65.592,04</b>	<b>76.052,56</b>	<b>77.972,89</b>	<b>79.970,06</b>	<b>82.113,05</b>	<b>381.700,60</b>
<b>Costos Variables</b>						
Gastos Operacionales y Mantenimiento	184.289,60	199.906,78	214.626,52	232.450,84	250.392,04	1.081.665,78
Compras	300.000,00	300.000,00	318.000,00	336.000,00	360.000,00	1.614.000,00
<b>Total costos variables</b>	<b>484.289,60</b>	<b>499.906,78</b>	<b>532.626,52</b>	<b>568.450,84</b>	<b>610.392,04</b>	<b>2.695.665,78</b>
<b>Relación CV/Ventas</b>	<b>0,67</b>	<b>0,65</b>	<b>0,66</b>	<b>0,71</b>	<b>0,67</b>	<b>0,67</b>
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>196.104,76</b>	<b>219.146,88</b>	<b>231.281,98</b>	<b>273.355,91</b>	<b>248.823,47</b>	<b>1.163.749,52</b>
<b>1 - Relación CV/Ventas</b>	<b>0,33</b>	<b>0,35</b>	<b>0,34</b>	<b>0,29</b>	<b>0,33</b>	<b>0,33</b>
$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{Costos Variables/Ventas})}$						
<b>Porcentaje de ventas para alcanzar punto de equilibrio</b>	<b>27%</b>	<b>29%</b>	<b>29%</b>	<b>34%</b>	<b>27%</b>	<b>29%</b>

Fuente: Trabajo de campo  
 Elaboración: Gloria Escobar

## h. Flujo de Caja proyectado

**Cuadro No. 65.** Flujo de caja proyectado finca Bella Vista

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Inversión Inicial</b>	<b>391.398,50</b>						
<b>Ingresos</b>		<b>727.680,00</b>	<b>765.600,00</b>	<b>803.520,00</b>	<b>803.520,00</b>	<b>911.040,00</b>	<b>4.011.360,00</b>
<b>Egresos</b>		<b>518.996,84</b>	<b>545.074,54</b>	<b>579.714,61</b>	<b>617.536,11</b>	<b>661.620,28</b>	<b>2.922.942,38</b>
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>208.683,16</b>	<b>220.525,46</b>	<b>223.805,39</b>	<b>185.983,89</b>	<b>249.419,72</b>	<b>1.088.417,62</b>
Depreciaciones		30.884,80	30.884,80	30.884,80	30.884,80	30.884,80	154.424,00
<b>Utilidad Operacional</b>		<b>177.798,36</b>	<b>189.640,66</b>	<b>192.920,59</b>	<b>155.099,09</b>	<b>218.534,92</b>	<b>933.993,62</b>
Pago de Impuestos y Utilidades		64.451,91	68.744,74	69.933,71	56.223,42	79.218,91	338.572,69
<b>Utilidad Neta</b>		<b>113.346,46</b>	<b>120.895,92</b>	<b>122.986,87</b>	<b>98.875,67</b>	<b>139.316,01</b>	<b>595.420,93</b>
Depreciaciones		30.884,80	30.884,80	30.884,80	30.884,80	30.884,80	154.424,00
<b>Flujo Neto de Caja</b>	<b>(391.398,50)</b>	<b>144.231,26</b>	<b>151.780,72</b>	<b>153.871,67</b>	<b>129.760,47</b>	<b>170.200,81</b>	<b>749.844,93</b>
Flujo Neto de Caja indexado	(391.398,50)	128.777,91	120.998,66	109.522,82	82.465,13	96.576,51	146.942,52
5 años							
<b>VAN</b>	<b>\$ 146.942,52</b>						
<b>TIR</b>	<b>26,08%</b>						

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Gloria Escobar

## i. Indicadores financieros

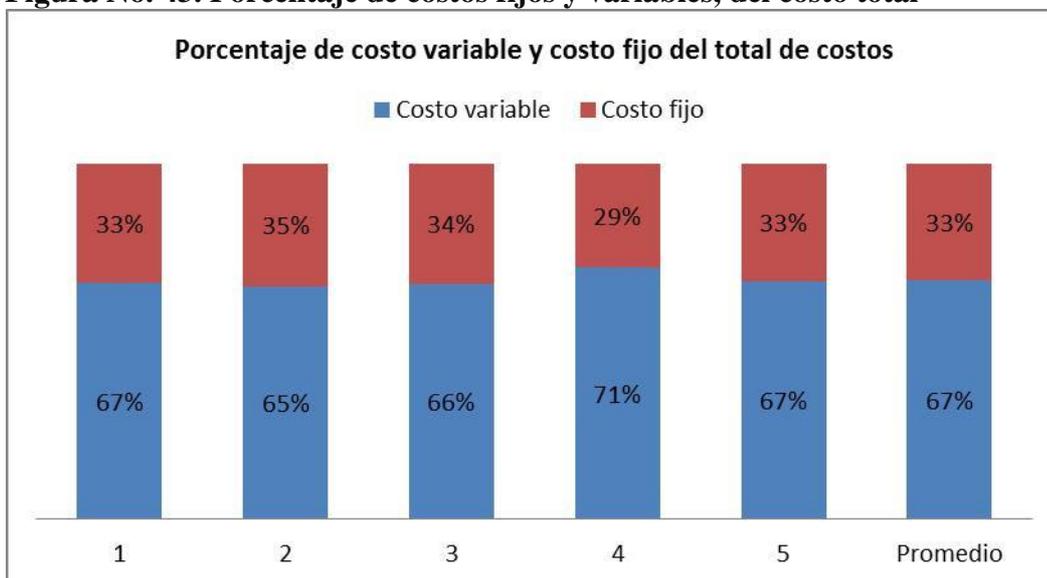
Para la evaluación financiera se ha empleado los siguientes indicadores:

- Punto de equilibrio
  - Valor Actual Neto
  - Tasa Interna de Retorno
  - Costo Beneficio
- 
- **Análisis punto de equilibrio**

El punto de equilibrio se lo obtiene de la relación de los costos fijos, variables y de las ventas y es el punto en que no la empresa no gana ni pierde, solo cubre los costos fijos. Para lo cual se emplea la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{Costos Variables/Ventas})}$$

**Figura No. 43. Porcentaje de costos fijos y variables, del costo total**



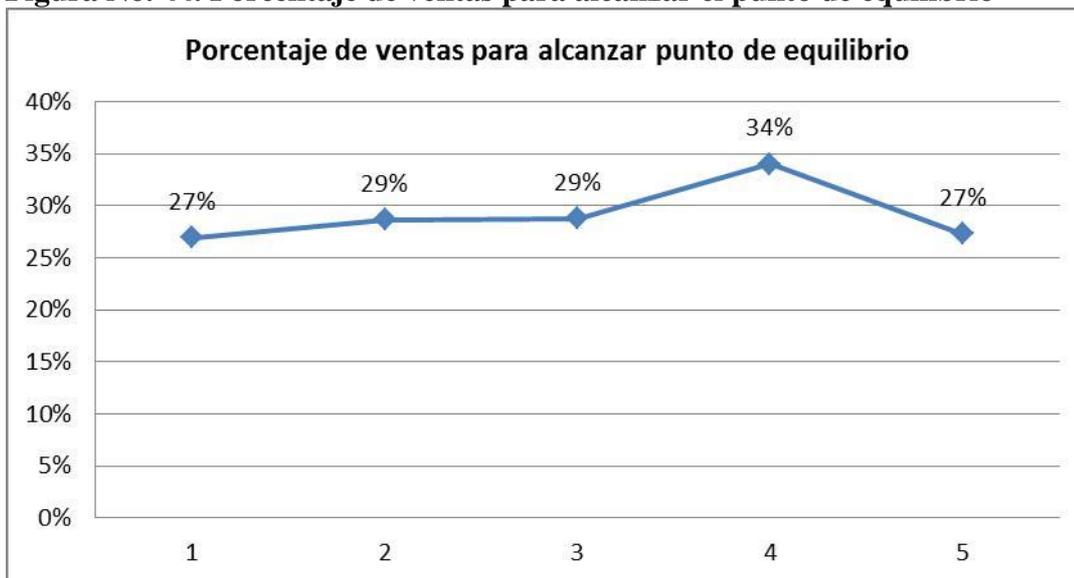
**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

En el figura, se detalla la relación en porcentaje de costo fijo y costo variable respecto al costo total. Se asume como costos fijos a los gastos administrativos, financieros y depreciaciones; y costos variables a las compras y gastos

operacionales y de mantenimiento. Los costos fijos, durante el período del análisis de la propuesta o plan de negocios, en una franja del 29% -35%; y los costos variables entre el 65%-71%. En síntesis, se tiene costos fijos que no superan el tercio del valor de todos los costos, en promedio los costos fijos son el 33% y los costos variables el 67%, sobre el costo total.

**Figura No. 44. Porcentaje de ventas para alcanzar el punto de equilibrio**



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

El punto de equilibrio promedio se alcanza con el 29% de las ventas, durante el tiempo del plan de negocios de la finca Bella Vista. Anualmente, se moviliza en una franja de 27%, como valor mínimo, a 34%, como valor máximo. Según se incrementa el número de clientes sube el punto de equilibrio, especialmente, porque se requiere hacer más inversiones y, especialmente, crece el volumen de compras.

- **Cálculo Valor Actual Neto VAN**

Para el cálculo del VAN se emplea una tasa de descuento del 12%, que corresponde al valor de la tasa de interés de créditos activos para pequeñas empresas del Banco Nacional de Fomento, que presta para la implementación de empresas turísticas.

Aplicando el cálculo del VAN, se obtiene el siguiente resultado:

**Cuadro No. 66.** Cálculo del Valor Actual Neto VAN.

Años	Flujo Neto de Caja	Factor de Descuento	Valor factor de descuento	Valores indexados
Año 0	(391.398,50)			(391.398,50)
Año 1	144.231,26	(1,12) <sup>1</sup>	1,1200	128.777,91
Año 2	151.780,72	(1,12) <sup>2</sup>	1,2544	120.998,66
Año 3	153.871,67	(1,12) <sup>3</sup>	1,4049	109.522,82
Año 4	129.760,47	(1,12) <sup>4</sup>	1,5735	82.465,13
Año 5	170.200,81	(1,12) <sup>5</sup>	1,7623	96.576,51
Total	358.446,43			146.942,52
<b>Valor Actual Neto VAN</b>				<b>146.942,52</b>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

El VAN es positivo, lo que indica que el proyecto es financiable y que en los 5 años se recupera toda la inversión. El valor que se recupera es de \$ 146.942,52 US dólares.

- **Cálculo de la Tasa Interna de Retorno**

De acuerdo con los cálculos, desde el flujo de caja se obtiene una tasa interna de retorno del 26,08%. Lo que indica que la inversión está recuperándose a una tasa de 26,08%, lo cual es muy bueno, si se considera que es superior al costo de la tasa de interés activa bancaria 12%, a la tasa que nos cobran el crédito 6% y, de la misma manera, a la tasa de inflación dentro de la economía nacional.

Es decir, la inversión logra importantes réditos y una tasa de inversión que permite invertir en el proyecto, además de obtener ganancias y recuperar el capital invertido.

- **Cálculo del Beneficio Costo**

El cálculo beneficio costo se hace sobre valores indexados, es decir, aplicando la tasa de descuento, la misma que se aplica al VAN. El costo beneficio es superior a uno, es de 1,38. Lo que indica que la empresa provoca mayores beneficios frente a los costos. Y es un valor aceptable porque se encuentra entre 1 y 2.

### Cuadro No. 67. Cálculo del Costo Beneficio

Años	Valores indexados	Inversión Inicial
Año 0		391.398,50
Año 1	128.777,91	
Año 2	120.998,66	
Año 3	109.522,82	
Año 4	82.465,13	
Año 5	96.576,51	
Total	538.341,02	391.398,50
<b>Beneficio Costo</b>		<b>1,38</b>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

En síntesis, el proyecto logra un VAN positivo, TIR superior a la tasa activa del mercado y Beneficio Costo superior a uno. Lo que indica el proyecto es rentable y se debe invertir en el mismo. Y el punto de equilibrio se logra con el 29% de las ventas efectuadas, punto en que no se gana ni pierde la empresa

#### 6.2.7. Estructura Organizacional

##### a. Aspectos Legales

De acuerdo con el Reglamento a Ley de Turismo del país, según el artículo 43, la empresa operaría como actividad turística de alojamiento, donde indica que:

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje.

Se ubicaría en la categoría de cabañas, refugios y albergues con servicios extrahoteleros o no hoteleros; según lo identifica el Director del Departamento de Desarrollo Económico y Productivo, Econ. Byron Cobo.

Los trámites para reconocer legalmente la empresa o el emprendimiento popular son:

- Registro Único de Contribuyente RUC, otorgado por el SRI.
- Patente Municipal, otorgada por el GAD Municipal de Francisco de Orellana.

- Certificado de la licencia única anual de funcionamiento, como empresa turística, otorgada por el GAD Municipal de Francisco de Orellana. Para ser parte del catastro de empresas turísticas.
- Permiso de operación del Ministerio de Turismo, que indica la actividad turística que se realiza.
- Certificado de Salud, otorgado por el Ministerio de Salud
- Permiso de los Bomberos, otorgado por el Cuerpo de bomberos.
- Matriculación de la canoa, se realiza en la Armada Nacional o en la Capitanía del puerto.

De acuerdo a lo que indica la ordenanza municipal del GAD Municipal Francisco de Orellana.

- **Registro Único de Contribuyentes RUC.**

La inscripción del RUC se realiza en la ciudad de El Coca, en las oficinas del Servicios de Rentas Internas.

Los requisitos para inscribir cualquier empresa son los siguientes:

- Original y copia de la cédula vigente y del certificado de votación.
- Planilla de Servicios Básicos actualizada
- Estado de cuenta bancario, tarjeta de crédito o telefonía celular
- Factura por el servicio de televisión pagada o de internet.
- Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección del contribuyente.
- Contrato de arrendamiento.
- Nombramiento del Gerente
- Copia de Registro de escrituras en el Registro Mercantil

Los requisitos que debe cumplir la unidad de emprendimiento productivo, reconocida por el MIES y la SEPS, es:

- Original y copia de la cédula vigente y del certificado de votación.
- Planilla de Servicios Básicos actualizada o estado de la telefonía celular donde indique la dirección

- Nombramiento del Gerente o del responsable.
- Reconocimiento como unidad de emprendimiento productivo, del MIES
- Copia de Registro de escrituras en el Registro Mercantil, como no existe sería del Registro de la Propiedad del cantón.

Se hace un recuento de los principales procesos para que la empresa funciones

- **Patente Municipal.**

La emisión de la patente se la obtiene en el Departamento Financiero, pero este tiene un proceso adjunto al Departamento de Gestión de Riesgos y Gestión Ambiental del GAD Municipal del cantón Francisco de Orellana.

Los requisitos que se contempla para acceder a la patente municipal, por realizar una actividad económica, si es por primera vez, son:

- Solicitud dirigida a la directora(a) Financiero(a).
- Copia de la cédula y del certificado de votación.
- Certificado de no adeudar al Municipio
- Tipo de actividad y razón social del establecimiento.
- Croquis de Ubicación e inspección realizada por Gestión de Riesgos y cumplimiento de requisitos para plan de evacuación en caso de accidentes o incendios.
- Copia de la escritura del terreno o certificado de la parroquia de donde vive.
- Nombramiento del Gerente o del Representante Legal, si es necesario
- Reconocimiento del MIES como unidad de emprendimiento familiar.
- Inspección ambiental realizada por técnicos de la Municipalidad.
- Realizar cancelación de patentes y servicios ambientales en las oficinas de recaudación

A partir del segundo año, solo se renueva la patente municipal, presentando los requisitos de la cédula y certificado de votación más el pago de la patente del año anterior.

- **Licencia única anual de funcionamiento LUAF**

Para obtener la LUAF, por parte del GAD Municipal Francisco de Orellana, se cumple lo que emana la Ordenanza Municipal OM-013-2011, que establece la tasa para la LUAF de los establecimientos y empresas turísticas en el cantón Francisco de Orellana, sobre los requisitos para obtener la licencia son los siguientes:

- Solicitud dirigida al Director(a) del Departamento de Turismo del GADMFO
- Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo
- Pago de la patente municipal
- Copia del certificado de votación y cédula
- Copia del RUC
- Listado de precios del establecimiento turístico
- Formulario actualizado de la planta turística
- Certificado de capacitación otorgado por la Dirección de Turismo del GADMFO
- Permiso de habilitación otorgado por: Ministerio de Salud Pública, Cuerpo de Bomberos y Gestión de Riesgos del GADMFO
- Título de propiedad del bien inmueble donde realiza los servicios turísticos o contrato de arriendo legalizado

- **Certificado de Salud.**

El certificado de salud, es un documento básico, porque hay que tramitarlo en el Distrito 1 del Ministerio de Salud Pública, que corresponde netamente a Orellana y Aguarico. Pero no es necesario para la patente. Con este certificado se reconoce la gestión de higiene y salud que realiza el local.

Pero se da los requisitos que son necesarios:

- El permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública se detalla a continuación:
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC Sociedades).
- Copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del propietario del establecimiento.

- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Copia de certificados de salud conferidos por los Centros de Salud del MSP.
- Pago de tasa.

Dada la lejanía, si es necesario la inspección la realizan los responsables del centro de salud. Sin embargo, el registro necesario es ante AGROCALIDAD del MAGAP reportando que es una unidad de emprendimiento popular en turismo.

- **Certificado o Permiso del Cuerpo de Bomberos.**

En el cantón el Cuerpo de Bomberos está a cargo del GAD Municipal Francisco de Orellana GADMFO, según lo indica la ordenanza aprobada en el año 2.013, pero ahí se emite una certificación sobre la prevención para el control de incendios y que esa provisto de medios para enfrentar o paliar un incendio en el local y las medidas de evacuación, para que la población pueda manejar este tipo de riesgo. Los requisitos que se enuncia son: Solicitud de inspección, informe de la inspección, copia del RUC, copia de la cédula, del certificado de votación y pago por el certificado del Cuerpo de Bomberos. Indica que está realizando el trámite de la patente municipal

## **b. Organización de la Microempresa.**

- **La Empresa.**

La empresa de agroturismo es la Finca Agroturística Bella Vista, la misma que se encarga de dar servicios turísticos y productivos. Es un emprendimiento popular y aprobado por el Instituto de la Economía Solidaria del MIES, aunque es una emprendimiento y empresa familiar

Los datos básicos de la empresa son:

Nombre de la empresa: FINCA AGROTURÍSTICA BELLA VISTA.

Rama de Actividad: Agroturismo

Tipo de industria: Turismo (Servicios turísticos)

Conformación cía. y jurídica: Unidad de emprendimiento popular de

comercialización. Regida por la Ley de la Economía Popular y Solidaria.

Composición Capital: Aporte de capital en especie (terreno, capital trabajo, activos fijos).

Tiempo de duración: 5 años

Domicilio Principal: Km 25 Vía Auca, comunidad El Carmen, parroquia El Dorado.

Representante Legal: Miguel Escobar

Administradora: Gloria Escobar.

En el plano legal se ha cumplido con lo dispuesto en:

- Ley Orgánica de Salud y Reglamento.
- Código de Comercio
- Código Orgánico Tributario Interno y Reglamento.
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización COOTAD.
- Ley Orgánica del Régimen de Soberanía Alimentaria.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.
- Ordenanza municipal de patentes GADMFO
- Ordenanzas municipales de pagos de tributos al Municipio GADMFO
- Norma INEN sobre hospedaje, atención al cliente, actividades productivas, procesos de turismo, agroturismo.
- Manual de aplicación del Reglamento de Alojamiento
- Normas CODEX de la FAO
- Demás leyes, reglamentos y ordenanzas que impliquen la actividad de la empresa.

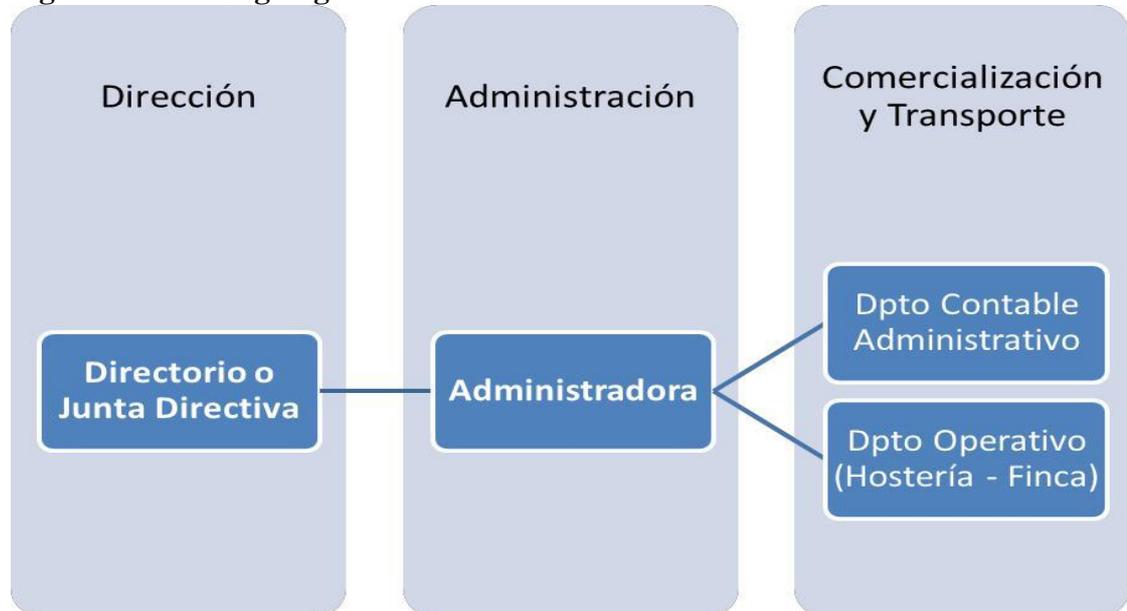
### **c. Gestión organizacional y estructuración de la empresa**

#### **Organigrama Estructural**

La Finca Agroturística Bella Vista es una empresa pequeña y se califica como un emprendimiento productivo popular y familiar. Por ello, se conforma de dos departamentos: Contable - Administrativo y Operativo. Todo ellos dirigidos desde

la Dirección de la empresa y por la Administrado, tal como se está estructurado en la siguiente figura:

**Figura No. 45. Organigrama estructural de la Finca Bella Visa**



**Fuente:** Estructura empresarial Finca Bella Vista

**Elaboración:** Gloria Escobar

### Organigrama Funcional

**Figura No. 46. Organigrama funcional de la Finca Bella Visa**



**Fuente:** Estructura empresarial Finca Bella Vista

**Elaboración:** Gloria Escobar

## 6.2.8. Aspectos Ambientales

- **Impacto Ambiental**

La incidencia ambiental es positiva. Se debe a dos motivos, primero el cantón Francisco de Orellana está casi cubierto de áreas protegidas y la mayor parte está ocupada por nacionalidades indígenas, que casi no realizan mayores daños ambientales y tienen modos de vida sustentables. El área protegida son: Parque Nacional Yasuní. A lo que se añade que muchas comunas tienen planes de manejo aprobados por el Ministerio del Ambiente MAE.

El proyecto no incorpora áreas de sembríos nuevos, más bien se pasa a realizar una producción orgánica y al manejo racional de los recursos naturales. No se hace consumo de animales silvestres, más bien se valoriza los productos que se pueden obtener del bosque y se capacita sobre prácticas ancestrales y se genera conciencia ambiental.

En el mismo sentido, los productores solo incorporarían de manera más intensivas, áreas de las cuales ya hacían uso agrícola; y se apoya en la belleza paisajística del bosque, el conocimiento y uso del mismo, así como en el río Sábalo, no causa daños ambientales, porque se usa los terrenos anteriores y no hay nuevos, más bien lo importante es realizar la conservación ambiental y el agroturismo. En síntesis la incidencia es positiva.

**Cuadro No. 68.** Incidencia ambiental de la finca Bella Vista

<b>Incidencia</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>
Ambiente		X					
Total		2					

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

### 6.2.9. Impacto General del Proyecto.

El impacto del proyecto viene dado por la incidencia que tiene el mismo respecto a: creación fuentes de empleo, rentabilidad obtenida, ingresos generados proyectados y la incidencia ambiental que puede tener la propuesta de creación de la finca de servicios agroturísticos.

En la incidencia de empleo, se generan 10 nuevos empleos; en la localidad donde las personas sufren desempleo por los despidos en las empresas petroleras y muchos jóvenes han migrado al campo. La rentabilidad y los ingresos proyectados permiten la recuperación de la inversión y tiene resultados positivos. La incidencia ambiental, si la existe es mínima, más bien se busca crear conciencia ambiental y el conocimiento de prácticas culturales agrícolas y pecuarias compatibles con el medio ambiente. No se consume animales silvestres, ni se modifica su hábitat.

El impacto general del proyecto mide la sumatoria de todos los impactos y se divide para el valor de todos los indicadores de incidencia planteados. Es decir, los valores obtenidos de incidencia relacionados con los 4 indicadores. Lo que daría una valoración de:

Impacto global = Valor total/Número de indicadores  
Impacto global =  $9/4 = 2,25$

Lo que se tendría una valoración de 2,75; la misma que es ascendida a 2. Por tanto el impacto global es medianamente positivo.

**Cuadro No. 69.** Incidencia de la finca Bella Vista.

<b>Incidencia</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>
Fuentes de trabajo		x					
Rentabilidad		x					
Ingresos	x						
Ambiental		x					
Total	3	6		0			

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

Es positivo en el impacto económico, social y tiene impacto ambiental positivo. El impacto global es mediano y el estudio de factibilidad debería llevarse a cabo. Los impactos indirectos solo están en la presencia de turistas pero que con un buen manejo de los residuos sólidos que generan, son casi nulos dentro de la finca agroturística.

## **6.5. Plan de Difusión del Agroturismo**

Realizar plan de difusión del agroturismo en la parroquia El Dorado, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana

### **6.5.1. Plan de Difusión del Agroturismo en la Parroquia El Dorado, cantón Francisco de Orellana, Provincia de Orellana**

El Plan de Difusión de la parroquia El Dorado, cantón Francisco de Orellana, parroquia Orellana, está dividido en 4 partes:

- Comunicación Interna y conocimiento finca agroturística Bellavista
- Comunicación externa
- Plan de Difusión de la parroquia El Dorado
- Promoción cantonal y provincial en GAD Municipal Francisco de Orellana, GAD Provincial Orellana y Zonal Ministerio de Turismo.

El responsable del Plan de Difusión es la Gerente Administrativa, Gloria Escobar. Plan aprobado por la Junta Directiva de la empresa familiar Finca Agroturística Bella Vista, especialmente, en la comunicación interna y externa.

Para el plan de difusión parroquial, se cuenta como socio estratégico con la Junta Parroquial El Dorado y sus técnicos. Y en el plan de promoción cantonal y provincial debe realizarse con los respectivos técnicos del GAD Municipal Francisco de Orellana y GAD Provincial de Orellana. Además, se ha adherido a propias estrategias y planes promocionales.

#### **a. Comunicación Interna**

La Comunicación interna, según Crea Business Idea, tiene como objetivo la sistematización y estructuración de la información de forma que garantice el conocimiento, una gestión eficaz y transparente de la finca agroturística Bella Vista, así como asegurar una fluida y eficiente comunicación entre los directamente involucrados y los clientes que visitan la finca.

La comunicación interna está dirigida a los socios de la empresa familiar (finca agroturística), los clientes que lleguen a la finca agroturística y accedan a los servicios, personas que la deseen conocer desde medios virtuales, propagación del conocimiento en las redes sociales y mejoramiento de la comunicación dentro de la finca.

La comunicación interna comprende la elaboración de:

- Intranet de Página web de la Finca Agroturística Bella Vista (email internos)
- Participación en Redes Sociales de manera interna, Finca Agroturística Bella Vista
- Tríptico promocional
- Elaboración de señalética interna finca agroturística
- Letrero principal de la finca, indicando las herramientas de telecomunicación.
- Folleto con atractivos turísticos.
- Herramientas de telecomunicación (fax, teléfono, celular, videoconferencia, email, mensajería)
- Archivo del proceso comunicacional

#### **b. Comunicación externa**

La comunicación externa trata sobre la difusión y comunicación a los potenciales clientes beneficiarios directos como a los grupos de destinatarios indirectos. Esto ha mejorado el conocimiento de la finca agroturística Bella Vista, dentro del área de la parroquia El Dorado y cantón Francisco de Orellana, para ello, se ha trabajado en:

- Imagen Corporativa, con la creación de un Logotipo y una Imagen Corporativa
- Página Web de la finca agroturística Bella Vista y Tecnologías de la Información de redes sociales en Facebook, Twiter, Instagram y otros.
- Material Promocional, diseño e impresión de folleto informativo de la finca agroturística Bella Vista, que detalle costos, actividades, lugares de información y comunicación para acceder a los servicios turísticos.
- Otro material promocional sería cartas y conferencias promocionales a empresas e instituciones públicas y educativas, actividades y publicaciones específicas y entrega de información a ferias turísticas locales y regionales.

- Trabajo con medios de comunicación, realización de notas de prensa, artículos de prensa y difusión en programas de noticias y entretenimiento de la televisión local y medios digitales.
- Eventos promocionales en fechas de fiestas de parroquia, cantón y provincia sobre finca agroturística Bella Vista.
- Asociarse a la Cámara de Turismo Provincial de Orellana.
- Colocación de publicidad portable en lugares concurridos de la ciudad de Puerto Francisco de Orellana, sobre la finca agroturística.

**Figura Nro. 47. Logo de la finca Agro turística Bella Vista**

**Taza con el logo de la Finca Agroturística**



**Flayer con el logo de la Finca**



**Afiche con el logo de la Finca Agroturística**



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Gloria Escobar

### **c. Plan de Difusión de la Parroquia El Dorado.**

Este plan de difusión debe tratar sobre el amplio conocimiento de los atractivos turísticos y posicionamiento de la parroquia El Dorado, como la parroquia rural con mayores y más concurridos sitios turísticos del cantón Francisco de Orellana. Y el posicionamiento de la parroquia como lugar turístico preferido de los habitantes de la ciudad Puerto Francisco de Orellana.

El plan de difusión se lo realiza en coordinación con el GAD Parroquial Rural El Dorado, representado en el Sr. Manuel Minga, Presidente de la Junta parroquial y los 4 vocales más. Para ello, en primer momento se ha establecido el nombramiento de una comisión especial de turismo integrada por el Presidente de la Junta Parroquial y 2 vocales más.

El Plan de difusión comprende, los siguientes aspectos esenciales:

- Diagnóstico
- Plan Estratégico de Difusión
- Evaluación del Plan de Difusión.

El Diagnóstico trata sobre el conocimiento actual del desarrollo turístico y la difusión del mismo en la parroquia El Dorado, para la cual se ha realizado las siguientes actividades:

- Inventario de Atractivos Turísticos de la parroquia El Dorado.
- Formación Mesa de Concertación de Turismo de la parroquia El Dorado, que involucra a los principales actores del turismo en la parroquia.
- Diagnóstico de medios de difusión y de proyectos turísticos públicos y privados de turismo de la parroquia El Dorado
- Recolección de información de locales con certificación turística, Coca Destino de Vida.
- Recolección de información de centros educativos de la parroquia El Dorado con estudios en turismo y gastronomía.
- Apoyo con técnicos de turismo del GAD Municipal y GAD Provincial para levantar información turística de la parroquia y apoyar en procesos de sistematización del diagnóstico.

La segunda fase ya corresponde a lo que se ha elaborado en el Plan Estratégico de Difusión de la Parroquia El Dorado. Este plan debe contar con tres fases, claramente diferenciadas.

La primera de la recepción y revisión de los productos del diagnóstico con la Comisión de Turismo del GAD Parroquial, para establecer retroalimentación a los mismos, contar con los productos necesarios y la información recolectada y sistematizada.

La segunda parte es la aplicación del Plan Estratégico de Difusión Turística de la Parroquia El Dorado, en el cual tiene que tener los siguientes productos de difusión turística. Los cuales son:

- Imagen Corporativa, con la creación de un Logotipo y una Imagen Corporativa turística de la Parroquia El Dorado.
- Publicación del Inventario de Atractivos Turísticos de la parroquia El Dorado.
- Plan Anual Operativo de la Mesa de Turismo y obtención de presupuesto participativo desde el GAD Provincial, cantonal y parroquial.
- Página Web turística de la Parroquia El Dorado y Tecnologías de la Información de redes sociales en Facebook, Twiter, Instagram y otros, sobre atractivos y sitios turísticos de la parroquia El Dorado.
- Financiamiento y publicación de videos promocionales de turismo en Youtube, sobre la parroquia El Dorado.
- Material Promocional, diseño e impresión de folleto turístico de la parroquia El Dorado, indicando sitios, direcciones, lugares, señalética turísticas y actividades a realizar.
- Trabajo con medios de comunicación, realización de notas de prensa, artículos de prensa y difusión en programas de noticias y entretenimiento de la televisión local y medios digitales sobre turismo en la parroquia El Dorado, principalmente con Yasuní Radio y TV y Cocavisión.
- Participación en eventos de la parroquia, fiestas de parroquialización y fiestas cívicas y culturales.
- Calificar y aprobación de los sitios y lugares turísticos como parte de la certificación Coca Destino de Vida.

- Colocación de publicidad portable en lugares concurridos de la ciudad de Puerto Francisco de Orellana, sobre sitios turísticos de la Parroquia El Dorado.

La tercera fase es la socialización de los productos de Plan Estratégico de Difusión en la cabecera parroquia y comunidades de la parroquia, conjuntamente con la Comisión de Turismo del GAD Parroquial. Además, de retroalimentar con nuevos conocimientos y posibles alianzas entre comunidades.

Finalmente, la evaluación es al final de cada año y final del tiempo que dure el plan de difusión y comunicación de la parroquia El Dorado y va a estar a cargo de la Comisión parroquial de Turismo. La evaluación tiene que consistir en medir el avance y finalización de los productos establecidos en el plan de difusión y comunicación. Para lo cual se ha elaborado informes anuales de evaluación indicando el porcentaje de cumplimiento de cada producto y actividad. Además, de replantear actividades y productos que requieran mayor tiempo y se necesite agregar para consolidar el plan.

#### **d. Promoción cantonal y provincial en GAD Municipal Francisco de Orellana, GAD Provincial Orellana y Zonal Ministerio de Turismo**

La promoción y proceso de difusión en los niveles cantonal, provincial y regional, se ha realizado respectivamente con cada GAD y zonal desconcentrada del Ministerio de Turismo, de acuerdo a la cobertura que tienen.

En el nivel cantonal, se ha logrado una alianza estratégica permanente con el GAD Municipal Francisco de Orellana GADMFO, en el cual se ha empleado los medios de difusión del Departamento de Turismo del GADMFO, estos son:

- Oficina ITUR del GADMFO
- Material promocional, ser parte del mapa cantonal de atractivos turísticos y promocionar sitios turísticos.
- Apoyo con señalética en los sitios turísticos y en las principales vías de acceso de la parroquia El Dorado.
- Financiamiento del GADMFO para calificar a las empresas turísticas con la certificación Coca Destino de Vida
- Financiamiento para participar en campaña Coca, Puerta al Yasuní.
- Apoyo con presupuestos participativos para empresas turísticas asociativas, comunales y familiares de la parroquia El Dorado.

- Programas de medios de comunicación municipales: Yasuní, Radio y TV.
- Difusión en la página web municipal y redes sociales de los atractivos turísticos de la parroquia El Dorado.

En el nivel provincial, financiamiento estratégico con el GAD Provincial de Orellana GADPO, para la difusión del turismo en la parroquia. Pues, de acuerdo a las competencias el GADPO tiene competencias sobre las actividades productivas, como el turismo:

- Implementación de ITUR en la parroquia El Dorado.
- Financiamiento, de todo tipo de material promocional y de difusión.
- Equipamiento y mejoramiento de los proyectos turísticos implementados.
- Programa radial y televisado en todos los cantones de la provincia de Orellana, sobre atractivos turísticos de la parroquia El Dorado
- Difusión en la página web del GADPO y redes sociales de los atractivos turísticos de la parroquia El Dorado.
- Colocación de señalética para llegar a la parroquia El Dorado y de los sitios turísticos en toda la provincia de Orellana.
- Artículos de prensa sobre atractivos turísticos en diarios de la provincia de Orellana.
- Financiamiento del presupuesto participativo provincial del GADPO.
- Capacitación sobre servicios turísticos.
- Eventos de socialización y difusión en instituciones públicas y privadas auspiciados por el GADPO
- Financiamiento para ferias de la provincial y en el ámbito nacional

En el ámbito regional y nacional se ha trabajado en conjunto con al Zonal 2 del Ministerio de Turismo. Y también para la habilitación legal de los sitios turísticos, así como en el conocimiento de normas nacionales y de servicios turísticos.

## 7. DISCUSION

### 7.1 Primer Objetivo

Diseñar la finca Agro turística “Bella Vista”

Para discutir el primer objetivo se utiliza dos claros señalamientos, el primer desde las funciones que posee la finca, donde se compara con dos propuestas internacionales, la primera en una comunidad española y la segunda en una comunidad de Panamá. El segundo señalamiento es sobre las actividades que realizan en la finca agro turística, donde se compara con 3 propuestas de diseño de finca, realizadas en el país.

En el primer señalamiento de la discusión del primer objetivo sobre el diseño de la finca se toma de referencia dos trabajos sobre diseño de fincas agroturísticas. El primero, que trata sobre: Diseño de un proyecto de agroturismo para La Solana en Bélgica; de Lorena Mas, realizado en España; el segundo de Julianne Gagnon sobre el perfil de agroturismo en la provincia de Herrera Panamá. Lo ideal era obtener datos de diseño y funciones de otras propuestas agroturísticas de la Amazonía ecuatoriana.

En el primero trabajo se establece el diseño en función de 3 modalidades: lúdicas, interpretativo-educativo y deportivo-aventura. La misma que se realiza en función de 3 actividades: principales, complementarias y relacionadas con el espacio. Y en función del diseño desarrolla 3 productos turísticos determinados por el tiempo de permanencia en el proyecto, de un día sin hospedaje, un día y con una noche de alojamiento y de dos días y dos noches de alojamiento.

En el segundo caso analiza 10 fincas, que hacen actividades con los turistas, como: participación en actividades agropecuarias, montar a caballo, recorren senderos, elaboración de miel de caña, paseo a pie y en moto, seminarios y talleres. Pero que carecen principalmente de señalética interna y externa, de servicios básicos, de infraestructura para el alojamiento y no utilizan agroquímicos. Las actividades agrícolas no cambiaron, ni tampoco los ingresos

que tenían como agricultores. Al comparar con este segundo trabajo, el diseño de la finca Bella Vista realiza todas las actividades que promueven estas 10 fincas, que tiene diseños limitados en actividades agroturísticas, pues cada finca solo tiene una especialidad, es decir, una finca solo presenta actividades pecuarias, otra sobre agrícolas y así respectivamente.

El diseño realizado en la presente propuesta de la finca agroturística Bella Vista trata de sobre el diseño de 3 espacios: agroproductivos, espacios naturales y de infraestructura (productiva, turística y vivienda). La propuesta del diseño se basa en lo que tiene actualmente y lo que desea hacer la familia campesina, y parte de sus conocimiento y propuestas de desarrollo agroturísticas.

Al igual que en los diseños de los dos trabajos, se toma como referencia la experiencia del dueño de las fincas y las actividades que puede realizar. Es ventajoso contar con un área grande, pues es una finca aproximadamente de 45 has, por la cual pasa un río y es casi plano, pues no presenta suelo irregular y con muchas pendientes. En síntesis el diseño elaborado tiene los siguientes logros:

- Distribución de las áreas productivas, naturales, turística e infraestructura
- Diseño agroturístico de la finca
- Orienta el negocio de productivo a una nueva actividad, como es el agroturismo.
- Aprovechamiento de los conocimientos culturales de los productores
- Combina áreas de conservación con áreas protegidas.
- Se establecen actividades productivas que realizan los turistas en la finca.
- Establecimiento de señalética, según el Manual de Señalización del Ministerio de Turismo

Es decir, mientras en los dos casos anteriores, los diseños son limitados y los espacios se concentran en lo que cada predio rural o pequeña finca puede ofrecer. En nuestro caso la finca Bella Vista cuenta con todos los espacios en un solo lugar. Era importante hacer referencia a este primer señalamiento porque era necesario indicar que los espacios de diseño se construyen desde nuestra propia realidad que es amazónica y ecuatoriana, pues, en otros lugares los diseños se construyen desde la actividad principal que realiza cada finca o cada propietario y

tienen que asociarse, a cada es una propuesta familiar que posee todos los espacios en un solo lugar.

En el segundo señalamiento que se hace se compara con 3 propuestas de diseño de finca en el país. Para comparar con la propuesta de actividades a realizar y los cronogramas que se pueden hacer. Por tanto, se procede a comparar el diseño de la finca Bella Vista contra con el propuesto en tres tesis sobre fincas agroturísticas elaborado recientemente, como son:

- Diseño del producto agroturístico en la Finca La Envidia, como alternativa turística en la Parroquia Bellavista, cantón Santa Cruz, Provincia de Galápagos , elaborada por Álvaro Marcel Salazar Rodríguez, de la Universidad de Guayaquil, en el año 2015
- Diseño de un producto agroturístico para el desarrollo sostenible de la Finca “Brennen, cuyo autor es Wilson Geovanny Puruncaja Velasque, de la ESPE, en el año 2016
- Diseño de un producto agroturístico para aprovechar las potencialidades turísticas de la Hacienda Posada, del sitio Garrapata, cantón Chone, Provincia de Manabí, realizada por Manuel Félix López, de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, en el año 2014

Las cuales presentan las siguientes características, en comparación con la Finca Bella Vista:

**Cuadro No. 70. Comparación propuesta de diseño finca agroturística**

Detalles	Finca Bella Vista	Finca La Envidia	Finca Brennen	Hacienda Posada
<b>Lugar</b>	Comunidad El Carmen, parroquia El Dorado, cantón Francisco de Orellana, prov. Orellana	Los Guayabitos, parroquia Puerto Ayora, cantón Santa Cruz, prov. Galápagos	Barrio Santa Teresita, Cantón Bucay, provincia de Guayas	Sitio Garrapata, parroquia Ricaute, cantón Chone, provincia Manabí
<b>Extensión</b>	50 has	25 has	2 has	26 has
<b>Visitantes</b>	Todo público	20-45 años	Todo público	Todo público
<b>Procedencia Visitantes</b>	Turistas locales, nacionales y extranjeros	Turistas nacionales y extranjeros	Turistas locales, Nacionales y Extranjeros	Turistas locales, Nacionales y extranjeros
<b>Tiempo de funcionamiento</b>	Todo el año	Meses de verano (enero – febrero) vacaciones de invierno (julio – agosto) y fines de semana largos (3 días o más).	Sin definir	Sin definir
<b>Cultivos</b>	Cacao nacional, Café robusta, caña de azúcar, yuca, huerta (cultivo de plátano, maíz, guabas, Limón y otros frutales), Bajo sistemas agroforestales	Papaya, guineo, naranja, yuca, ciclo corto como tomate, pimiento, melón, sandía, fréjol, rábano, nabo y maíz. También se producen otras frutas como: pera noruega, guaba, guanábana, chirimoya, ciruela, cereza, mandarina, maracuyá, aguacate y caña de azúcar	Plantación de mandarinas, limones y papayas y un espacio pequeño se encuentra arboles de guabas	Cultivos de café, plátano, y de cacao criollo
<b>Silvopastoril</b>	Pasto marandú y dallis			Pasto
<b>Tipo de ganado</b>	Vacuno, porcino, avícola, piscicultura, caballar y mular	Avicultura (aves de corral)		Cabeza s de ganado vacuno
<b>Espacios productivos y turísticos</b>	Agroproductivos (agroforestal, silvopastoril y producción pecuaria) Espacios naturales (área de conservación y área natural) Infraestructura (productiva, turística y vivienda)	Área de camping y área comunal Baños y duchas Senderos guiados y autoguiados: • sendero cafetal • sendero aroma frutal • sendero ganado en acción Pozas Naturales y Tortugas Galápagos. Cafetería – Restaurante Recepción Caja Estacionamiento	Zona 1 Casa de campo (casa y cocina) Zona 2 Camping Zona 3 Área recreativa (cancha de voley e indor) Zona 4 Crianza de Animales Zona 5 Área agrícola	Casa Antigua La Posada. 8 Cabañas, 3 sencillas y 5 dobles Recepción. Comedor – Cocina Vivienda personal. Baños Duchas Estacionamientos Áreas de cultivo.
<b>Actividades en la finca</b>	Ordeño de vaca Visita de sistema silvopastoril Actividades agrícolas o culturales de producción en sistemas agroforestales Degustación de frutas amazónicas Pesca Deportiva en piscinas de la finca Visita a río Sábalo Degustación café amazónico Alimentación animales	Act 1 Camping Act 2 Área Comunal Act 3 Visita a los Cultivos (café, guineo, piña, huerto) Act 4 Producción de café y membrada artesanal Act. 5 Visita Galapaguera Act. 6 Alimentar animales domésticos	Reconocer la casa de campo y los materiales de la construcción Reconocer el área y saber de cómo está distribuido. Reconocimiento y practica de juegos como Indor futbol, Boli, juegos infantiles, y el uso de las piscinas. Reconocer los	Ordeño del ganado vacuno. Caminatas para observar la flora y fauna del lugar Elaboración de productos lácteos: queso, mantequilla, manjar de leche, entre otros. Siembra y cosecha de productos

	domésticos Cuentos y tradiciones amazónicas		diferentes criaderos de aves de corral, se podrá alimentar las	agrícolas: yuca, plátano verde, cacao, frutas
	Escuchar sonidos de insectos Demostración y explicación en viveros Visita muelle turístico Traslado a bosque primario y secundario Cabalgata Descanso en hamacas Procesamiento y degustación de chocolate amazónico Tubing en río Sábalo Avistamiento de aves Belleza paisajística		aves y guatusas o llamingos. Se reconocerá las Áreas de las plantaciones de naranja, mandarina, papaya, orito, mango y pequeños espacios de cacao, también se podrá cosechar y degustar de los mismo.	como el limón, naranja, mandarina, toronja. Elaboración de jugos naturales y dulces como mermeladas, manjar, ensalada de frutas, etc.
<b>Servicios turísticos que presta</b>	Agroturismo, Hospedaje, Alimentación	Agroturismo, Hospedaje, Alimentación	Agroturismo, Hospedaje, Alimentación	Agroturismo, Hospedaje, Alimentación
<b>Paquetes turísticos</b>	Dos días	Un día	Uno y dos días	Tres días
<b>Señalización turística</b>	Si, en base al manual del Ministerio de Turismo	Sin información	Sí	Sin información

**Fuente:** Tesis de grado

**Elaborado:** Gloria Escobar

Al comparar los diseños entre las 4 propuestas se encontró que los servicios prestados son similares, pero el trabajo del agroturismo en la finca Bella Vista tiene ventajas sobre los otros diseños. Principalmente, el diseño de la finca Bella Vista está ampliamente sistematizado sobre los espacios productivos, turísticos, espacios naturales e infraestructura, mientras en las otras propuestas sobre las actividades se construyen los espacios. Las actividades básicamente desarrolladas en la finca Bella Vista son netamente sobre la finca, en las otras propuestas tienen menos actividades sobre las fincas e incluso, Hacienda Posada, está conectada a lugares cercanos de la parroquia. En general, la propuesta realizada es netamente agroturística y se conecta con las actividades agrícolas y productos amazónicos.

También es necesario, señalar que es una propuesta de finca amazónica, que hasta el momento no se ha realizado e incorpora todos los elementos o espacios productivos que poseen las fincas en la zona norte de la Amazonía ecuatoriana. Además, presenta ventajas como la alta biodiversidad, la conservación del bosque primario y secundario, la belleza paisajística y el avistamiento de aves. Finalmente, la propuesta contempla implementar señalización turística, en base al Manual de señalización turística del Ministerio de Turismo, lo que fortalece la guía y autoguía en finca Bella Vista.

En síntesis, en el diseño está establecido dentro de las normativas turísticas nacionales, es un diseño de base productiva amazónica, especialmente agroproductiva del norte de la Amazonía ecuatoriana. Y se basa en lo que posee el finquero actualmente, solo se agrega la hostería para alojamiento y el vivero. Lo que abaliza este tipo de diseño para fincas agroturísticas en este lugar del país. Y además, se realiza múltiples actividades y tiene un itinerario turístico muy completo en función del diseño. Especialmente, si se mira que una finca se realizan actividades, que en algunos lugares solo se hacen en una sola finca.

Finalmente, también se discute la pertinencia del cuestionario que se levanta para analizar distintos aspectos y generar datos para determinar el diseño de la finca agroturística, es bastante amplio tiene 16 preguntas, en comparación con otros cuestionarios levantados en otras propuestas. En el trabajo de Lorena Mas se desarrollan 25 preguntas, en el otro trabajo no se hace referencia a algún cuestionario. El cuestionario estructurado y con preguntas cerradas comprende las preguntas necesarias y suficientes para establecer el diseño de la finca, alguna excepción es la pregunta sobre la fauna silvestre que no se contempla en ninguno de los estudios y que algunos encuestados señalaron contraproducente, pues el objetivo es el agroturismo y no ser un centro de protección de fauna silvestre.

De lo observado en internet, de tesis realizadas en el país, se detalla que el cuestionario es pertinente, permite crear el diseño de la finca y, especialmente, amplio si se considera que muchas tesis realizan entre 10 a 14 preguntas. En todos los cuestionarios las preguntas son estructuradas y cerradas. Además el cuestionario de preguntas permite conocer la estructura deseada del diseño de la finca, el perfil básico del clientes y sobre cómo se puede estructurar el paquete turístico.

## **7.2. Segundo Objetivo**

Elaborar plan de negocios para la finca agroturística “Bella Vista”

En este punto se discute sobre el plan de negocios y su estructura, tomando en cuenta tres propuestas de plan de negocios sobre turismo y pequeñas empresas, las cuales tienen estructura elaboradas compatibles con lo que se realiza en la tesis.

Sobre este objetivo, se plantea usar dos propuestas la proveniente del Consorcio Dominicano de Competitividad Turística de República Dominicana, que es financiado por la USAID que elabora el Manual para la Elaboración de Plan de Negocios para Empresas Eco Turísticas (2013) y Rosa Duque y Fredy Ochoa (2008) sobre Guía para la elaboración de un plan de negocios en ecoturismo.

En la primera propuesta plantea que el Plan de Negocios es:

El Plan de Negocios es una herramienta fundamental para llevar a cabo una idea. Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocios. Permite evaluar la viabilidad (económica, técnica y de financiamiento) para emprender el proyecto. Describe los criterios a considerarse en el desarrollo del producto o servicio, el análisis del mercado, los planes de marketing, operación, administración y financiero.

Las partes del plan de negocios, según esta propuesta son:

- Resumen ejecutivo
- Introducción
- Declaración de Necesidades
- Misión
- Visión
- Descripción del Negocio
- Análisis del Mercado
- Competencia
- Estrategias de marketing y ventas
- Plan de Operación
- Plan de Sostenibilidad
- Plan de Trabajo y metas
- Proyecciones Financieras

Según Duque y Ochoa (2008), el Plan de negocios es:

El plan de negocios es un instrumento que permite concretar las estrategias del negocio en términos técnicos, económicos, tecnológicos, ambientales y financieros, es una forma de pensar sobre el futuro: a dónde ir; cómo ir rápidamente, o qué hacer durante el camino para disminuir la incertidumbre y los riesgos. Este instrumento debe argumentar tanto a corto como mediano plazo los

servicios y bienes que se ofrecen, las oportunidades de mercado que poseen y cómo está dotado de recursos tangibles e intangibles que le permitan la competitividad en el mercado y la introducción de efectos diferenciadores entre competidores y aliados

Y las partes del plan de negocios son:

- Resumen ejecutivo
- Identificación del atractivo turístico y sus impactos
- Producto
- Mercados y estrategias
- Información de la empresa,
- Estados y proyecciones financieras
- Indicadores de seguimiento

La tercera propuesta, se toma del Banco de Argentina, identifica al Plan de Negocios como:

Un Plan de Negocios es, en síntesis, una simple información escrita, con palabras y números, acerca de quién es el dueño o los socios de la empresa, qué desea hacer y qué necesita para lograrlo, ya sea que se trate de su actual empresa o para un nuevo emprendimiento. Es un resumen detallado sobre su empresa, los productos y servicios que suministra, las operaciones comerciales que desarrolla, cuáles son sus planes futuros, y el financiamiento con que cuenta y el que está requiriendo para su evolución empresarial

Las partes del Plan de negocios son:

- Datos generales de la empresa
- Concepto y estrategia del negocio (misión, visión, políticas, valores, análisis FODA, estrategias competitivas)
- Plan de mercado (análisis de mercado, análisis de la demanda y oferta, proyección de la demanda y demanda insatisfecha)
- Plan de mercadeo (producto, precio, plaza y promoción)
- Estudio técnico (análisis de tamaño y localización del proyecto, capacidad de producción del proyecto, alternativas de localización óptima, estructura y diseño de la finca, proceso de actividades del itinerario)

- Estudio financiero (inversión, financiamiento, gastos e ingresos proyectados, cálculo de depreciación, remuneraciones, estado de pérdidas y ganancias, punto de equilibrio, flujo de caja, indicadores de evaluación financiera)
- Estructura organizacional (aspectos legales, organización de la empresa, gestión organizacional, estructura de la empresa)
- Aspectos Ambientales
- Impacto del Proyecto

En síntesis, las propuestas de plan de negocios tienen estructuras similares, todas buscan establecer de esta manera la factibilidad del proyecto. Para el desarrollo de nuestra propuesta se emplea una combinación de la metodología tradicional del Plan de negocios y también de los proyectos de inversión, debido a que nuestra primera temática es el diseño y esto influye sobre el plan de negocios. Es decir, se desarrolla una propuesta muy parecida a que emplea el Banco Nacional de Argentina, pero se agregan aspectos técnicos que se incluyen en los proyectos de inversión, para detallar de mejor manera las características técnicas del agroturismo. Entonces se toma el formato de plan de negocios, que es muy adaptado a nuestra realidad local y permite evaluar la situación de la finca Bella Vista.

La propuesta que se desarrolla para medir la factibilidad del plan de negocios da componentes estratégicos del mercado y de los negocios agroturísticos, pero también mide el diagnóstico empresarial, actual, de la finca Bella Vista. Después de levantar información de manera proyectada, conciliar los aspectos técnicos con el diseño, medir el mercado y saber la demanda así como la oferta necesaria para operativizar, finalmente conocer el será el futuro financiero de la propuesta agroturística a desarrollar y que estos indicadores sean fáciles de expresar y medir.

De los resultados que se obtiene el Plan de Negocios, la finca agroturística Bella Vista, es un negocio o propuesta factible en términos económicos-financieros, ambientales, organizativos, turísticos y legales. Lo que demuestra la idoneidad de usar este formato. Sin embargo, es preciso anotar que es similar y son aspectos técnicos los que se asumen de mejor manera, que lo que detalla las otras dos propuestas.

Sobre los resultados económicos, financieros y de mercado que se obtuvo de la realización del plan de negocios de la finca agroturística Bella Vista, no existen propuestas similares en la provincia. Por lo tanto, no se puede discutir, este punto comparando con propuestas locales. Pero si considera propuestas de fincas agroturísticas, como la finca Brennen está obtiene una TIR de 10,48% a 10 años y un VAN de 211.256 dólares. El VAN obtenido por la finca Bella Vista es del 26,08% y el VAN de 146.943 dólares; lo que indica que de implementarse la propuesta va a obtener rentabilidades mayores, pero esto puede ser posible debido a que en la Amazonía todavía no existen finca agroturísticas implementadas y el mercado turístico está muy abierto a este tipo de demanda de servicios turísticos.

Sin embargo, es necesario observar sobre la base de los resultados obtenidos, se cumple con los requisitos del plan de negocios y se obtiene las factibilidades para poder ejecutar la propuesta, como un emprendimiento familiar y productivo.

### **7.3. Tercer Objetivo**

Realizar plan de difusión del agroturismo en la parroquia El Dorado, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana

El Plan de Difusión del agroturismo en la parroquia El Dorado, trata sobre la difusión y promoción de los lugares turísticos. Aunque hay que señalar que existe una estrecha relación entre los planes de promoción y de marketing de turísticos con el plan de difusión. La difusión de los atractivos o sitios turísticos de la parroquia favorece desde la perspectiva de ampliar el conocimiento de la parroquia, como lugar idóneo para realizar turismo, y para fortalecer la información sobre la finca agroturística Bella Vista.

Igualmente, el plan de difusión, también es un plan de comunicación. Por eso, se da un trato a esta temática y dentro del proceso interno se extiende como: comunicación interna y de comunicación externa. Para la difusión se amplía el proceso al GAD Parroquial Rural El Dorado y, también, al GAD Municipal y GAD Provincial. Vale indicar que el turismo es una competencia concurrente, no siempre es coordinada entre los GADs, ni siquiera en las guías turísticas desarrolladas por los GADs coinciden con la información sobre los sitios o atractivos turísticos, que existen en la parroquia El Dorado y el cantón Francisco

de Orellana. Ante esa limitación el plan de difusión puede ayudar a mejorar los conocimientos y expandir la información turística de la parroquia El Dorado.

Es decir, en la propuesta se resuelve al plan de difusión, como una propuesta comunicacional sobre los atractivos turísticos de la parroquia El Dorado y de la finca agroturística Bella Vista. No es tan extenso como el plan de promoción y el plan de marketing, que se podría realizar en la parroquia. Es preferible contar con un plan comunicacional ante la falta de información de los sitios turísticos, un plan de marketing y de promoción es más extenso, y necesariamente el GAD parroquial El Dorado, no contaría con los recursos financieros y técnicos para desarrollarlo.

Y el plan de difusión es suficiente, cuando todavía no se ha desarrollado instrumentos promocionales extensos para la parroquia El Dorado, ni siquiera hay una estructura turística, menos oficina turística en el GAD de la parroquia. El plan de difusión mejora el conocimiento sobre los atractivos turísticos de la finca, así como el de los turistas. Sin embargo, este aspecto es limitado dado que lo principal es la factibilidad del diseño y funcionamiento de la finca agroturística.

Esta difusión viene acompañada de lo que realizar el GAD Municipal Francisco de Orellana, por hacer conocer los proyectos turísticos más destacados del cantón, a diferencia de otras propuestas que solo llegan a construirse como proyectos, esta tiene mayor capacidad, dada la difusión constante y permanente del Municipio de Francisco de Orellana.

## 8. CONCLUSIONES

- El diseño aplicado a la finca agroturística Bella Vista, se lo hace en función de la realidad local y de la familia campesina, desarrolla 4 instancias: agroproductivas, espacios de conservación, turística e infraestructura. Este diseño ayuda a estructurar una propuesta de itinerarios y actividades y va de acuerdo con la demanda de servicios y actividades expresadas en la encuesta estructurada y es una primera propuesta sobre el desarrollo del agroturismo en la localidad. Y el diseño tiene una amplia aplicación para la fincas del norte de la amazonía y se basa en las potencialidades de los conocimientos ancestrales, del uso de productos del bosque y de los sistemas de producción compatibles con el medio ambiente
- El plan de negocios de la finca Bella Vista es factible, en términos económicos, financieros, ambientales, organizacionales y cumple con todos los requisitos del mismo. La rentabilidad y los indicadores financieros del plan de negocios de la finca indican la sustentabilidad económica financiera, que la propuesta es rentable y da importantes réditos económicos. Los conocimientos sobre los cultivos, de los productos de la selva amazónica y el desarrollo de las actividades determinan que se puede ejecutar la propuesta.
- En el mercado local, no existen propuesta de agroturismo. La mayor parte están destinadas al ecoturismo y al turismo tradicional. Esta propuesta amplía la oferta turística local y emplea nuevos elementos dentro del servicio turístico. Pues, el turismo local solo se basa en emprendimientos turísticos de atractivos naturales y de las culturas ancestrales. Por lo tanto, la propuesta va a desarrollar el mercado del turismo local y amplía la oferta turística, así es fuente generadora de nuevos ingresos económicos.
- En la parroquia El Dorado existen atractivos turísticos importantes, incluso es la parroquia rural que más turistas y visitantes locales atrae, además de turistas nacionales y locales. Es decir, es la parroquia con mayor potencial turístico en el cantón Francisco de Orellana. Pero no existe difusión de los atractivos turísticos localizados en la parroquia, ni siquiera promoción turística dentro del Gobierno Parroquial, por ello, es importante hacer el plan de difusión.
- El plan de difusión turístico de la parroquia El Dorado, es parte de una propuesta comunicacional de la finca agroturística Bella Vista y de los atractivos

turísticos de la parroquia. Permite que los GADs coordinen entre sí y exista mayor difusión turística sobre la parroquia, además, de generar promoción turística y, por ende, mayor demanda de servicios y actividades turísticas en la parroquia.

- Finalmente, se comprueba que la implementación de la propuesta de agroturismo, bajo un diseño adaptado a la realidad local genera mayor difusión turística de la parroquia El Dorado y de la finca Bella Vista.

## 9. RECOMENDACIONES

- Al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural El Dorado debe promover el diseño de la finca agroturística en otras comunidades y sitios turísticos del cantón, pues es muy adecuado para la realidad local y promueve la conservación y el uso productivo del bosque, además de expandir los conocimientos campesinos sobre los sistemas agroforestales y silvopastoriles implementados en la región. Además de ser una nueva alternativa económica para los campesinos.
- Al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Francisco de Orellana y Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Orellana deben apoyar al turismo, entregando infraestructura básica y asegurando los servicios básicos mínimos, para que estas propuestas turísticas mejoren los servicios que entregan los turistas, y se conviertan en fuentes de desarrollo local y emprendimientos rentables de la economía popular y solidaria.
- Al Ministerio de Turismo y entes del sector turístico, deben promover al agroturismo, debido a la actual crisis que enfrenta el cantón y el país, por la caída de ingresos petroleros. El agroturismo debe convertirse en otra fuente de ingresos alternativos y que garantizan la sostenibilidad y conservación del ambiente en la Amazonía ecuatoriana.
- Al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural El Dorado establecer una comisión permanente de turismo y realizar un inventario de atractivos turísticos, servicios y actividades turísticas implementadas en la parroquia El Dorado, para que los turistas locales, nacionales y extranjeros tenga información actual y de primera mano sobre los sitios turísticos que existen en la parroquia.
- Al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural El Dorado debe implementar lo planteado en el plan de difusión, para coordinar y fortalecer el desarrollo turístico de la parroquia, y no depender del desarrollo de fuentes extractivas y contaminantes que ha generado la explotación petrolera.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

American Psychological Association (2010). *Manual de publicaciones Normas APA 6*. Editorial El Manual Moderno. Tercera edición. México D.F.

Baca Urbina, Gabriel (2010). *Evaluación de Proyectos*. Mc Graw Hill Interamericana. Sexta edición. México D.F.

Banco de la Nación Argentina. *Guía para empresarios PyMEs para elaborar un Plan de Negocios*.

Bernal Torres, César Augusto (2010). *Metodología de la Investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Ed. Pearson Educación. Tercera Edición. Colombia.

Blanco, Marvin y Riveros, Hernando. (2010). En *Desarrollo de los agronegocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe*. Conceptos, instrumentos y casos de cooperación técnica, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. San José de Costa Rica.

Bote Gómez, Venancio. Turismo en el espacio rural

Cohen, Ernesto y Martínez, Rodrigo. *Manual de Formulación, Evaluación y Monitoreo de Proyectos Sociales*. CEPAL

Consortio Dominicano de Competitividad Turística USAID (2013). *Manual para la Elaboración de Plan de Negocios para Empresas Eco Turísticas*.

Crea Business Idea (2009). *Plan de Difusión y Comunicación*. Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) NTERREG SUDOE IVB

Combariza González, Juliana Andrea. (2012). *El Turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso Municipio de La Mesa (Cundinamarca)*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia. Bogotá D.M. Colombia.

Córdoba Padilla, Marcial (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. ECOE Ediciones. Segunda edición. Bogotá.

Duque, Rosa y Ochoa, Fredy (2008). *Guía para la elaboración de un plan de negocios en ecoturismo*. Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt Universidad Externado de Colombia. Bogotá D.C. Colombia.

Ferrer Reig, Carmen (2011). *Desarrollo del Agroturismo en Andalucía: Lebrija como modelo de tradición e innovación*. Universitat Politècnica de Valencia. Valencia, España.

GAD Municipal Francisco de Orellana (2011). *Ordenanza Municipal que establece la tasa para la LUAF de los establecimientos y empresas turísticas en el cantón Francisco de Orellana*. OM-013-2011.

GAD Municipal Francisco de Orellana GADMFO (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial cantón Francisco de Orellana 2014-2019*. Francisco de Orellana, Ecuador.

GAD Parroquia Rural El Dorado (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial cantón Francisco de Orellana 2011-2020*. Francisco de Orellana, Ecuador.

Gascón, Daimés, (2013). *Guía metodológica para la integración de la actividad turística al proceso de desarrollo local en zonas rurales*. Retos Turísticos 1, Vol 2. Cuba.

Gitman, Lawrence (2007). *Principios de Administración Financiera*. 11ava Edición. PEARSON. México D.F.

González, M, (2011). *Una propuesta para desarrollar turismo rural en los municipios de Zaratecas, México: las rutas agro-culturales*. Revista Pasos 9. Mexico.

Guevara, J.E. (Editor), 2009. *La Diversidad Biocultural del Cantón Francisco de Orellana*. Unidad de Gestión Ambiental, Gobierno Municipal de Orellana. Francisco de Orellana, Ecuador.

Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, María del Pilar (2010). *Metodología de Investigación*. McGraw Hill Interamericana Editores S.A. Quinta edición. México D.F.

IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura) y PRODAR (Programa de desarrollo agroindustrial rural). (2007). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio*. Costa Rica.

Jaramillo, Gabriel, (2012). *Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible del cantón Tena, provincia de Napo*. Ecuador. Tena.

Jácome, Walter (2.005). *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión*. CUDIC Editorial Universitaria. Ibarra - Ecuador.

Kieffer, Maximine. (2014). *Análisis de las condiciones de un territorio para la integración del turismo rural comunitario: Una aproximación a la investigación*

*acción en el Bajo Balsas Michoacán.*(Tesis doctoral). UNAM, Morelia, Michoacán, México.

Kotler, Philip y Gary, Armstrong (2007). *Marketing Versión para América Latina*. PEARSON Educación. Décimo primera Edición. México D.F.

Labaroní, Gabriela (2012). *Turismo Rural en el Noroeste de la Patagonia Argentina*. Universidad Nacional de Mar de Plata. Mar de Plata, Argentina.

Mas Pérez, Lorena (2013). *Diseño de un proyecto de agroturismo para La Solana en Bélgida* (Valencia, España). Tesis de grado en Gestión Turística. Universidad Politécnica de Valencia y Universidad Politécnica Superior de Gandia.

Ministerio del Ambiente del Ecuador (2010). *Reservas de la Biosfera del Ecuador: Lugares excepcionales*. GIZ – WCS – NCI-UNESCO. Quito, Ecuador.

Ministerio del Ambiente MAE (2011). *Plan de Manejo del Parque Nacional Yasuní*. Quito, Ecuador

Ministerio de Turismo (2011) *Boletín de Estadísticas Turísticas 2006-2011*. Ecuador

Ministerio de Turismo (2014) *Boletín de Estadísticas Turísticas 2009-2013*. Ecuador

Ministerio de Turismo (2015). *Boletín de Estadísticas Turísticas 2010-2014*. Ecuador

Ministerio de Turismo (2011) *Proyecto PLANDETUR*. Ecuador.

Ministerio de Turismo (2011) *Manual de señalización turística*. Ecuador

Molina E, Sergio. (2005). *Planificación Integral del Turismo: un enfoque para Latinoamérica*. Ed. Trillas. México D.F.

Morlote, Norma y Celiseo, Rodrigo (2004). *Metodología de Investigación. Cuaderno de Trabajo*. McGraw Hill Interamericana Editores S.A. Quinta edición. México D.F.

Patri, Jacques (1999). *Agroturismo una opción innovadora para el sector rural*. FIA. Santiago de Chile.

PROECUADOR (2012). *Análisis sectorial del turismo*. Ecuador

Reglamento General a la Ley de Turismo. Decreto Ejecutivo 1186. Registro Oficial 244, del 05 de enero de 2004. Ecuador.

Reinoso, Isabel (2011). *El Agroturismo como una alternativa microempresarial en el cantón Puerto Quito, recinto Tatalá*. Universidad Andina Simón Bolívar. Quito, Ecuador.

Sapag Chain, Nassir y Sapag Chain, Reinaldo (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Mc Graw Hill Interamericana. Quinta edición. Bogotá.

Sautu, Ruth; Boniolo, Paula; Dalle, Pablo y Elbert, Rodolfo (2005). *Manual de metodología*. CLACSO. Buenos Aires. Argentina.

SENATUR (2008). Glosario de Turismo

SENPLADES (2014). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Quito Ecuador.

Sierra Bravo, Restituto (2001). *Técnicas de investigación social: Teoría y ejercicios*. Thomson Editores Paraninfo S.A. Madrid.

Xunta de Galicia. *Cómo elaborar el plan de comunicación*. Manuales prácticos de PYME.

Walsh, J. 2005. *Estudio de Impacto y Plan de Manejo Ambiental del Proyecto Fase de Perforación Exploratoria de Batata y Construcción de la Plataforma Batata Dos*. Tomo I. Quito - Ecuador

### **Netgrafía**

<http://definicion.de/ecoturismo/>

<http://www.definicionabc.com/general/ecoturismo.php#ixzz2vWJSESaC>

<http://www.definicionabc.com/general/ecoturismo.php#ixzz2vWJSESa>

<http://www.definicionabc.com/social/comunidad.php#ixzz2vWSatshZ>

[http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/medio-ambiente.php#ixzz2vWIdVs4x 6](http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/medio-ambiente.php#ixzz2vWIdVs4x6)

[http://www.definicionabc.com/medioambiente/estudiosimpactoambiental.php#ixzz2vWEN Rthh](http://www.definicionabc.com/medioambiente/estudiosimpactoambiental.php#ixzz2vWENRthh)

<http://www.definicionabc.com/general/flora.php#ixzz2vWYhv2bt>

<http://www.definicionabc.com/general/granja.php#ixzz2vWDFuZR0>

<http://www.definicionabc.com/general/hospedaje.php#ixzz2vWGpVoZI>

[http://www.definicionabc.com/medioambiente/impactoambiental.php#ixzz2vWHI hcz3](http://www.definicionabc.com/medioambiente/impactoambiental.php#ixzz2vWHIhcz3)

<http://www.definicionabc.com/general/granja.php>

<http://es.scribd.com/doc/55028057/desarrollo-socioeconomico>

<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>, . (s.f.)

<http://www.turismo20.agroturismo/932414:Topic:3466>. Hidalgo, S. Agroturismo

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>  
<https://es.slideshare.net/hmaida/marketing-turstico-11775359>. Héctor Maida.  
Publicado el 27 de febrero del 2012

MINTUR, Saludo de la Ministra De Turismo, María Isabel Salvador, Dirección Nacional de Comunicación Social, 29 de Diciembre de 2006

<http://www.manuales.com/manual-de/que-es-el-agroturismo>  
<http://sobreconceptos.com/fauna#ixzz2s5wCqlrP>  
<http://mktturisticodaniela.blogspot.com/2010/05/mercadotecnia-turistica.html>  
<http://www.prodarnet.org/profiles/blogs/granjas-turisticas>

Gagnon, Julianne, "*Cambiar el negocio de la Finca: Un Perfil del Agroturismo en la provincia de Herrera*" (2012). Independent Study Project (ISP) Collection. Paper 1320. [http://digitalcollections.sit.edu/isp\\_collection/1320](http://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/1320)

Guión para la redacción de planes de difusión y explotación de los proyectos de investigación. Recuperado en: <http://www.dicv.csic.es/pdf/ott/planes.pdf>

## **11. ANEXOS:**

### **Anexo No. 1: Proyecto de Tesis**

#### **A. TEMA**

“Diseño de la finca Agro turística “Bella Vista”, Mediante la elaboración del Plan de Negocios, para difundir el Agro turismo en la Parroquia el Dorado, Cantón Francisco de Orellana Provincia de Orellana”.

#### **B. PROBLEMÁTICA**

##### **1. Contextualización**

Actualmente se ha incrementado la cantidad de destinos turísticos en el mundo, la inversión ha crecido en este tipo de actividad económica, lo que ha provocado la creación de más puestos de trabajo, desarrollo de nueva infraestructura básica de turismo y de servicios básicos, así como el mejoramiento de las ya existentes, pero especialmente, la generación de ingresos y el conocimiento de las personas sobre otros lugares, nuevas culturas y belleza paisajística.

Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. A los destinos favoritos tradicionales de Europa y América del Norte se han ido sumando muchos otros. Adicionalmente, el país se ha convertido en nuevo destino, e incluso ciudades como Quito y Galápagos, que también es patrimonio mundial y natural, ha ganado reconocimiento mundial dentro de las prácticas turísticas y la belleza de la naturaleza.

El desarrollo del turismo en Ecuador se caracteriza por la existencia de destinos consolidados e incluso algunos de ellos saturados por su explotación no regulada, a pesar de los intentos de planificación realizados, como es el caso de Galápagos, Quito, Cuenca y la Amazonía. Las prácticas turísticas se han expandido, y las nuevas propuestas de desarrollo del turismo, de la misma manera, tales como el turismo a ciudades, turismo rural, etnoturismo, turismo de aventura, agroturismo, ecoturismo, turismo comunitario, etc.

El producto Agroturismo fue uno de los productos prioritarios y potenciales; las variedades que incluye son: haciendas, fincas y plantaciones. Dos productos

sobresalen de este análisis: “Paseo de los Sabores Cacao, Banano, Café” y “Ruta de las Flores, plantaciones de flores del Ecuador”

A finales del 2008 se realizó en la provincia de Los Ríos el “Curso de capacitación para haciendas agro turísticas”, el cual promovía la participación de propietarios de haciendas de la provincia de Los Ríos, que manifiesten su interés, brindándoles instructores que mejoren sus capacidades a través de desarrollar conceptos y criterios en torno a la actividad turística, a su vez buscaba generar experticias en los propietarios de haciendas para promover la actividad turística en la provincia a través de la generación de rutas turísticas, y finalmente estructurar paquetes turísticos para dinamizar la economía local en torno a rutas agro turísticas.

El cantón Francisco de Orellana ha logrado la Certificación como Destino de Vida, apoyado por el Ministerio de Turismo, tiene la difusión y promoción de la marca turística Coca Vívelo, y en el ámbito nacional se la impulsa a la ciudad de Puerto Francisco de Orellana, como la puerta al Yasuní. Y continúa con un proceso de mejora continua para todos los servicios turísticos y en cada unidad turística en funcionamiento y que es parte del catastro. A lo que se añade, que cuenta con mayor infraestructura turística, mayor oferta de lugares turísticos y la existencia de diversas culturas autóctonas, toda la riqueza natural y alta diversidad en flora y fauna que ofrece la Amazonía ecuatoriana.

Por lo tanto, la implementación de una finca Agro turística en la parroquia El Dorado contribuirá al desarrollo del turismo sostenible a nivel local y nacional, tal como lo propone el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. Por lo tanto dentro del cantón no existen fincas que se dediquen al agro turismo, ya tendrá una buena acogida por los turistas.

El sector agropecuario ecuatoriano constituye al PIB en un porcentaje del 16.5% en forma directa, porcentaje que es mayor que el del sector manufacturero, de servicios gubernamentales y el petróleo, mientras que el turismo aporta con el 8% al PIB. Si se unifican las ramas turismo y agro, esto equivaldría a la cuarta parte de la economía nacional. Por tal razón, la agricultura y el turismo al ser adecuadamente explotados se constituirán en las fuentes de recursos para el Ecuador en el futuro. El desarrollo turístico en el país se ha venido consolidando,

y en el año 2012 (SENPLADES, 2013) el turismo equivale al 57,1% del ingreso de turismo sobre las exportaciones totales por servicios.

## **2. Situación problemática del objeto de investigación**

La parroquia El Dorado no dispone de un Plan de Negocios para fortalecer y elaborar estrategias de desarrollo turístico; sin embargo, hay una constante llegada de turistas locales, nacionales y extranjeros hacia algunos atractivos turísticos de la parroquia. Ante la ausencia del plan de negocios, se carece de instrumentos y herramientas técnicas para fomentar el turismo nacional e internacional en la parroquia, con lo que se fortalecería la economía local y de propiciar un desarrollo sustentable. Por lo indicado es necesario efectuar una investigación de mercado para proponer el plan de Negocios de la Parroquia el Dorado (PLANDETUR 2020).

De esta manera, el problema fundamental consiste en la carencia de productos turísticos de calidad que relaciona los atractivos, las facilidades y accesos, que permitan la oferta y promoción adecuada, enfocada al desarrollo de la economía local con el fomento de nuevas plazas de trabajo. Dentro de un proceso de desarrollo sustentable local y de conservación del patrimonio cultural y natural.

Una de las actividades turísticas promisorias a implementar es el agroturismo, que se define (Ministerio de Turismo, 2011) como: una actividad turística que ofrece al visitante la posibilidad de conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios. La propuesta de difusión del agroturismo en la parroquia El Dorado, se complementa desde la creación de servicios agro turísticos y la satisfacción de las necesidades de los turistas, como parte del turismo rural de aprovechar opciones naturales de distracción, visitar el campo y establecer contacto con la naturaleza, disfrutar del conocimiento cultural agropecuario y de la belleza paisajística de la Amazonía ecuatoriana.

En las palabras de la Ministra de Turismo del Ecuador (MINTUR,2006), María Salvador:

“El Ecuador necesita desarrollo turístico sostenible que cuide nuestra riqueza histórico-cultural, el medio ambiente, las comunidades y reactive la economía. Por

ello, en el Ministerio de Turismo trabajamos elaborando el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible con visión al año 2020.”

El país ha dado cambios políticos importantes, uno de ellos, es el cambio de matriz productiva el uso de recursos naturales de manera sostenible. Igualmente, se ha abierto la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria, para favorecer el desarrollo y control de empresas asociativas comunitarias y unidades productivas familiares. Por tanto, es necesario promover emprendimientos productivos que se enfoquen en este tipo de producción de la economía popular y solidaria.

El turismo, está en el COOTAD reconocida como una competencia concurrente para todos los niveles de gobierno, y específicamente para los gobiernos autónomos descentralizados. Pero los mismos, tienen más que intervenir en emprendimientos asociativos y en empresas o sociedades comunitarias. Pero sobre los emprendimientos personales y familiares productivos, es una tarea más del emprendedor o de quien propone la actividad.

Es menester, desarrollar diseños de fincas agro turísticas, para motivar la realización de la actividad turística en la localidad, configurar las prácticas culturales agrícolas y pecuarias, con el entretenimiento de la población de turistas locales, nacionales y extranjeros. Y recopilar información sobre las prácticas culturales productivas, pues, el agricultor por el emprendimiento turístico, no deja de ser agricultor, sino hace que los conocimientos culturales ancestrales y nuevos, además compatibles con el medio ambiente, sean conocidos por las personas. Pues, la agricultura moderna y de uso de químicos es la que más se difundido sobre la agricultura del pequeño productor, limitada más a saberes culturales y compatible con el medio ambiente. Es una clara limitación en la provincia y el cantón no contar con diseños agro turísticos ni con información sobre prácticas culturas de siembra, cosecha, poscosecha y transformación del producto, que realizan los campesinos de la Amazonía ecuatoriana.

### **3. Problema de investigación**

¿El diseño la finca Agro turística “Bella Vista”, mediante la elaboración del plan de negocios, incidirá para difundir el agro turismo en la parroquia El Dorado, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana?

#### **4. Preguntas significativas**

Las preguntas que se detallan a continuación son una ayuda importante para el análisis de la investigación:

- ¿Qué tipo de diseño turístico y productivo se logrará en la finca agro turística “Bella Vista”?
- ¿Pará qué aplicar un plan de negocios agro turístico en la finca “Bella Vista”?
- ¿Por qué difundir el agro turismo en la parroquia El Dorado, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana?

#### **5 Delimitación de la investigación**

**Temporal.** El proyecto de investigación se realizará durante el año 2016.

**En lo que al espacio se refiere.-** El Proyecto de realizará en la Parroquia El Dorado, Cantón Francisco de Orellana, Provincia de Orellana, Amazonía ecuatoriana.

**Las unidades de observación.-** Las unidades de observación a ser tomadas en cuenta están: Ministerio de Turismo MINTUR, GAD Provincial de Orellana GADPO, GAD Municipal Francisco de Orellana GADMFO, GAD Parroquial Rural El Dorado, Turistas Nacionales, Turistas Extranjeros.

#### **C. JUSTIFICACIÓN**

En la parroquia El Dorado la mayor parte de la población se dedica a la producción agropecuaria y forestal, el trabajo en empresas petroleras es la segunda fuente de ingresos en las familias y la migración en los jóvenes es permanente y hay pocas alternativas laborales en la economía no agrícola en el sector rural. La explotación petrolera que provoca daños permanentes a la naturaleza y el aprovechamiento de otros recursos naturales se lo realiza de manera extractiva en el cantón y provincia. Por tanto, hay que buscar alternativas económicas que promuevan el desarrollo sustentable y en armonía con la naturaleza como el agroturismo.

La parroquia El Dorado cuenta con los atractivos turísticos más visitados, de las parroquias rurales del cantón Francisco de Orellana, además de una belleza paisajística. Los cuales no son aprovechados para producir ingresos económicos, fomentar el desarrollo local y promover el desarrollo sostenible. Por tanto, se

propone aprovechar las actividades productivas de las personas, la belleza del paisaje, el conocimiento de la naturaleza, con la creación de una finca agro turística, que complemente los servicios Agro turísticos en la localidad.

Los GAD de los diferentes niveles de gobierno han intervenido en la difusión, promoción y financiamiento del turismo comunitario y a áreas protegidas, como el Parque Nacional Yasuní y el Parque Nacional Sumaco. Pero son propuestas muy similares y que compiten entre sí, las actividades turísticas que realizan no son complementarias y no se han establecido diseños, sino el financiamiento de infraestructura turística comunal. Por ello, se plantea establecer un diseño agro turístico en la finca “Bella Vista” y que esta actividad complemente al turismo comunitario, al Zoológico Municipal COCAZOO, a los balnearios radicados en la parroquia, y que se transmute en turismo familiar, de educación y formación en la producción agropecuaria desde alternativas sostenibles y adecuadas al medio ambiente.

En lo que corresponde a lo institucional la Universidad Nacional de Loja, tiene como finalidad formar profesionales de Turismo, con conocimientos científicos y talento humano de calidad, que consolide la potencialización de una de las actividades que genera desarrollo, de los actores involucrados, y contribuyen al desarrollo turístico y sustentable; y permite aplicar y afianzar los conocimientos adquiridos en el desarrollo académico.

La investigación planteada, como tema de tesis está enmarcada a lo dispuesto en el Reglamento de Régimen Académico del Sistema Nacional de Educación Superior, en el nivel de formación profesional, como requisito para la graduación en la carrera de Ingeniera en Administración Turística. Misma que permite poner en práctica los conocimientos y experiencia adquirida durante nuestra formación profesional, planteando una solución viable a una realidad problemática en el cantón Francisco de Orellana y la parroquia El Dorado.

## **D. OBJETIVOS.**

### **1. Objetivo General.**

Diseñar la finca Agro turística “Bella Vista” mediante la elaboración de un plan de negocios, para difundir el agroturismo, en la parroquia El Dorado, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana.

## **2. Objetivos Específicos.**

- Diseñar la finca Agro turística “Bella Vista”, en la Parroquia El Dorado.
- Elaborar plan de negocios para la finca Agro turística “Bella Vista”.
- Realizar plan de difusión del Agroturismo en la Parroquia El Dorado, Cantón Francisco de Orellana, Provincia de Orellana.

## **3. Objetivo Alternativo**

Elaborar el plan de Marketing para la difusión del Agro turismo en la parroquia El Dorado, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana.

## **E. MARCO TEÓRICO**

### **1 Marco Referencial y Desarrollo Conceptual de las Categorías**

#### **1.1 Agroturismo**

El agroturismo<sup>1</sup> puede ser considerado como un segmento incluido en el turismo rural, una modalidad de turismo en áreas rurales que incluye el alojamiento, la alimentación y actividades agropecuarias que ofrecen al turista productos naturales locales para su alimentación.

##### **1.1.1 Características del agroturismo.**

- a. Se pone en valor "lo auténtico", que es lo que este tipo de turista desea consumir, es decir se muestra la historia, la cultura y costumbres de una comarca o zona en cuestión.
- b. Se ofrece trato personalizado y familiar en ambientes poco mecanizados.
- c. Se logran formar empresas familiares con este desarrollo, y esto trae aparejado la disminución de la emigración a los grandes centros poblados fundamentalmente de la gente joven.
- d. La actividad turística convive con las actividades tradicionales del campo

##### **1.1.2 Actividades del Agroturismo**

Para este tipo de actividades se cuenta con personal para atender a los viajeros, tanto en la prestación de servicios de alimentación y alojamiento, como en sus actividades programadas. En ambos casos, es la misma familia propietaria del

establecimiento la que se dedica a esto, acompañados en algunos casos, por algún colaborador externo.

Algunas de las actividades que se pueden desarrollar en estos establecimientos son:

Las propias de la actividad del establecimiento, cabalgatas, safaris fotográficos, excursiones náuticas, pesca, caza, avistaje de flora y fauna, trekking, mountain bike, elaboración de productos regionales y observación de aves entre otras. En cuanto a las actividades propias del establecimiento (cosecha de frutos, rodeo de ganado, actividades de granja, etc.), el turista puede jugar dos tipos de papeles:

- a) En forma pasiva se limita a observar como otros realizan las tareas;
- b) En forma activa participa de estas actividades asistidos por personal capacitado.

Estas tareas están preparadas en forma especial para que las realicen los visitantes, ya que no hay que olvidarse que los mismos visitan estos sitios no para trabajar, sino para divertirse.

### **1.1.3 Agroturismo, como actividad de servicios agro productivas**

Agroturismo podría entenderse también como el conjunto de actividades organizadas específicamente por agricultores en complemento de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen servicios por los cuales se cobra. Consiste en preparar un sector agrícola o ganadero, para ofrecer tours a los turistas.

El tour incluye, además de las explicaciones sobre el proceso de producción y comercialización una degustación al final del mismo, lo mismo que la venta de productos. También puede ofertar una gran diversidad de servicios dentro de sus instalaciones y otro tipo de servicios de recreación sana y respetuosa del medio ambiente.

### **1.1.4 Agroturismo en el Ecuador**

En el año 2003 el Ministerio de Turismo solicitó a la Organización Mundial de Turismo (OMT) una misión para definir el Programa de Turismo Rural en el Ecuador, la misma que se llevó a cabo entre el 5 y 22 de diciembre de aquel año, a cargo del consultor de la OMT, Lic. Federico Wyss, quien entregó un informe denominado “Bases para el desarrollo del turismo rural en Ecuador”, el mismo

que recoge un profundo análisis situacional y además establece unos pasos a seguir.

Tanto en el PLANDETUR como en el informe de Federico Wyss, se pone de manifiesto el potencial uso de fincas, haciendas y plantaciones como recurso turístico, muy análogos en concepto a los parques temáticos, por su aspecto agrícola y cultural, valor educacional, potencial recreativo y aportes científicos.

Como parte del desarrollo del Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible para el Ecuador al año 2020 (PLANDETUR 2020), en su diagnóstico de [Ecuador] país se realizó una consultoría de productos, que fue analizada y validada por un grupo de especialistas llamado Grupo de trabajo de mercadeo. Este estudio identificó 11 líneas de productos y sus variedades específicas para el Ecuador. El producto Agroturismo fue uno de los productos prioritarios y potenciales; las variedades que incluye son: haciendas, fincas y plantaciones. Dos productos sobresalen de este análisis: “Paseo de los Sabores Cacao, Banano, Café” y “Ruta de las Flores, plantaciones de flores del Ecuador”

A finales del 2008 se realizó en la provincia de Los Ríos el “Curso de capacitación para haciendas agro turísticas”, el cual promovía la participación de propietarios de haciendas de la provincia de Los Ríos, que manifiesten su interés, brindándoles instructores que mejoren sus capacidades a través de desarrollar conceptos y criterios en torno a la actividad turística, a su vez buscaba generar experticias en los propietarios de haciendas para promover la actividad turística en la provincia a través de la generación de rutas turísticas, y finalmente estructurar paquetes turísticos para dinamizar la economía local en torno a rutas agro turísticas.

Según cita el informe final del PLANDETUR, se tiene una visión de fortalecer al agroturismo, especialmente en las dos provincias propuestas en esta consultoría, la Provincia del Guayas y la Provincia de los Ríos pero además se incluye la provincia de El Oro, esta última será abordada en una segunda fase, posteriormente.

“En cuanto a los corredores que unen los destinos de sierra con los de costa, el tramo Quevedo-Balzar-Daule actualmente no representa un corredor turístico propiamente, aunque sí es un corredor potencial para desarrollarse en el futuro,

con el aprovechamiento de agroturismo alrededor de una vía bananera.” (PLANDETUR, informe final)

“Se fortalecerá e impulsará las rutas diseñadas, como la Ruta del Cacao, la Ruta del Café, la Ruta del Banano, la Ruta de las Flores, como las prioritarias para su correcta implementación. Panorama favorable para que los agricultores vendan sus productos a los visitantes.” (PLANDETUR, informe final)

En el año 2009, el Ministerio de Turismo desarrolló la consultoría “Conformación de una Red de Agroturismo en las provincias de Guayas y Los Ríos” que procuraba identificar la oferta de agroturismo, consolidarla y generar un proceso de comercialización. El estudio evidenció que la cadena de valor en el producto agroturismo está fragmentada y en algunos casos es inexistente, por ello se hace necesario reforzar aspectos que procuren dinamizar la creación de la misma.

El citado estudio también indica que “la correcta implementación de la Red de Agroturismo, dará lugar al encadenamiento productivo, la Asociatividad entre productores y la diversificación económica de las haciendas, al generar beneficios económicos no sólo a los propietarios, sino también a los trabajadores y comunidades aledañas, al generar fuentes de empleo e ingresos, y al impulsar proyectos agro turísticos viables de iniciativas locales. Puede generar también beneficios indirectos como educación y mejoramiento de la infraestructura pública.”(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009).

A finales del año 2011, el Ministerio de Turismo elabora la “Estrategia nacional para el desarrollo y consolidación del agroturismo”, como resultado de un proceso de trabajo que tuvo como fases la estructuración del producto turístico aplicable a la realidad del país, el análisis diagnóstico del territorio nacional para identificar potenciales espacios geográficos donde poner en marcha el producto seleccionado, la formulación de la estrategia, su programación y un modelo de gestión para operarla.

#### **1.1.5 Diseño de finca agro turística**

Inicialmente, se empieza definiendo lo que es finca<sup>2</sup>: El nombre de finca es el que se aplica a un determinado tipo de establecimiento que tiene lugar en el ámbito rural y que se dedica a la producción de algún tipo de elemento agrícola o ganadero. Las fincas suelen ser establecimientos ubicados en terrenos más bien

amplios, con un centro habitable, grandes extensiones de tierra y otros establecimientos relacionados con la producción como tambos, molinos, silos, etc. Cuando hablamos de finca estamos haciendo referencia a un tipo de propiedad que en la mayoría de los casos tiene que ver con la producción agrícola-ganadera. El nombre es común sobre todo en España y en algunos países de Latinoamérica como Argentina o Uruguay, pero no en todos ya que cada país tiene un nombre diferenciado para este tipo de establecimientos. Una de las características principales de la finca es que es un terreno claramente delimitado, buscándose establecer así la propiedad privada que una persona o un grupo de personas puede tener sobre ese terreno. La limitación que esa propiedad tenga puede ser visible o no, es decir, figurar oficialmente en los títulos de propiedad

La finca Agro turística Bella Vista, cuenta con los siguientes espacios y diseña en función de las siguientes actividades productivas:

**Cuadro N° 1 Espacios Productivos y Turísticos**

FINCA “ BELLA VISTA”	ESPACIOS PRODUCTIVOS Y TURÍSTICOS	ACTIVIDADES
Agro productivos	Agroforestal	Cultivo de cacao
		Cultivo de café
		Cultivo de caña
		Cultivo de yuca
		Huerta (cultivo de plátano, maíz, guabas, limón y otros frutales)
	Silvopastoril	Pastos
	Producción pecuaria	Ganado bovino
		Ganado menor (cerdos, gallinas, patos, pavos, gansos)
		Acuicultura-pesca deportiva (tilapia, cachama y bocachico)
Espacios naturales	Áreas de conservación	Bosque primario
		Bosque secundario
	Area natural	Río Sábalo
Infraestructura	Productiva	Vivero de plantas maderables, no maderables y Ornamentales
		Corrales y chancheras
		Piscinas
	Turística	Hostería
		Senderos
		Mirador
	Vivienda	Casa Campestre

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

En síntesis, el diseño elaborado tiene los siguientes logros:

- Distribución de las áreas productivas, naturales, turística e infraestructura
- Diseño agro turístico de la finca
- Orienta el negocio de productivo a una nueva actividad, como es el agroturismo.
- Aprovechamiento de los conocimientos culturales de los productores
- Combina áreas de conservación con áreas protegidas.
- Se establecen actividades productivas que realizarán los turistas en la finca.

### **1.1.6 Planificación**

Se define a la planificación turística<sup>3</sup> como un instrumento que busca definir las condiciones generales de desarrollo turístico de un territorio en un plazo de tiempo amplio. Entre las muchas definiciones que podemos encontrar de planificación turística, destacaremos dos:

- Para Getz, la planificación turística es el proceso que se basa en la investigación y la evaluación, y que busca optimizar la potencial contribución del turista al bienestar humano y a la calidad ambiental.
- Para Inskeep, planificar es organizar el futuro para alcanzar determinados objetivos.

En ambas definiciones está implícita tanto la evaluación, como la previsión futura de la actividad. La planificación turística establece el modelo de desarrollo a largo plazo que los agentes involucrados en la actividad (sector privado, sector público y sector voluntario) desean para el territorio, destacando:

- Los factores de la oferta y de la demanda.
- Los elementos físicos, como los recursos naturales, y los institucionales, como los fondos públicos destinados al sector.

Así, una idea que debe estar presente en la planificación es que el turismo debe verse como un sistema interrelacionado de factores de demanda y de oferta:

1) Factores de demanda: Mercados turísticos internacionales, Mercados turísticos nacionales y el Uso por los residentes de las atracciones y servicios turísticos.

2) Factores de oferta: Atracciones y actividades, Alojamiento, Otros servicios y facilidades turísticas, Transporte, Otras infraestructuras y Elementos institucionales

Como sistema interrelacionado, es importante que la planificación intente integrar el desarrollo de todas las partes del sistema, tanto de oferta como de demanda, así como los factores físicos e institucionales.

A partir de aquí, podemos destacar dos aproximaciones principales a la planificación:

- Planificación turística integral: donde se integran todos los elementos del sistema turístico con la finalidad de planificar el desarrollo turístico, tal y como acabamos de comentar.

- Planificación estratégica: más centrada en la identificación y resolución inmediata de los problemas y objetivos propuestos. Estaría orientada, pues, hacia las situaciones futuras cambiantes, así como sus implicaciones organizativas, es decir, a los sucesos inesperados y su resolución.

A pesar de la distinción anterior, cabe la posibilidad de desarrollar la planificación estratégica dentro del marco y orientación propuesta por la planificación turística integral.

Por otro lado, no debemos olvidar que esta actuación integrada entre las diferentes partes no hace del plan algo cerrado. Al contrario, la planificación turística ha de concebirse como un proceso continuo y flexible que permita la adaptación a aquellas circunstancias que son cambiantes.

La planificación turística puede desarrollarse en varias direcciones, abarcando aspectos como:

- Planificar el desarrollo económico
- Planificar usos del suelo
- Planificar las infraestructuras
- Planificar los servicios sociales
- Planificar la seguridad

Los objetivos o fines de la planificación turística han sido recopilados en varios estudios realizados por la Organización Mundial del Turismo. Destacamos, a continuación, los más importantes:

- Establecer los objetivos del desarrollo turístico y las políticas para alcanzarlos. Estos objetivos no son sólo turísticos, sino que engloban también otros diversos, como pueden ser los económicos, ambientales o sociales.
- Garantizar la conservación presente y futura de los recursos turísticos, destacando especialmente los recursos naturales que no son renovables.
- Integrar los objetivos del turismo con las restantes políticas de desarrollo socioeconómico, y favorecer las relaciones del turismo con otros sectores de la economía.
- Ofrecer una información veraz y útil a la toma de decisiones públicas y privadas.
- Coordinar todos los elementos que forman parte del sector turístico con la finalidad de alcanzar objetivos económicos y sociales más rentables.
- Optimizar los beneficios económicos, ambientales y sociales del turismo, favoreciendo una justa distribución social de los beneficios.
- Favorecer la coordinación efectiva del sector público y del sector privado. De esta manera, se podrá potenciar zonas con un amplio potencial turístico pero que, por motivos políticos, en la actualidad están fuera de las grandes rutas turísticas.
- Facilitar el marco institucional para el desarrollo de la planificación y la gestión turística permanente.
- Generar una evaluación continua de la gestión turística mediante la revisión de los planes de desarrollo turístico

### **1.1.7 Niveles de Planificación Turística**

Los niveles de planificación turística, son:

- **La planificación económica del turismo:** En forma tentativa, podemos decir que es el proceso mediante el cual se analiza la actividad turística dentro de un ámbito determinado, describiendo su desarrollo histórico, previendo su desenvolvimiento natural y estableciendo conscientemente para su futuro un modelo integral de comportamiento a través de la fijación de objetivos, metas e instrumentos claros y alcanzables, a fin de promover, coordinar y dirigir su

desarrollo en absoluta integración con el proceso de la economía a la que pertenece y está integrada.

- **La planificación física del turismo:** Es la ordenación, dirección y control de las actividades turísticas en el territorio, a través de los medios físicos que las hacen posibles y la adecuación del espacio donde se desarrollan. Este nivel de la planificación turística incluye, por lo tanto, la organización de los atractivos, el espacio y la planta turística.

### **1.1.8 Productos de la Planificación Turística**

Los productos de la planificación turística están limitados por diferentes niveles, ámbitos y destinos preestablecidos. Los principales productos son los planes nacionales de turismo, siguiendo en orden de importancia los planes regionales de turismo, los planes estatales o provinciales de turismo, los planes locales de turismo (donde se incluyen los urbanos), los programas de desarrollo turístico y los proyectos turísticos.

### **1.1.9 Promoción Turística**

La idea de promoción turística, por lo tanto, hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística. En concreto, hay que establecer que todo proyecto de promoción turística puede abarcar una gran variedad de objetivos. No obstante, entre los más habituales están los siguientes:

- Fomentar lo que sería la promoción y atractivo turístico de un lugar.
- Aumentar y dar a conocer la oferta que existe para el turista.
- Captar eventos de cierta relevancia para la zona.
- Incentivar la implicación de todos los profesionales relacionados con el turismo para impulsar el mismo y atraer a mayor número de visitantes.

Para poder conseguir todos esos fines y otros muchos más se puede recurrir a un sinnúmero de herramientas de promoción turística. No obstante, entre todas ellas destacan las siguientes: jornadas, ferias, congresos, visitas de interés turístico, fiestas, eventos, congresos, ruta, etc. Además de todo lo expuesto, tendríamos que subrayar que cuando se habla de promoción turística hay que tener en cuenta que

existen diversos aspectos y elementos que le dan forma y que son necesarios para que pueda cumplir sus objetivos. En concreto, nos estamos refiriendo al turismo como elemento intangible, a los consumidores o turistas, a las agencias de viajes, la estrategia o la comunicación, que puede ser interna, externa o de boca en boca.

Se habla de campaña de promoción turística para señalar a las actividades y emprendimientos que se llevan a cabo con la intención de que los potenciales viajeros conozcan los atractivos de un destino y se decidan a planificar una visita. Estas campañas intentan divulgar los atractivos naturales, históricos, culturales, etc. del destino.

#### **1.1.10 Plan de Difusión turístico**

El Plan de Difusión (MINCETUR) se define como: Se entiende como plan de difusión la forma como una institución, conjuntamente con diversas entidades públicas y/o privadas o en forma individual, logra a través de diversos medios, materiales y dinámicas, sus objetivos para influenciar en el comportamiento de su población objetivo y recibir el apoyo de la sociedad en su conjunto.

Este Plan de Comunicación y Difusión está compuesto por los siguientes elementos:

- Objetivos y grupos destinatarios.
- Estrategia y contenido de las medidas de publicidad
- Presupuesto indicativo de aplicación de las medidas previstas.
- Indicación de los resultados esperados de las medidas de publicidad y difusión.
- Requerimientos formales y obligaciones legales.

En los planes de difusión, hay que establecer el siguiente tipo de comunicación:

1. Comunicación Interna: Entre los socios del proyecto. Incluye la difusión de los informes de evaluación intermedia y final del proyecto.
2. Comunicación Externa: Con los destinatarios directos y los potenciales beneficiarios de los resultados del proyecto.
3. Difusión General: Se informará a los stakeholder políticos y a la sociedad en general a través de la publicación en prensa de información relativa al proyecto.

A continuación, se incluye una lista no exhaustiva de los mecanismos de difusión<sup>4</sup> posibles en general, para que cada grupo seleccione los que sean pertinentes en su ámbito de trabajo:

- Publicación en revistas científicas
- Contribuciones a congresos científicos.
- Actividades de formación (reglada, no reglada, para un sector o grupo de empresas...)
- Participación en foros o congresos profesionales
- Participación en actividades paralelas de ferias nacionales o internacionales de tipo profesional o de nuevas tecnologías.
- Publicación en revistas empresariales, profesionales o sectoriales (especificar)
- Elaboración de normas o reglamentaciones
- Elaboración de metodologías
- Divulgación al público: notas de prensa y folletos explicativos del proyecto
- Elaboración y difusión de ofertas o catálogo de presentación del producto/proceso/ servicio
- Acuerdos previos con empresas o entidades públicas y privadas (asociaciones empresariales, centros tecnológicos, Agencias de Desarrollo Regional, etc.) para la difusión y divulgación de resultados, metodologías, etc.
- Difusión en la Web.
- Jornadas de demostración, etc.

#### **1.1.11 Marketing Turístico**

Es el conjunto de actividades que adelantan las organizaciones turísticas públicas y privadas para crear, mantener e incrementar las relaciones con los visitantes mediante productos y servicios turísticos competitivos y de calidad, de tal manera que genere una preferencia del turista y beneficios para todas las partes participantes en el proceso.

---

<sup>4</sup><http://www.dicv.csic.es/pdf/ott/planes.pdf>

El Marketing turístico puede definirse como una actividad humana que adapta de forma sistemática y coordinada las política de las empresas turísticas privadas o estatales en el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades y los deseos de determinados grupos de consumidores y lograr el adecuado beneficio a través de la facilitación de la comercialización de bienes y servicios turísticos.

### 1.1.12 Marketing Mix Turístico

En el siguiente cuadro se describe el marketing mix turístico:

**Cuadro N° 2 Marketing mix turístico**

PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN
Surtido	Lista de precio	Localización	Publicidad
Calidad	Descuento	Canales de distribución	Promoción de ventas
Características	Condiciones de pago	Franquicias	Ventas personal
Marcas	Bonificaciones	Time Sharing	Relaciones publicas
Garantías			Ferias turísticas
Servicio Post			Workshop

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

### 1.2 Plan de Negocios

Se emplea la definición del Banco de Nación Argentino, sobre Plan de Negocios:

Un Plan de Negocios es, en síntesis, una simple información escrita, con palabras y números, acerca de quién es el dueño o los socios de la empresa, qué desea hacer y qué necesita para lograrlo, ya sea que se trate de su actual empresa o para un nuevo emprendimiento. Es un resumen detallado sobre su empresa, los productos y servicios que suministra, las operaciones comerciales que desarrolla, cuáles son sus planes futuros, y el financiamiento con que cuenta y el que está requiriendo para su evolución empresaria.

Un Plan de Negocios es un documento que describe el desarrollo futuro de un emprendimiento, y que muestra que el mismo es factible. Un Plan de Negocios contiene:

- una breve memoria de su empresa
- quién/quienes llevarán adelante el proyecto,

- el concepto del proyecto o de la empresa,
- sus objetivos,
- los recursos financieros y humanos que requerirá el negocio,
- cómo serán obtenidos esos recursos,
- por qué la empresa tendrá éxito, y
- en qué tiempo y cómo piensa que puede repagar los fondos que solicita.

### **1.2.1 Partes del Plan de Negocios**

#### **a. Oferta**

Nassir y Reinaldo Sapag en el texto *Preparación y Evaluación de Proyecto* (2008) propone que la oferta es: El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios. Obviamente, el comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores; un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento en el precio, mayor será cantidad ofrecida.

Cohen y Martínez en el *Manual de Proyectos* determinan, que el estudio de la oferta debe:

- Identificar los agentes que la generan (sector privado, Estado, proyectos sociales de otras organizaciones, ONGs, etc.)
- Seleccionar las variables que determinan el tamaño de la oferta (precio de los bienes complementarios y sustitutos),
- Calcular los efectos que tendría la realización del proyecto sobre la oferta de los demás agentes (¿incidirá en los precios de productos sustitutos y/o complementarios?, ¿disminuirá su oferta?, etc.).

Marcial Córdoba (2011) en el texto de *Formulación y Evaluación de Proyectos* da una definición más amplia de la oferta: Según Kloter (2010), “la oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante”.

- **Oferta Turística** La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinado precios. Para la oferta turística existen dos tipos, uno de ellos es la oferta turística básica que está compuesta por aquellos bienes y servicios de carácter exclusivamente turísticos, como lo son las agencias de viajes, alojamientos, transportes, etc.

## **b. Demanda**

Marcial Córdoba (2011) en el texto de Formulación y Evaluación de Proyectos define a la demanda como: la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

- **Análisis de la demanda**

La determinación de la demanda es uno de los puntos críticos en el estudio de viabilidad económica-financiera de un proyecto. Esta relevancia se ha demostrado a través de los resultados obtenidos en el cálculo de la rentabilidad con una marcada incertidumbre; de ahí la importancia que tiene el análisis de sensibilidad de la rentabilidad ante variaciones en los nichos de demanda.

La demanda es el elemento más importante y más complejo del mercado, integrado por necesidades sentidas, poder adquisitivo, posibilidad de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales de consumo, etc.

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias.

En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

Los bienes y servicios de lujo no son necesarios para el cliente, pero su demanda obedece a la satisfacción de un gusto, lo cual generalmente los coloca en un costo más elevado, en este caso el beneficio que deja la producción o comercialización de los mismos es proporcionalmente mucho mayor que en la producción.

- **Demanda Turística (SENATUR, 2008):** Comprende el total de personas que viaja o desea viajar para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios. Por lo tanto, está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de servicios turísticos.

#### **d. Producto**

Un producto es cualquier elemento que se puede ofrecer para el mercado para la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. El producto tiene tres aspectos básicos que es necesario tener en cuenta:

- Características del producto; ¿qué es?
- Funciones; ¿qué hace?
- Beneficios; ¿qué necesidades satisface?

Se tiene que especificar los precios de los productos a ofertar y realizar un cuadro comparativo con los precios de la competencia, lo cual lograría una visión general del comportamiento del producto en el mercado.

El campo del producto se ocupa de la creación del "producto" adecuado para el mercado meta. Lo importante que debe recordarse es que el bien o servicio debería satisfacer algunas de las necesidades de los clientes. (El adecuado para la meta).

Marcial Córdoba (2011) en el texto de Formulación y Evaluación de Proyectos define al producto como: Producto es la concretización del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas

- **Producto Turístico (SENATUR, 2008):** Se define como el conjunto de atributos físicos y psicológicos (tangibles e intangibles) que el consumidor considera que tiene un determinado bien o servicio para satisfacer sus deseos o necesidades (Iglesias, 1995:149). Es la suma de componentes tangibles e intangibles, que incluye los bienes, recursos, infraestructuras, equipamientos, servicios, ingeniería de gestión, imagen de marca y precio que el turista percibe (ESADE, 1996). Se puede sintetizar como la combinación de tres elementos básicos: los atractivos (naturales, culturales y eventos), las facilidades

(alojamiento, alimentación, recreación y otros servicios) y accesibilidad (infraestructura de transporte) (Acerenza, 1982).

#### **e. Plaza**

Kotler, Philip y Armstrong, Gary, Marketing, Décimo primera Edición (2007), dice: “Plaza conocida como posición o distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta”.

Plaza (lugar): se refiere a la ubicación del negocio y la forma en que se distribuye el producto a los clientes. La Plaza hace hincapié en obtener el producto "adecuado" para la Plaza del mercado meta. (Alcanzar la meta). Toda vez que el producto comprenda un bien físico, el planeamiento de la Plaza incluye decisiones sobre la distribución física.

- **Área Turística (SENATUR, 2008):** Extensión de dimensiones variables compuesta de atractivos turísticos unidos y próximos unos a otros, que además cuenta con una red de transporte que los intercomunica (Novo, 1983). Está constituida por un espacio geográfico extenso, en el que se concentran varios lugares de atracción de tipo homogéneo o complementario. Debe contar con atractivos turísticos relativamente contiguos y de categorías y jerarquías variables y comprende, generalmente, uno o varios centros urbanos de cualquier magnitud

#### **f. Promoción**

Para Kloter y Armstrong la promoción implica actividades que comunican las ventajas del producto y persuaden a los clientes meta de que lo compren.

La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan.

Se refiere a informar al mercado meta respecto del producto "adecuado". (Información y venta al cliente).

Desde una visión de proyecto Nassir y Reinaldo Sapag (2008) en el texto Preparación y Evaluación de Proyectos manifiestan: El sistema de promoción también requiere un estudio complejo que, para los fines que persigue el preparador y evaluador de proyectos, muchas veces se obvia con una cotización solicitada a una empresa especialista. En otros casos, el estudio de la promoción

debe ser realizado por el responsable del estudio de mercado. Si así es, no debe olvidarse que el objetivo es cuantificar su costo, más que definir el sistema en sí.

#### **g. Precio**

En el texto de Formulación y Evaluación de Proyectos, segunda edición, de Ecoe Editores, Marcial Córdoba (2011) determina al precio como: Al precio se lo define como “la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero que es necesario entregar para adquirir un bien” (Jáuregui, 2001).

El precio es el regulador entre la oferta y la demanda, salvo cuando existe protección (aranceles, impuestos). El estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en el estudio de mercado, ya que de la fijación del precio y de sus posibles variaciones dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer.

El precio de venta depende de:

- Elasticidad – precio de la demanda.
- Concepto de mercadotecnia de la empresa.
- Estructura del mercado en cuanto a oferta y número de consumidores.
- Fijación de precios oficiales.
- Tipo y naturaleza del mercado y sistema de distribución.
- Estructura de los costos de operación.
- Margen de rentabilidad esperado.

Nassir y Reinaldo Sapag en el texto de Preparación y Evaluación de Proyecto, quinta edición sugiere que: En este sentido, el precio o tarifa por cobrar debiera ser el que permite cubrir la totalidad de los costos de operación (fijos y variables, de administración, fabricación y ventas, tributarios, etcétera), otorgar la rentabilidad exigida sobre la inversión y recuperar la pérdida de valor de los activos por su uso.

- **Tarifa Diaria (SENATUR, 2008):** Precio por pernoctación con que el establecimiento de alojamiento turístico valoriza el servicio de alojamiento. Este puede ser por persona o por la unidad habitacional y podrá o no incluir otros servicios complementarios, lo que debe ser indicado expresamente

### 1.2.2 Estudio Técnico

Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costo de las operaciones pertinentes en esta área.

- Capacidad de planta
- Programa de producción y ventas

Según como lo propone Marcial Córdoba (2011) en el texto sobre Formulación y Evaluación de Proyectos es estudio técnico: El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio.

Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente de acuerdo a las características del producto o servicio, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de venta y precio de venta, hay necesidad de definir el producto en el estudio técnico. Este determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.

#### a. Localización

En el texto de Evaluación de Proyectos, sexta edición, de Gabriel Urbina Baca (2010) se define sobre la localización: Acerca de la *determinación de la localización óptima del proyecto*, es necesario tomar en cuenta no sólo factores cuantitativos, como los costos de transporte de materia prima y del producto terminado, sino también los factores cualitativos, tales como apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad, y otros. Recuerde que los análisis deben ser integrales, si se realizan desde un solo punto de vista conducirán a resultados poco satisfactorios

Marcial Córdoba en el texto Formulación y Evaluación de Proyectos define lo que es la localización, la importancia y los factores que la determinan: Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes; de hecho, algunas empresas sólo la toman una vez en su historia. La decisión de localización no sólo afecta a empresas de nueva creación, sino también a las que ya están funcionando.

La elección de la localización es una decisión compleja en la mayoría de los casos, tanto en sí misma como por sus interrelaciones, aunque es cierto que para algunas empresas ésta viene determinada por un factor dominante que restringe el número de alternativas. En general, la cantidad de factores y de lugares involucrados en el análisis es enorme; si ello es así para compañías de ámbito nacional, lo es mucho más para aquellas que operan a nivel internacional.

Por lo que respecta a las firmas pequeñas de nueva creación, éstas se localizan típicamente en el lugar de residencia de su fundador y comienzan a expandirse en su entorno local o regional; las decisiones, por lo general, se basan sobre todo en las preferencias y la intuición del propietario o, en todo caso, en estudios simples de carácter más bien informal. Las grandes empresas, en cambio, deben considerar muchas alternativas de localización y la decisión que se toma a través de procedimientos formalizados se fundamenta en estudios más amplios y rigurosos, cuya magnitud vendrá influida por la naturaleza y el alcance de la decisión que se ha de tomar.

#### **b. Factores que influyen en la localización**

Las alternativas de instalación de la planta deben compararse en función de las fuerzas ocasionales típicas de los proyectos. Una clasificación concentrada debe incluir por lo menos los siguientes factores globales:

- Medios y costos de transporte.
- Disponibilidad y costo de mano de obra.
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento.
- Factores ambientales.
- Cercanía del mercado.
- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Topografía de suelos.
- Estructura impositiva y legal.
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.
- Comunicaciones.
- Posibilidad de desprenderse de desechos.

### **1.2.3 Estudio Financiero**

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

#### **a) Componentes del estudio financiero:**

##### **b) Necesidades totales de capital**

Recursos monetarios necesarios para puesta en marcha y desarrollo del proyecto.

##### **c) Requerimiento total de activos**

Destino que se dará a los recursos.

##### **d) Activos fijos tangibles e intangibles**

Se desglosan detalladamente los activos que se usarán en el proyecto.

##### **e) Capital de trabajo**

Es aquel que se destinará en el proyecto el tiempo que dure este último.

##### **f) Modalidad de financiamiento**

Se indica la modalidad de la inversión, el aporte propio del promotor y el crédito solicitado.

##### **g) Fuentes de financiamiento**

Se presenta en el proyecto si el financiamiento es por endeudamiento con un ente financiero.

##### **h) Análisis de sensibilidad**

Análisis descriptivo del resultado obtenido de aumentos o disminuciones porcentuales de por lo menos las tres variables que afecten más significativamente al VAN y a la TIR.

### **1.2.4 Evaluación Financiera.**

En el texto de Evaluación de Proyectos, sexta edición, de Gabriel Urbina Baca se define a la evaluación económica financiera como: El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un

mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aún no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.

Los principales indicadores de la evaluación económica financiera son:

### **1.2.5 Valor actual neto (VAN)**

Jácome, Walter (2005), en el texto Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, define al valor actual neto de la siguiente manera: “Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma”. Matemáticamente se determina por la siguiente fórmula:

$$VAN = -\text{Inversión inicial} + \sum \text{FNC}/(1+i)^n$$

En donde

El valor de la inversión inicial siempre es negativo.

FNC = Flujo Neto Caja.

i = Tasa de descuento.

n = Tiempo de vida útil del proyecto o inversión.

El VAN que se puede obtener

$VAN > 0 \rightarrow$  VAN positivo significa que recupera la inversión inicial y tiene ganancias

$VAN = 0 \rightarrow$  el proyecto no produciría ni ganancias ni pérdidas.

$VAN < 0 \rightarrow$  VAN negativo la inversión no es rentable o es a pérdida y no logra recuperar la inversión inicial.

### **1.2.6 Tasa interna de retorno (TIR).**

Para Gitman, Lawrence J. (2007), afirma: “Es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas.”

La tasa interna de retorno en una inversión es la tasa de rendimiento requerida que da como resultado un VAN cero cuando es utilizada como una tasa de descuento.

La fórmula de la TIR es:

$$TIR = -\text{Inversión inicial} + \frac{\sum \text{FNC}}{(1+i)^n} = 0$$

$$TIR = VAN = 0$$

La Tasa interna de retorno TIR refleja lo siguiente:

TIR > 0 → TIR positivo significa que logra rentabilidad.

TIR = 0 → el proyecto no tiene rentabilidad alguna.

TIR < 0 → TIR negativo la inversión no es rentable

### 1.2.7 Punto de equilibrio

Baca Urbina Gabriel (2010), define: “es una técnica muy útil para estudiar las relaciones entre los costos variables y los ingresos, es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables”.

Según lo manifestado por el autor el punto de equilibrio nos sirve para estudiar las relaciones entre los costos variables y los ingresos, para saber el punto exacto en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables.

La fórmula del punto de equilibrio es:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{Costos Variables/Ventas})}$$

$$Pe = \frac{CFT}{1 - (CV/Vtas)}$$

De lo cual se desprende:

CFT = Costos Fijos Totales

CV = Costos Variables

Vtas = Ventas del período de análisis

Pe = Punto de equilibrio.

### 1.2.8 Identificación de Impactos (Matriz de Evaluación)

Jácome, Walter, expone que: “Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante

analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”.

De acuerdo con el concepto antes mencionado los impactos tratan de determinar lo que ha futuro puede suceder, si se pone en ejecución el proyecto, recordemos que el proyecto no se ejecuta todavía, los impactos reales se determinarán cuando el proyecto esté en funcionamiento o al cabo de un determinado de tiempo.

### **1.2.9 Entorno Político Legal**

El entorno político legal está integrado por leyes, decretos, resoluciones que corresponde a determinados políticas de Gobierno ecuatoriano, en especial a la actividad agrícola deben contar con un amplia biblioteca jurídica y técnica, ya sean estas, reglamentos, leyes, resoluciones, convenios, códigos nacionales e internacionales. Las leyes a utilizar son la que emite el Ministerio de Agricultura, que es la entidad encargada de emitir las regulaciones internas para la producción y comercialización de los productos agrícolas dentro del territorio ecuatoriano.

### **1.2.10 Aspecto ambiental**

Los impactos que provoque la puesta en funcionamiento de la propuesta serán factibles de prevenir, mitigar o remediar en cortísimo plazo y no exista repercusiones futuras que afecten al medio ambiente y/o el mejoramiento de vida en la comunidad.

**Impacto Ambiental (SENATUR, 2008):** La alteración del medio ambiente provocada directa o indirectamente por un proyecto o una actividad en un área determinada (Comisión Nacional del Medio Ambiente, 1997:2).

## **2. Planteamiento de la Hipótesis**

### **a) Hipótesis general**

Al diseñar la finca Agro turística “Bella Vista”, mediante un plan de negocios no incidirá en la difusión del agroturismo en la parroquia El Dorado, cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana.

### **b) Hipótesis específicas**

- El diseño de la finca agro turística Bella Vista no permitirá el ingreso de recursos económicos en la Parroquia el Dorado

- Al elaborar el plan de negocios no influirá en la creación de la finca Agro turística Bella Vista.
- Al Realizar la difusión del agroturismo no incidirá en la parroquia El Dorado.

### **3. Operacionalización de la Hipótesis**

#### **Hipótesis Específica uno**

Diseño de la finca Agro turística “Bella Vista”, Mediante la elaboración del Plan de Negocios.

**Cuadro N° 3 Hipótesis Específica uno**

CATEGORÍA	VARIABLES	INDICADORES	SUB INDICADORES
<b>DISEÑO DE LA FINCA AGRO TURÍSTICA “BELLA VISTA”, MEDIANTE UN PLAN DE NEGOCIOS.</b>	<b>AGROTURISMO</b>	Agroturismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Características del agroturismo</li> <li>- Actividades del agroturismo</li> <li>- Agroturismo como actividadde servicios agro productivas</li> <li>- Agroturismo en el ecuador</li> <li>- Diseño de la finca agro turística.</li> </ul>
		Planificación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación turística integral</li> <li>- Planificación estratégica</li> </ul>
		Niveles de planificación turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación económica del turismo</li> <li>- Planificación física del turismo</li> <li>- Producto de la planificación</li> </ul>
	<b>PLAN DE NEGOCIO</b>	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar los agentes que la generan</li> <li>- Seccionar las variables que determinan el tamaño de la oferta</li> <li>- Calcular los efectos que tendría la realización del proyecto.</li> </ul>
		Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de la demanda</li> <li>- Demanda turística</li> </ul>
		Producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Características del producto</li> <li>- Funciones</li> <li>- Beneficios que necesidades satisface</li> <li>- Producto turístico</li> </ul>
		Estudio Técnico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacidad de planta</li> <li>- Programa de producción y ventas</li> <li>- Localización</li> <li>- Factores que influyen la localización</li> </ul>
		Económico Financiero	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Componentes de estudio financiero</li> <li>- Evaluación financiera</li> <li>- Valor actual neto(VAN)</li> <li>- Tasa interna de retorno(TIR)</li> <li>- Punto de Equilibrio</li> <li>- Identificación de Impactos</li> <li>- Entorno Político Legal</li> <li>- Aspecto Ambiental</li> </ul>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

### **Hipótesis Específica dos**

Realizar la difusión del Agro turismo en la Parroquia el Dorado, Cantón Francisco de Orellana Provincia de Orellana.

**Cuadro N° 4** Hipótesis específica dos

CATEGORÍA	VARIABLES	INDICADORES	SUB INDICADORES
DIFUSIÓN DEL AGROTURISMO EN LA PARROQUIA DORADO.	PLANIFICACIÓN TURÍSTICA	Promoción turística	-Promocionar el atractivo turístico -Dar a conocer la oferta al turista -captar eventos de cierta relevancia para la zona.
		Plan de difusión turística	-Comunicación interna -Comunicación interna -General
	MARKETING TURÍSTICO	-Marketing mix turístico	- producto -Precio -plaza -promoción

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

## F. METODOLOGÍA

### 1. Diseño Asumido

La metodología seguida para desarrollar la investigación estará basada fundamentalmente en el uso de los siguientes métodos y técnicas que permitirá compilar, organizar y analizar la información del plan de negocios. Se considera pertinente asumir el Diseño de investigación no experimental, por cuanto el proceso se desarrollará en el sitio donde se producen los hechos y, la función del investigador consistirá en la descripción de las variables.

### 2. Métodos y Técnicas

#### a) Métodos

- **Método Científico;** Se utilizará este método como guía sistemática para la ejecución del trabajo mediante un proceso de razonamientos que permitirán no solamente describir los hechos si no también explicarlos, poniendo a prueba los instrumentos del trabajo investigativo.
- **Observación científica;** La observación científica como método consistirá en la percepción directa del objeto de investigación. La observación investigativa es

el instrumento universal del científico. La observación permite conocer la realidad mediante la percepción directa de los objetos y fenómenos, este método será de gran utilidad para el diagnóstico situacional turístico de la zona y ayudará a llegar a predecir las tendencias y desarrollo de los fenómenos, de un orden mayor de generalización.

- **Método Inductivo;** Se utilizará este método que consiste en analizar ciertos fenómenos para luego establecer relaciones del hecho con la investigación y obtener conclusiones. La aplicación de este método se basa en la observación, es decir ver y escuchar fenómenos relacionados con la investigación, a fin de obtener información objetiva, que en el presente caso se utilizará en el estudio de mercado y estudio técnico.

- **Método Deductivo;** Mediante ella se aplicará los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios. El papel de la deducción en la investigación es doble:

- a. Primero consistirá en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos. Una ley o principio puede reducirse a otra más general que la incluya. Si un cuerpo cae decimos que pesa porque es un caso particular de la gravitación.

- b. También sirve para descubrir consecuencias desconocidas, de principios conocidos.

- **Método Estadístico;** Proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones. Se utilizara para el análisis e interpretación de datos obtenidos de la realidad a través de la encuesta.

- **Bibliográfico;** Este método de trascendental importancia ya que, mediante la investigación, el análisis y la síntesis que se realizará en libros, revistas, documentos existentes en bibliotecas y en la web, me permitirá extraer conceptos que refuerzan y sostienen la temática referida en este proyecto.

#### ***b) Técnicas e instrumentos***

Procurando coherencia con los principios conceptuales que orientarán el proceso investigativo, se seleccionan las siguientes técnicas e instrumentos:

### c) Técnicas de recolección bibliográfica

**La técnica del fichaje;** que permitirá reunir toda la bibliografía posible sobre el tema objeto de investigación a través de las fuentes primarias y secundarias.

### d) Técnicas para la recolección de datos empíricos

De acuerdo a los objetivos que se pretende lograr con el proceso investigativo, se hará uso de las siguientes técnicas:

**Observación Directa;** Es la inspección que se hace directamente a un fenómeno dentro del medio en que se presenta, a fin de contemplar todos los aspectos inherentes a su comportamiento y características dentro de ese campo. Esta se utilizará para observar el comportamiento de los potenciales usuarios del servicio que se prestara con la presente investigación.

**La Encuesta;** La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

De esta manera, será necesario construir el cuestionario respectivo que incluya preguntas cerradas sobre la encuesta

Para la aplicación del cuestionario será necesario, con la autorización de las autoridades de la Parroquia, convocar a los socios, previo al inicio de la reunión en un tiempo aproximado de cuarenta y cinco (45) minutos, de respuesta sincera a las interrogantes de la encuesta.

De esta manera se logrará recuperar inmediatamente los cuestionarios aplicados y contar, así, con la mayor cantidad de información empírica; pues, el número pequeño de involucrados facilita la ubicación individual por parte del investigador para la entrega y posterior retiro del cuestionario. En este caso solamente habrá que acordar el lugar, fecha y hora para la recepción del instrumento aplicado.

Esta técnica se utilizara para determinar la aceptación y tendencia de los potenciales usuarios de finca Agro turística.

**El Fichaje;** El fichaje es una técnica auxiliar de todas las demás técnicas empleada en investigación científica; consiste en registrar los datos que se van

obteniendo en los instrumentos llamados fichas, las cuales, debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que se recopila en una investigación por lo cual constituye un valioso auxiliar en esa tarea, al ahorra mucho tiempo, espacio y dinero.

### **3. Población de la investigación**

Una vez definidas las variables a estudiar se tendrá que establecer cuál será la población a investigar. En algunos casos se trabajará con toda una población que es el conjunto formado por todos los elementos a estudiar, el cual puede llamarse conjunto completo cuando la población es pequeña y manejable para la investigación, sin embargo cuando la población es grande se utiliza la muestra que permite obtener una representación significativa de la población de investigación con un margen de error (generalmente al 5%).

**3.1 Área de influencia.-** El área de afluencia del proyecto está destinado a la parroquia El Dorado.

#### **3.2 Proyección de la población.**

Para la obtención de la muestras la proyección se la realizará de acuerdo a datos obtenidos en el censo 2010, por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, la tasa de crecimiento anual corresponde al 1.52% con una población a nivel de la parroquia El Dorado 1.639 habitantes.

Se utilizó la siguiente fórmula:

$$P_n = P_0(1+r)^n$$

Dónde:

P<sub>n</sub> es la Población esperada.

P<sub>0</sub> la población actual= 1.639 (Según INEC censo 2010)

r= 0,0152 (tasa de crecimiento anual)

n= 5 (años proyección)

$$2015 P_n = 1.639 (1+0,0152)^5$$

$$2015 P_n = 1767$$

Adicionalmente, se utiliza los datos de los turistas nacionales y extranjeros, del año 2015, que la Subdirección de Gestión y Desarrollo Turístico (GADMFO) indico:

**Cuadro N 1: Población de la Investigación**

<b>SECTOR INVESTIGATIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Turistas Nacionales	2.874
Turistas Extranjeros	843
Población del Parroquia	1767
<b>Población Total.</b>	<b>5.484</b>

Fuente: INEC, Censo 2010

Elaborado por: La Autora

### Formula tamaño de la muestra

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población (**5.484**)

### Datos para la muestra:

n = ?

Z= 1.96 = 95%

p= 0.90 o 90%

q= 1-p = 1-0.90 =0.10

E= 0.05 o 5%

N= **5.484**

Se utiliza la fórmula de la muestra para poblaciones finitas, y como se dijo se asume un error del 5% (Sierra Bravo, 2001)

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * (0.90) * (0.10) * (5484)}{(0.05)^2 * (5484-1) + (1.96)^2 * (0.90) * (0.10)}$$

$$n = 3.8416 * 0.09 * (5484)$$

$$0.0025*5483+3.8416*0.09$$

$$n = \frac{1896.06}{13.7075+0.345744}$$

$$n = \frac{1896.06}{14.053244}$$

$$n = 135$$

La cantidad de encuestas a realizar es 135 encuestas, la cuales se reparten a través de la estratificación de los turistas nacionales, internacionales y habitantes de la parroquia con sector a investigativo.

La estratificación se realizó en base al siguiente procedimiento:

f= factor de estratificación

n= muestra

N= población

$$f = \frac{n}{N}$$

$$f = \frac{135}{5.484}$$

$$f = 0.024617067$$

$$T N = 0.024617067 * 2874$$

$$T N = 70.74 \text{ encuestas}$$

$$T E = 0.024617067 * 8$$

$$43 T E = 20.75$$

encuestas

P P D=

$$0.024617067 * 1767 P P$$

$$D = 43.49 \text{ encuestas}$$

### Cuadro N° 2: Población Encuestada

CARACTERÍSTICAS	Nº ENCUESTAS	% ENCUESTAS
Turistas Nacionales (T.N)	71	53%
Turistas Extranjeros (T.E)	21	15%
Pobladores de Parroquia El Dorado (PPD)	43	32%
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La Autora

## G. CRONOGRAMA

**Cuadro N° 3 Cronograma de actividades**

TIEMPO	2016																							
	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración del perfil de proyecto	X	X																						
resentación y sustentación del perfil de proyecto			X																					
Incorporación de recomendaciones al perfil				X	X																			
Aprobación del proyecto y designación del director de tesis					X	X																		
Revisión y reconstrucción del marco teórico								X	X															
Revisión y rediseño de los instrumentos de investigación									X															
Prueba piloto De los instrumentos										X	X													
Trabajo de campo													X	X										
Procesamiento de la información															X									
Verificación de hipótesis																X								
Formulación de conclusiones																X								
Construcción de lineamientos alternativos																X	X							
Integración de elementos y elaboración del informe de investigación																			X					
Presentación del borrador de la tesis																				X				

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

## H. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

### 1. Talento Humano

- GADMFO,
- Investigadora,
- Tutor de Tesis,
- Turistas Nacionales,
- Turistas Extranjeros,
- Población de la Parroquia el Dorado.

### 2. Recursos materiales

- Fichas de campo,
- Material bibliográfico,
- Material didáctico,

- Computadora portátil,
- Proyector de imágenes,
- Cámara fotográfica.

### 3. Recursos económicos

**Cuadro N° 4 Recursos económicos**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Reproducción de material bibliográfico	1	40,00	40,00
Impresora	1	80,00	80,00
Material didáctico	1	50,00	50,00
Cámara fotográfica	1	150,00	150,00
Internet	1	40,00	40,00
Uso Proyector de Imágenes	1	30,00	30,00
Computador portátil	1	500,00	500,00
Hospedaje	1	50,00	50,00
Alimentación	1	200,00	200,00
Transporte	1	100,00	100,00
Impresión difusión de resultados	1	60,00	60,00
Impresión de anteproyecto	1	80,00	80,00
Impresión de ejemplares	1	160,00	160,00
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>1.540,00</b>	<b>1.540,00</b>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaboración:** Gloria Escobar

### 3. Financiamiento

El financiamiento del Proyecto será asumido por la propia investigadora.

## Anexo No. 2: Encuesta



**REPÚBLICA DEL ECUADOR  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

LA PRESENTE ENCUESTA TIENE POR OBJETIVO IDENTIFICAR EL MERCADO POTENCIAL PARA EL DISEÑO DE LA FINCA AGROTURISTICA "BELLA VISTA", MEDIANTE LA ELABORACION DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA DIFUNDIR EL AGROTURISMO EN LA PARROQUIA EL DORADO, CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA.

**1. Edad:**

18-25	<input type="checkbox"/>
25-35	<input type="checkbox"/>
35-45	<input type="checkbox"/>
45- adelante	<input type="checkbox"/>

**2. Género:** Femenino  Masculino

**3.- ¿Conoce usted a la Parroquia el Dorado como un sitio Turístico?**

SI  NO

(Si respondió Si pase a pregunta 4, si respondió No pase a la pregunta 3)

**4.- ¿Conoce usted las potencialidades Turísticas de la Parroquia el Dorado?**

Laguna la Garza	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Isla del Amor	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Rio Samona	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Centro Turístico Pinbal	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Zoológico Municipal	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>

**5.- ¿Con qué frecuencia Visita el Cantón Francisco de Orellana?**

Varias veces al año	<input type="checkbox"/>
Una vez al año	<input type="checkbox"/>
Cada dos o tres años	<input type="checkbox"/>
Por primera vez	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

**6.- ¿Cuántas personas le acompañan en las visitas?**

Solo	<input type="checkbox"/>
Una persona	<input type="checkbox"/>
Dos personas	<input type="checkbox"/>
Tres o más personas	<input type="checkbox"/>

**7.- ¿Estaría usted dispuesto a visitar la finca de agro turística "Bella Vista" ubicada en la Parroquia el Dorado que ofrece los siguientes servicios:**

*Hospedaje	<input type="checkbox"/>
*Restaurante	<input type="checkbox"/>
* Ríos	<input type="checkbox"/>
*Observación de Fauna	<input type="checkbox"/>
*Alimentación de animales domésticos	<input type="checkbox"/>
*Paseo a caballo	<input type="checkbox"/>
*Cosecha de productos de la finca	<input type="checkbox"/>
*Elaboración de chocolate/café	<input type="checkbox"/>
*Degustación de productos de la finca	<input type="checkbox"/>
*Siembra	<input type="checkbox"/>
*Pesca Deportiva	<input type="checkbox"/>
*Recorrido por senderos	<input type="checkbox"/>
* Elaboración de artesanía	<input type="checkbox"/>
*Actividades recreativas	<input type="checkbox"/>

**8.- ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la Finca?**

1 día	<input type="checkbox"/>
2 días	<input type="checkbox"/>
3 días	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>

Más de 3 días

**9.- Cuanto estaría dispuesto a pagar por concepto de:**

Alojamiento diario

De \$ 10 a \$20

De \$ 20 a \$30

De \$ 30 a \$40

Más de \$40

**10.- Alimentación diaria (por plato)**

De \$5 a \$10

De \$10 a \$20

Más de \$20

**11.- Actividades turísticas y de recreación**

De \$5 a \$10

De \$10 a \$20

De \$20 a \$30

De \$30 a \$40

Más de \$40

**12. ¿Por qué medio quisiera recibir información acerca de este destino?**

Agencias de Viaje

Páginas Web

E-mail

Redes Sociales

Publicidad Trípticos / Volantes

**13. El Recurso Humano con el que cuenta la finca Agro turística para dar los servicios tiene que ser:**

Capacitada

No capacitada

**14. Que tipo de fauna doméstica, te gustaría encontrar en la finca Agro turística "Bella Vista"**

Gallina

Pato

Pavo

Caballo

Vaca

gallina guinea

gallo chilicano

ganso

codornices

palomas

**15. Que tipo de fauna silvestre, te gustaría encontrar en la finca Agro turística "Bella Vista"**

Guatusa

Guatin

Tapir

Lora

Perico

Paugil

Perdiz

Venados

Sainos

Tigrillos

Anacondas

Monos

Tortugas

**16. Que productos le gustaría degustar en la finca Agro turística "Bella Vista"**

**Frutas silvestres**

Uva del monte

Granadilla

Maracuya

Chonta

**Frutas tropicales**

achotillo

guaba

guayaba

Caña

**Tuberculos**

camote

yuca

mani

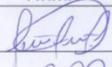
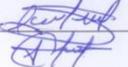
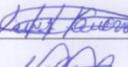
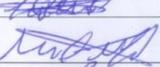
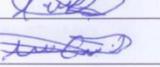
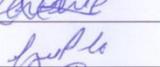
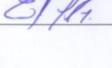
papa china

Gracias por su colaboración /Encuesta Anónima

Anexo No. 3: Registro de Asistencia socialización del Proyecto

REGISTRO DE ASISTENCIA A LA REUNIÓN

N°	NOMBRE	COMUNIDAD	CÉDULA	FIRMA
1	Germen Chamba	El Dorado	2200063868	
2	Jose Chamba	El Dorado	110428920-1	
3	Rosa Cuevas	El Dorado	110224880-1	
4	Comen Salinas	El Dorado	110802167-0	
5	Luz Alvarado	El Dorado	220021429-0	
6	Holger Castillo	El Dorado	110422837-1	
7	Jose Amija	El Dorado	110360466-9	
8	Leon Abad	El Dorado	030116354-1	
9	Carlos Greto	El Dorado	220008696-8	
10	Jose Pacheco	El Dorado	031263459-0	
11	Nestor Andy	El Dorado	990004694-0	
12	Luis Guerrero	El Dorado	220023046-7	
13	Franisco Galvez	El Dorado	170622782-2	
14	Momel Sanchez	El Dorado	170622782-2	
15	Leopoldo Ayala	El Dorado	070198761-2	
16	Luis Chamba	El Dorado	210044127-4	
17	Maria Ojano	El Dorado	150018232-2	
18	Fabian Sinche	El Dorado	1710505707-1	
19	Jesse Sarango	El Dorado	210023045-3	
20	Nancy Flores	El Dorado	130550902-6	
21	Luis Yankov	El Dorado	140045238-7	
22	Emigre Colte	El Dorado	1100633500	

## Anexo No. 4: Acta de validación proyecto.

RESUMEN DE ASISTENCIA A LA REUNION

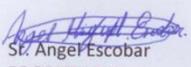
ACTA DE VALIDACION DEL PROYECTO DIFUSIÓN DEL AGROTURISMO, MEDIANTE LA APLICACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS, PARA PROPONER LA CREACIÓN DE LA FINCA AGRO TURÍSTICA "BELLA VISTA" UBICADA EN LA PARROQUIA EL DORADO, CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA, PROVINCIA DE ORELLANA.

**Comparecientes:**

Con fecha 22 de abril 2016 a las 14:00 en la Parroquia el Dorado , con la presencia del señor dueño de la finca agroturística Bella Vista el Sr Manuel Minga Presidente de la Parroquia el Dorado y moradores del sector se suscriben el acta de factibilidad del proyecto

**Antecedentes:** la reunion y la socializacion del estudio de Factibilidad para la implementacion de una finca agroturistica, se llevo a efecto con toda normalidad resaltandose la importancia de promover el sector, por cuanto cuenta con un paisaje formidable, fauna y vegetacion que muy pocas veces se puede observar.

Ademas se destaco el clima y la agricultura que garantizan un desarrollo de la finca agroturistica, asi como tambien los servicios de alimentacion que se hacen necesarios en esta zona, afin de que los visitantes tengan un lugar de recreacion y sano esparcimiento.

  
Sr. Angel Escobar  
PROPIETARIO  
FINCA AGROTURISTICA "BELLA VISTA"

  
Sr. Manuel Minga  
PRESIDENTE DE LA PARROQUIA EL DORADO

#### **Anexo 4: Fotografías casa de la Finca Bella Vista**

Fotografía No.1. Casa Principal de la Finca Bella Vista, vista frontal 1.



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No.2. Casa Principal de la Finca Bella Vista, vista frontal 2



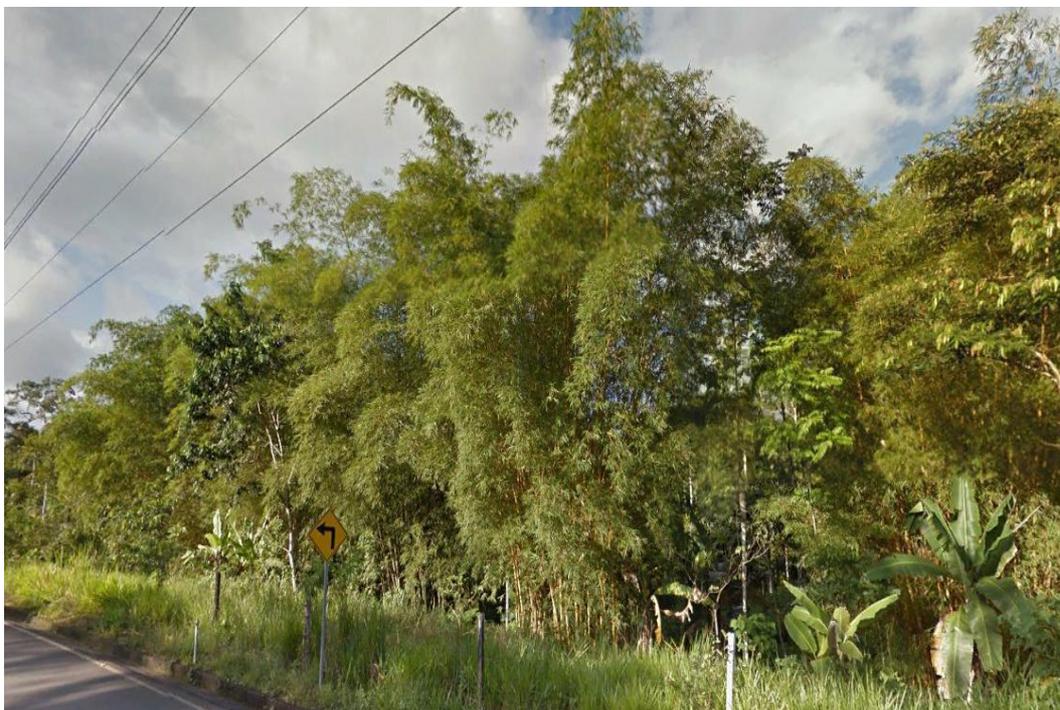
**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No.3. Casa Principal de la Finca Bella Vista, vista lateral



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No.4. Cerca viva de caña guadua, finca Bella Vista



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No.5. Río Sábalo, finca Bella Vista



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No.6. Potrero junto a la vía Auca, finca Bella Vista



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

## Anexo 6: Sitios turísticos de la parroquia El Dorado

### 6.1. Balneario Río Samona

Fotografía No.7. Vista frontal 1 Balneario Río Samona



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 8. Vista del chozas Balneario Río Samona



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 9. Vista pista de baile Balneario Río Samona



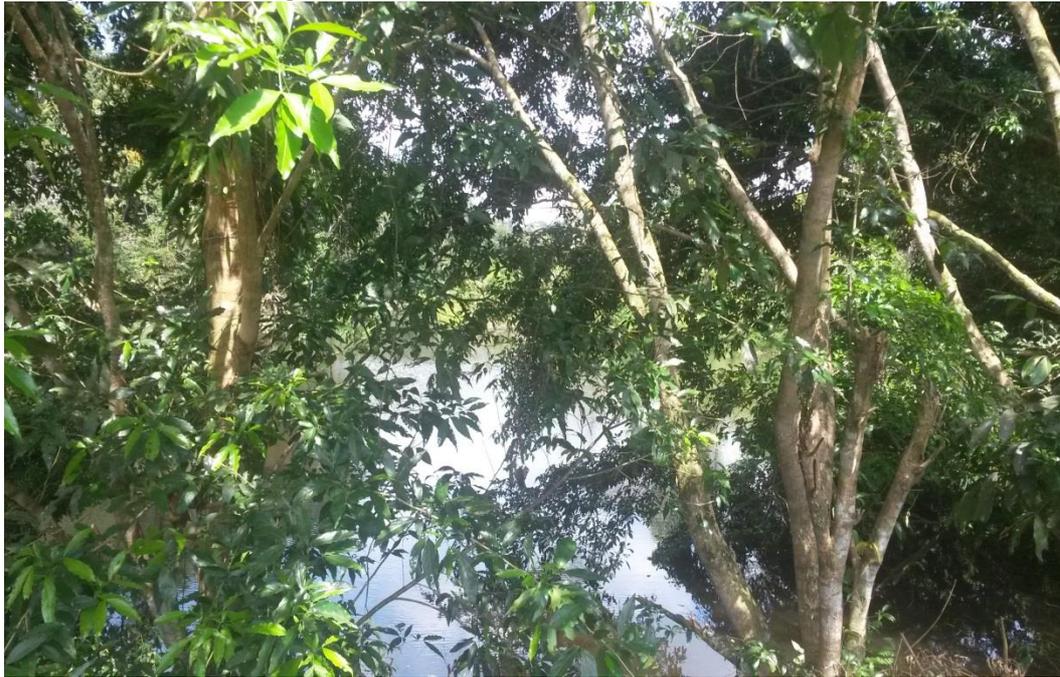
**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 10. Isla del Amor, entrada



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 11. Laguna La Garza



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 12. Laguna La Garza



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 13. Zoológico Municipal COCAZOO



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 14. Zoológico Municipal COCAZOO



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 15. Zoológico Municipal COCAZOO



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 16. Zoológico Municipal COCAZOO



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Anexo 7: Cultivos, pastos y producción pecuaria de la finca Bella Vista

Fotografía No. 21. Limones finca Bella Vista



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 22. Guayaba finca Bella Vista



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 23. Caña de azúcar finca Bella Vista



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 24. Plátano finca Bella Vista



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 25. Cocos finca Bella Vista



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 26. Café robusta finca “Bella Vista”



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 27. Cacao finca Bella Vista



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 28. Platanera con gliricidia finca Bella Vista



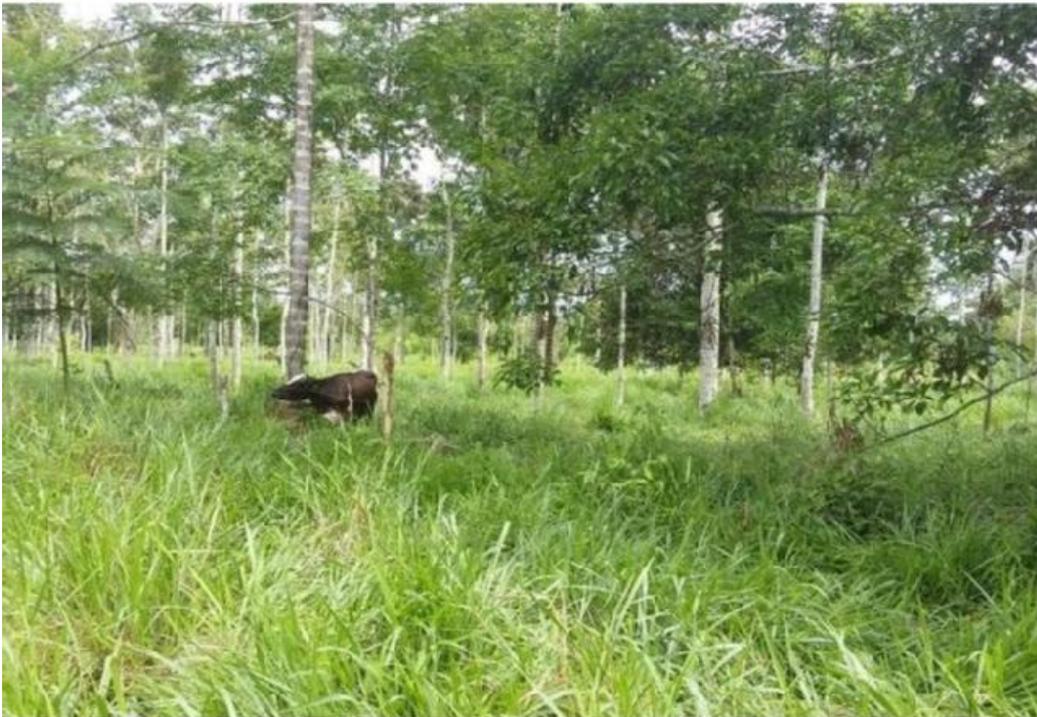
**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 29. Chanchera finca Bella Vista



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 30. Pastizales y producción ganadera finca Bella Vista



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaborado por:** Gloria Escobar

Fotografía No. 31. Producción avícola finca Bella Vista



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Gloria Escobar

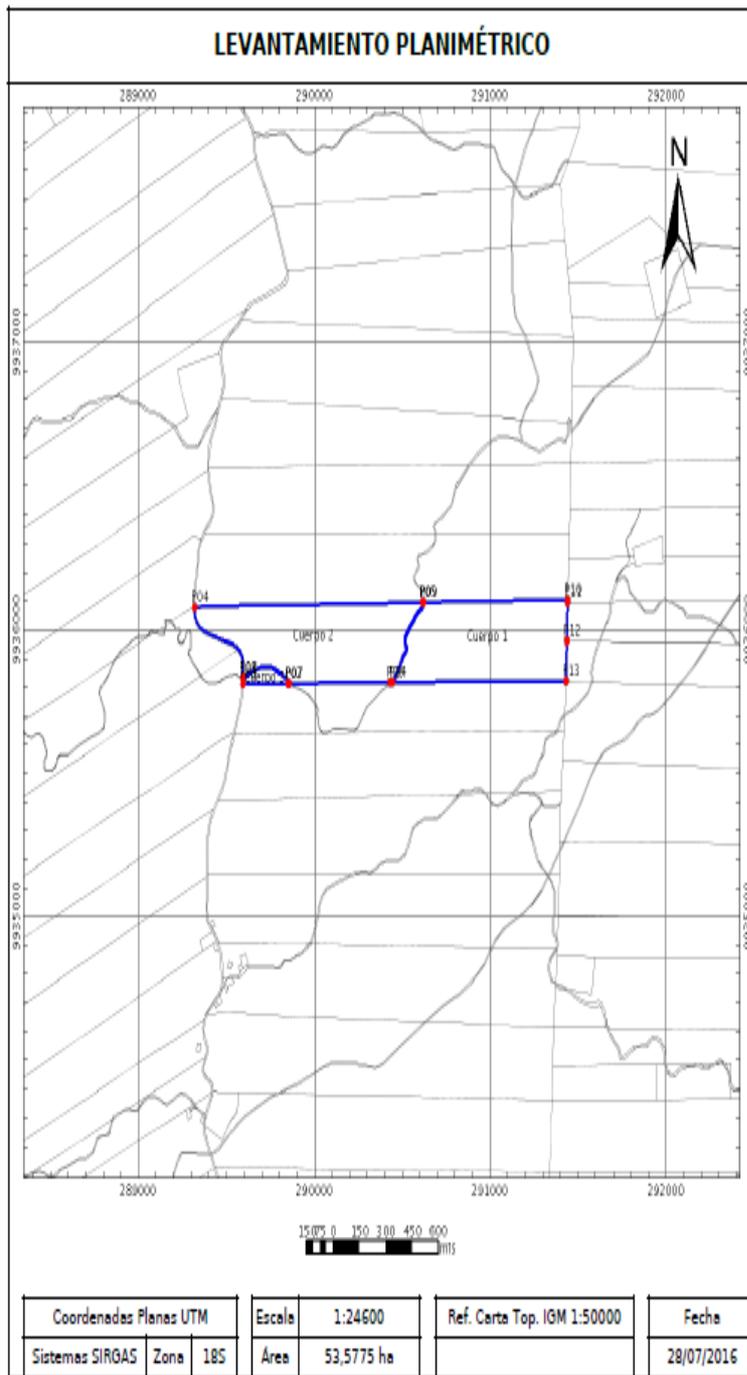
Fotografía No. 30. Corral para ganado vacuno finca Bella Vista



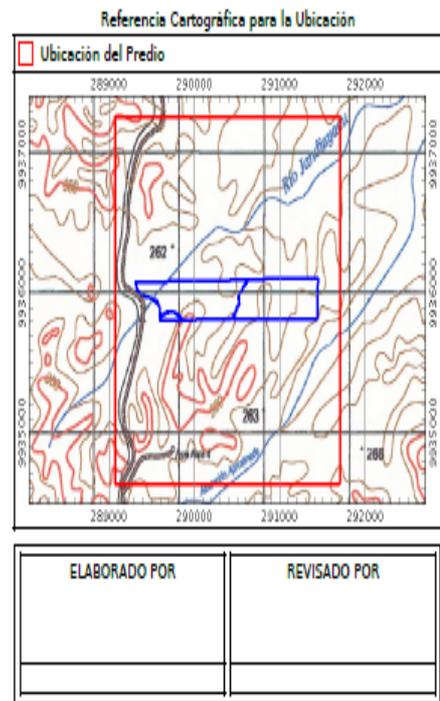
**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Gloria Escobar

Anexo 8: Levantamiento planimétrico de la finca “Bella Vista”.



SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN Y GESTIÓN DE TIERRAS RURALES E INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA			
Provincia	Cantón	Parroquia	Sector
ORELLANA	ORELLANA	EL DORADO	EL CARMEN
Nombre del Ocupante		Nombre del Predio	
ESCOBAR MIGUEL		NO TIENE	
Clave Catastral			
2201540100029			



**Fuente:** Trabajo de campo  
**Elaboración:** Gloria Escobar

## ÍNDICE GENERAL

CARATULA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
1. TÍTULO.....	1
2. RESUMEN EJECUTIVO.....	2
3. INTRODUCCIÓN.....	4
4. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	7
5. MATERIALES Y MÉTODOS.....	62
6. RESULTADOS.....	71
7. DISCUSION.....	167
8. CONCLUSIONES.....	178
9. RECOMENDACIONES.....	180
10. BIBLIOGRAFÍA.....	181
11. ANEXOS.....	186
ÍNDICE.....	244