

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

# Titulo:

"Propuesta de agroturismo en la finca ANSIS de la parroquia Gualel del cantón Loja, Provincia de Loja"

> Tesis previa a la obtención del Grado de Ingeniero en Administración Turística

# AUTOR:

Franklin Ricardo Puglla Naula

# **DIRECTORA:**

ING. Alexandra Del Cisne Jiménez Torres Mg.SC.

Loja – Ecuador

2018

ING. ALEXANDRA DEL CISNE JIMÉNEZ TORRES MG.SC. DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

#### **CERTIFICA:**

Que el presente trabajo de tesis titulado "PROPUESTA DE AGROTURISMO EN LA FINCA ANSIS DE LA PARROQUIA GUALEL DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA" de autoría del señor Franklin Ricardo Puglla Naula, ha realizado bajo mi dirección en forma prolija tanto en su forma como en su contenido de conformidad con los requisitos institucionales y luego de haber revisado autorizo su presentación ante el tribunal respectivo, previo a optar por el grado de Ingeniería en Administración Turística.

Loja, Agosto de 2018

ING. ALEXANDRA DEL CISNE JIMÉNEZ TORRES MG.SC.

**DIRECTORA DE TESIS** 

### Autoría

Yo, **Franklin Ricardo Puglla Naula** declaro ser autor exclusivo del presente trabajo de investigación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Firma:

Autor: Franklin Ricardo Puglla Naula

Cedula: 1104774680

Fecha: Loja, agosto de 2018

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

Yo, Franklin Ricardo Puglla Naula, autor de la tesis titulada "PROPUESTA DE AGROTURISMO EN LA FINCA ANSIS DE LA PARROQUIA GUALEL DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA", como requisito para optar al grado de Ingeniero 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 con 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, al 01 de agosto del dos mil dieciocho, firma el autor:

Firma: .....

Autor: Franklin Ricardo Puglla Naula

Cedula: 1104774680

Dirección: Loja, Bario las Pitas, calle fortaleza y necochea

Correo: franricardinho@gmail.com

Teléfono: 2616202 Celular: 0985868045

### DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA DE TESIS: Ing. Alexandra del Cisne Jiménez Torres Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

PRESIDENTE: Ing. Rubén Darío Román Aguirre Mg. Sc.

VOCAL: Ing. Jhohana Mercedes Larrea Mg. Sc. VOCAL: Ing. Juan Jefferson Sánchez Mg. Sc.

### **DEDICATORIA**

El presente trabajo dedico principalmente a mis padres y a mis hermanos quienes son un pilar fundamental en mi vida, porque gracias a su apoyo y ejemplo me ha permitido día a día seguir adelante para conseguir mis objetivos y nunca darme por vencido.

A mis compañeros y amigos quienes han creído en mí y me han apoyado durante mi etapa de formación profesional.

Franklin Puglla

### **AGRADECIMIENTO**

Primero agradecer a Dios por haberme dado la vida, salud y las fuerzas necesarias para seguir adelante.

Agradecer a la Universidad Nacional de Loja y a la Carrera de Administración Turística por haberme brindado la oportunidad de prepararme profesionalmente, así mismo agradecer a todos los docentes quienes estuvieron al frente desde el primer ciclo, por la paciencia que me tuvieron al momento de impartir sus conocimientos.

Así mismo agradecer a mi directora de tesis Ing. Alexandra del Cisne Jiménez Torres, Mg, Sc, gracias a sus conocimientos, paciencia y tiempo dedicado he logrado terminar con éxito el trabajo propuesto.

Agradecer de manera especial a la familia Angamarca por haberme permitido desarrollar el trabajo de investigación en la finca de su propiedad, por los consejos y sugerencias que han sabido brindarme.

Franklin Puglla

1. TITULO  "PROPUESTA DE AGROTURISMO EN LA FINCA ANSIS DE LA PARROQUIA GUALEL DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA"	"PROPUESTA DE AGROTURISMO EN LA FINCA ANSIS DE LA PARROQUI				
"PROPUESTA DE AGROTURISMO EN LA FINCA ANSIS DE LA PARROQUIA	"PROPUESTA DE AGROTURISMO EN LA FINCA ANSIS DE LA PARROQUI				
		1. TITUI	-0		
					E LA PARROQUI

#### 2. RESUMEN

Ecuador es un centro turístico internacional debido a sus naturales atractivos que se encuentran concentrados en las 4 regiones. Simultáneamente con esta corriente turística surgen y crecen vertiginosamente demandas turísticas asociadas tales como agroturismo, ecoturismo, turismo ecuestre, etc.

Es importante tener en cuenta que Ecuador dispone de condiciones naturales muy apropiadas para este tipo de modalidades, pero también es conveniente resaltar que no solamente condiciones específicas como las que se cuentan de manera natural son propicias para este tipo de inversión. También existen otros lugares que deben ser identificados como las mismas fincas de los agricultores que transformándose en empresas o microempresas agropecuarias integrales tecnificadas, sanas y productivas sean también atractivos turísticos y culturales.

La oportunidad de realizar el presente proyecto de investigación en la finca ANSIS estuvo reflejado en las condiciones que permiten fortalecer las principales actividades agrícolas con el turismo con una propuesta de Agroturismo.

Para la elaboración del proyecto se estableció como objetivo general de la investigación: Contribuir a diversificar las fuentes de ingreso en la finca ANSIS de la parroquia Gualel, Cantón y Provincia de Loja. Del objetivo general establecido se derivan tres objetivos específicos que son: El primero está orientado en realizar el diagnóstico situacional de la parroquia Gualel del cantón y provincia de Loja; el segundo es la propuesta de agroturismo en la finca ANSIS; en el tercer objetivo se realiza socialización de la propuesta de agroturismo. Para el desarrollo correcto de la investigación se establecieron métodos y técnicas apropiadas para el cumplimiento de los objetivos establecidos. En el primer objetivo se utilizó, las técnicas de observación directa, entrevistas, la matriz FODA y la matriz de Carla Ricaurte, de esa forma se obtuvo información general y observando la realidad tanto interna como externa del área de estudio.

En el segundo objetivo se aplicó los métodos analítico y deductivo los mismos que fueron utilizados al momento de simplificar la información recolectada y de esa manera elaborar la propuesta de agroturismo. En el tercer se realizó la socialización del proyecto de investigación de manera directa a los propietarios y personas involucradas en la finca, también a las autoridades parroquiales interesadas en conocer la actividad propuesta.

Finalmente, como conclusiones se determinó que la parroquia Gualel es eminentemente agrícola, mientras tanto que el turismo es una actividad que está en auge a través de emprendimientos por medio de las familias y asociaciones que permiten desarrollar el agroturismo y turismo comunitario. Así mismo la propuesta de agroturismo permite incentivar a propietarios de las fincas emprender en este tipo de proyectos. Como recomendaciones está orientado hacia las autoridades que trabajan con los gobiernos parroquiales del Cantón Loja en apoyar los emprendimientos agrícolas y turísticos, desarrollar capacitaciones para que así los habitantes de las comunidades tengan una mayor fuente de ingresos y no abandonen los campos.

#### **ABSTRACT**

Ecuador is an international tourist center due to its natural attractions that are concentrated in the 4 regions. Simultaneously with this tourist current arise and grow vertigindamente auxiliaries in your case, similar to agrotourism, ecotourism, equestrian tourism, etc.

It is important to bear in mind that Ecuador has the appropriate natural conditions for this type of mode, but it is also necessary to emphasize that natural properties are appropriate for this type of investment. There are also other places that should be identified as the same or the companies that make up integrated, healthy and productive integral agricultural micro-enterprises.

The opportunity to carry out this research project on the ANSIS farm was reflected in the conditions that allow improving agricultural activities with tourism with a proposal for Agrotourism.

For the preparation of the project, the general objective of the research was established: Contribute to diversify the sources of income in the ANSIS farm of the Gualel, Cantón and Loja Province parishes. Three specific objectives derive from the general objective established: The first is oriented towards carrying out the situational diagnosis of the Gualel parish in the canton and province of Loja; the second is the proposal of agrotourism in the ANSIS farm; In the third objective, socialization of the agrotourism proposal is carried out. For the correct development of the research, appropriate methods and techniques were established for the fulfillment of the established objectives. In the first objective, the techniques of direct observation, interviews, the SWOT matrix and the Carla Ricaurte matrix were used. In this way, general information was obtained and the internal and external reality of the study area was observed.

In the second objective, the analytical and deductive methods were applied, the same ones that were used when simplifying the information collected and in that way, elaborating the proposal of agrotourism. In the third, the research project was socialized directly to the owners and people involved in the farm, and also to the parish authorities interested in knowing the proposed activity.

Finally, as conclusions it was determined that the Gualel parish is eminently agricultural, meanwhile that tourism is an activity that is booming through ventures through families and associations that allow the development of agrotourism and community tourism. Likewise, the proposal of agrotourism allows to encourage owners of the farms to undertake this type of project. As recommendations, it is oriented towards the authorities that work with the parish governments of the Loja Canton to support agricultural and tourism ventures, develop training so that the inhabitants of the communities have a greater source of income and do not leave the fields.

### 3. INTRODUCCIÓN

La oportunidad de vincular a la agricultura con el turismo es visualizada desde tiempo atrás como una alternativa para la reactivación de las zonas rurales. El agroturismo surge como una actividad recreativa incluida dentro de las modalidades de turismo en espacios rurales, donde se pueden articular una o varias de las actividades relacionadas con la producción agropecuaria, además de la agroindustria, artesanía o gastronomía.

En la provincia de Loja se trabaja por el desarrollo responsable del agroturismo, apoyando al desarrollo de las comunidades en la conservación y práctica de un turismo sostenible, capacitando a las comunidades con un equipo humano de trabajo preparado por parte el Gobierno Provincial y Ministerio de Turismo, para de esa manera Loja cuente con sitios estratégicos para realizar esta actividad.

La Parroquia Gualel cuenta con una gran variedad de producción agrícola, los habitantes de este lugar en su mayoría se dedican a cultivar sus tierras, cuidar animales domésticos de manera ancestral conservando las tradiciones y costumbres que les dejaron sus antepasados. Otra de las costumbres es el trabajo en mingas populares, estos trabajos se realizan con la participación de la mayoría de miembros de la comunidad, este trabajo no es remunerado económicamente, lo hacen con un gran sentido de colaboración.

La finca ANSIS propiedad de la familia Angamarca Sisalima se encuentra ubicada en el barrio San Francisco de la parroquia Gualel. Cuenta con una gran variedad de producción agrícola de las cuales destacamos el cultivo de plantas medicinales que son utilizadas para la elaboración de la horchata bebida tradicional y ancestral de la provincia de Loja, además existen una gran variedad de hortalizas, tubérculos y plantas frutales que se encuentran en los diferentes huertos situados en la finca, es por ello que nace la oportunidad de vincular esta actividad con el turismo.

El diseño del producto para la finca agroturística contribuye al desarrollo económico de la localidad generando una nueva alternativa que tenga los turistas para visitar la parroquia de una manera amigable con el ambiente, ofreciendo producto y servicios de calidad, garantizando la satisfacción de nuestros clientes.

En torno a todas las actividades agrícolas y productivas que se desarrollan en la parroquia y en las fincas rurales se logró determinar la problemática que afrontan, específicamente en la finca ANSIS propiedad de la familia Angamarca Sisalima lugar donde se desarrolló la investigación y en donde se constató que no se están aprovechando los recursos que posee, el desconocimiento sobre la actividad agroturística, así mismo no existe personal capacitado para atender a los turistas y brindar un servicio de calidad. Es por tal razón y con el fin de desarrollar actividades turísticas de una manera que se aprovechen todos los recursos que posee se ha planteado la "Propuesta de Agroturismo en la finca ANSIS", de esa manera se crean nuevas posibilidades de generar turismo.

El trabajo propuesto permitirá al estudiante desarrollar todas las capacidades y conocimientos que ha adquirido durante su etapa de formación profesional, generando propuestas en beneficio de la sociedad y asimismo cumplir con el requisito para la obtención del título de Ingeniero en Administración Turística.

Esta propuesta contribuirá para que los propietarios de las fincas repliquen la propuesta en sus fincas y diversifiquen las fuentes de ingresos, además de la producción agropecuaria con la que cuentan, aprovechando los recursos de forma sostenible, creando y fortaleciendo el capital social mediante el planteamiento de estrategias que permitan a los habitantes de la parroquia Gualel, aportar al turismo con una nueva alternativa que tengan los turistas y hacer de la agricultura un componente básico para el desarrollo del turismo en la comunidad. De esa forma el agroturismo se va incorporando las nuevas tendencias del turismo que cada vez cuenta con más personas que desean realizar esta actividad.

La metodología utilizada para el desarrollo de la investigación se fundamentó en el uso de métodos y técnicas que permitió recopilar, organizar y analizar la información.

Se utilizó el método deductivo a través de este método se pudo analizar los resultados de las entrevistas realizadas mediante el mismo determinar los aspectos más importantes para realizar la propuesta de Agroturismo en la finca

ANSIS. El método analítico fue utilizado durante toda la investigación, porque permitió identificar todos los componentes positivos y negativos que se encuentra dentro del lugar de estudio.

Como resultados obtenidos de la investigación para el primer objetivo "Realizar el diagnostico situacional de la parroquia Gualel", se realizó un análisis general de la situación actual de la parroquia Gualel en base a la metodología de Carla Ricaurte, así mismo un análisis de la finca ANSIS determinando los aspectos internos y externos que afectan a la finca a través de la matriz FODA, mediante las entrevistas realizada a los propietarios de la finca se logró identificar las actividades y servicios que se van a desarrollar. En el segundo objetivo "Realizar una propuesta de agroturismo en la finca ANSIS", para el cual se estableció una marca, un slogan, la promesa de venta, actividades y servicios a ofrecer, itinerario, un plan de capacitación para el personal que va a operar, se realizó una evaluación financiera y las estrategias de comercialización.

En el tercer objetivo "Socializar la propuesta de agroturismo en la finca ANSIS" se realizó un dialogo entre los propietarios de la finca y autoridades del Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador (CONAGOPARE), quienes intervinieron con sugerencias y recomendaciones para el proyecto.

La propuesta de agroturismo en la finca ANSIS cumplió con los siguientes alcances, de las cuales destacamos la determinación de las actividades y servicios que se van a desarrollar dentro de la propuesta, la infraestructura que se va a utilizar con el fin de ofertar un producto de calidad hacia los turistas. Para ello fue necesario realizar un estudio de evaluación financiera con el fin de determinar la viabilidad del proyecto.

En cuento a las limitaciones para realizar la investigación estuvo reflejado en las condiciones climáticas que dificultaron el acceso primero a la finca por las condiciones de la vía, y luego al momento de movilizarse para llegar a los atractivos y las zonas de producción agrícola.

# 4. REVISIÓN DE LITERATURA

# 4.1. Marco conceptual

### 4.1.1. Evolución Histórica del Turismo

El turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se distinguen específicamente porque su finalidad es totalmente diferente a la de otro tipo de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, etc. (OEA, 2010).

### 4.1.1.1. Edad Antigua

En la Grecia clásica se le daba gran importancia al ocio y en general el tiempo libre estaba dedicado a actividades culturales, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que se realizaban con motivo de asistir a las Olimpíadas (que tenían lugar cada 4 años en la ciudad de Olimpia), a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte.

### 4.1.1.2. Edad Media

Durante la Edad Media se puede observar en principio un retroceso debido a la mayor conflictividad y recesión económica que caracterizó a esta época. Sin embargo, podemos identificar un nuevo tipo de viaje: las peregrinaciones religiosas. Éstas ya habían existido en la época antigua y clásica, pero tanto el cristianismo como el Islam las extenderían a mayor número de creyentes y los desplazamientos serían mayores. Son famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa y las peregrinaciones por el Camino de Santiago (desde el 814 en que se descubrió la tumba del santo). Las peregrinaciones en toda Europa fueron continuas, creándose mapas, mesones y todo tipo de servicios para los caminantes.

#### 4.1.1.3. Edad Moderna

Las peregrinaciones continúan durante la Edad Moderna, pero es en este momento cuando aparecen los primeros alojamientos con el nombre de hotel (palabra francesa que designaba los palacios urbanos). Como las grandes personalidades viajaban acompañadas de sus cada vez más numerosas comitivas, se hacía imposible alojar a todos en palacio, por lo que se crearon estas construcciones.

# 4.1.1.4. Edad Contemporánea

Con la Revolución Industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica. Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas y domina el mercado marítimo en la segunda mitad del siglo XIX, lo que favorecerá las corrientes migratorias europeas a América.

En 1841 Thomas Cook organiza el primer viaje organizado de la historia se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera Agencia de Viajes del mundo "Thomas Cook and son". En 1867 inventa el bono o voucher, documento que permite la utilización en hoteles de ciertos servicios contratados y prepagados a través de una agencia de viajes.

### 4.1.1.5. Tendencias para el 2020

Un estudio de la Organización Mundial de Turismo (OMT) analiza los movimientos de turistas en el futuro y, según sus estimaciones, desde 1995 hasta el año 2020 se producirá un crecimiento anual sostenido del 4,1% en el número de personas que realizarán desplazamientos turísticos.

La OMT, en su publicación "Turismo: Panorama 2020, previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado", estima que el mercado del turismo rural ofrece un gran potencial. Se indica que el 3 por ciento de todos los turistas internacionales orientan sus viajes al turismo rural, sin incluir el turismo interno. Aunque a nivel global no existen estadísticas del turismo doméstico, se considera que este es por lo menos tres veces superior al turismo internacional y en el caso

del turismo rural esta proporción sería todavía mayor. La misma fuente indica que el turismo rural está experimentando un crecimiento anual de aproximadamente seis por ciento, es decir, dos puntos porcentuales por encima de la tasa promedio de crecimiento global del turismo.

### 4.1.2. Turismo Rural

El Turismo Rural es "aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural". (Garcia, 1996).

El turismo rural tiene diferentes modalidades, entre las más conocidas son las siguientes:

#### 4.1.2.1. Turismo de aventura

Basado en la participación de los visitantes en unas actividades, normalmente al aire libre o en relación con la naturaleza o el deporte, tales como escalada, senderismo, montañismo, mountain-bike, que en sí mismas suponen una experiencia por su diferenciación con respecto a las actividades cotidianas. Suelen implicar un riesgo y normalmente la motivación consiste en la experimentación de nuevas sensaciones. (OMT, 2011).

#### 4.1.2.2. Ecoturismo

Toda forma de turismo basado en la naturaleza en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales. (OMT, 2002).

### 4.1.2.3. Agroturismo

Es la estrategia que posibilita el desarrollo turístico sostenido de pequeñas localidades con la participación activa de sus habitantes, que ofrecen al visitante, tanto los servicios de alojamiento y alimentación, en sus viviendas como la participación activa en la vida del campo.

De acuerdo con la definición de la Organización Mundial del Turismo, citada por Barrera (2006), el agroturismo es la actividad que se realiza en explotaciones

agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios.

# 4.1.3. Finca Agroturistica

El agroturismo suele llevarse a cabo en fincas de tamaño pequeño o mediano, cuyos propietarios lo ejercen como una forma de diversificar los ingresos de su negocio principal. Para ello se aprovecha la capacidad instalada en la propiedad y el saber hacer tradicional. Además, se agregan otros productos y servicios complementarios, tales como: alojamiento, alimentación y venta de productos. Esto proporciona mayores oportunidades de empleo para la propia familia y otras personas de la localidad donde se desarrolla dicha actividad. El agroturismo es todavía un modelo por explotar que puede contribuir a que permanezca una economía basada en las actividades rurales y agropecuarias de pequeños y medianos empresarios, así como los paisajes rurales, las costumbres y la cultura local. (Riveros y Blanco, 2010).

El agroturismo en la finca ANSIS ubicada en la parroquia Gualel se plantea mediante la propuesta de un producto turístico y de esa forma desarrollar la oferta turística en el sector.

# 4.1.4. Producto Turístico

El producto turístico es un compendio indisoluble de bienes y servicios, en el que interactúan elementos materiales (instalaciones, maquinarias, etc.) con personas (ya sean empleados o prestatario del servicio como el propio cliente) y donde factores como la ubicación, imagen, etc., juegan un papel, en ocasiones, determinante en la elección. Efectivamente, en la mayor parte de las ocasiones, el producto turístico no está exclusivamente configurado por el establecimiento donde se lleva a cabo la prestación, sino que el entorno forma parte del propio producto que, normalmente, gira entorno a uno o varios recursos turísticos. (Sancho, 1998).

### 4.1.5. Objetivos del Marketing

Acorde a la (OEA, 2012) Los expertos en marketing tradicionales destacan las cuatro (P) que componen la mezcla del marketing.

#### 4.1.5.1. Producto

Son los servicios y experiencias que se van a ofrecer en los diferentes mercados a los que se pretende alcanzar. El desarrollo y presentación de productos incluye la correspondencia producto mercado, mezclas de productos, ciclo de vida del producto, presentación del producto y el desarrollo de nuevos productos.

### 4.1.5.2. Precio

Determinar el precio que atrae a los mercados destinatarios y lograr un equilibrio adecuado entre precio y volumen.

#### 4.1.5.3. Distribución

La estrategia de distribución del destino debe tener en cuenta los cambios en el canal tradicional de viajes, la emergencia de Internet y otros nuevos medios de comunicación.

#### 4.1.5.4. Promoción

Es una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica.

#### 4.1.6. Evaluación Financiera

La Evaluación Financiera es un proceso financiero mediante el cual una vez conocida la inversión inicial (inversión requerida para que el proyecto entre en operación) y los beneficios netos esperados, tiene como propósito principal medir la rentabilidad de un proyecto de inversión. (Meza, 2009).

# 4.1.6.1. El Valor Actual Neto (VAN)

el Valor Actual Neto (VAN) de una inversión se define como el valor actualizado de la corriente de los flujos de caja que la misma promete generar a lo largo de su vida.

Una inversión es efectuable cuando el VAN>0, es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja valorados en el año 0 supera la cuantía del desembolso inicial (si éste último se extendiera a lo largo de varios períodos habrá que calcular también su valor actual). (Meza, 2009)

# 4.1.6.2. La Tasa interna de rendimiento (TIR)

La tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento para la que un proyecto de inversión tendría un VAN igual a cero. La TIR es, pues, una medida de la rentabilidad relativa de una inversión.

Esta es la alternativa más utilizada después del VAN. Como se verá la tasa interna de rendimiento (TIR) tiene una relación íntima con el VAN. Esta técnica trata de expresar una sola tasa de rendimiento que resuma las bondades de la inversión. La palabra "interna" significa que dicha tasa será inherente a un solo proyecto, debido a que depende únicamente, al igual que el VAN, de los parámetros propios del proyecto de que se trate. (Meza, 2009).

# 4.1.7. Producto Agroturístico

El producto agroturístico es aprovechar el patrimonio agropecuario y agroindustrial de un determinado lugar para ofrecer visitas que resultan de interés para un cierto segmento de turistas.

Para su disfrute, se ofrecen también servicios de alojamiento, alimentación y venta de productos frescos y procesados en las fincas o en las comunidades aledañas y se crea la infraestructura necesaria para su acceso. (Riveros & Blanco, 2010).

### 4.1.8. Inventario Turístico

El inventario debe involucrar los escenarios naturales, culturales y recreativos, el patrimonio vivo, el patrimonio monumental, la gastronomía, las artesanías, los productos propios y las prácticas, costumbres y tradiciones de la comunidad. El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional. (Lopez , 2012 ).

### 4.1.9. Atractivos Turísticos

Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un país y que constituyen la principal atracción del turista. (Rojas , 2012).

### 4.1.9.1. Clasificación de los Atractivos Turísticos

Para la clasificación de atractivos el MINTUR (2017) considera dos categorías: sitios naturales y manifestaciones culturales

- Atractivos Naturales. En la categoría de sitios naturales se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o Litorales, ambientes marinos y tierras insulares. (MINTUR, 2017)
- Atractivos Culturales. En la categoría manifestaciones culturales se reconocen los tipos: arquitectura, folklore, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados (MINTUR, 2017).

# 4.1.10. Diagnóstico turístico

El diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. En otras palabras, el diagnóstico consiste en una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino. Desde este punto de vista, el diagnóstico constituye la fuente directa de información que nos permite tomar decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que nos va a permitir evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos. (Ricaurte, 2013).

### 4.1.10.1. Importancia del diagnóstico turístico

- Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
- Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
- Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos.

### 4.1.11. Itinerario turístico

Descripción y dirección de un camino, expresando los lugares y posadas por donde se ha de transitar. Indicación detallada de un recorrido cualquiera. Documento escrito o impreso que describe un recorrido determinado con indicación de distancias. Descripción de un camino o viaje, expresando los lugares por donde se ha de transitar. (Rojas, 2012).

### 4.1.12. Señalética turística

Sistema de información que, mediante vallas ubicadas en lugares estratégicos, permite la identificación de atractivos y bienes de interés turístico para tal fin, la Organización Mundial del Turismo ha establecido y recomendado una simbología y las características básicas de diseño, de tal manera que pueden ser reconocidos por los viajeros en cualquier lugar del mundo. (Rojas, 2012).

# 4.1.12.1. Elementos de la señalética turística

De acuerdo al (MINTUR, 2013) se han determinado las siguientes señales turísticas y de servicios.

**Propósito.** Son aquellas que sirven para dirigir al conductor o transeúnte a lo largo de su itinerario, proporcionándole información sobre direcciones, sitios de interés y destino turístico, servicios y distancias.

**Clasificación.** Se clasifican en Orientativas, Informativas de Destinos, Informativas de Servicios, Señales de Aproximación a Destinos Turísticos, Ejecutivas de Destinos Turísticos, Señales Identificativas y Pictogramas.

**Orientativas (O).** Sitúan a los individuos en su entorno, por ejemplo: tótems, mapas de ubicación.

Informativas (I). Están en cualquier lugar del entorno y su función es de transmitir información sobre destinos y servicios turísticos; además agrupa toda aquella información que orienta el acceso a los servicios públicos de salud: hospitales, Cruz Roja, etc. de comunicación: teléfono, oficinas de correo, fax, internet, etc. Varios: hoteles, restaurantes, iglesias, vulcanizadoras, auxilio mecánico, estaciones de servicios, ayuda a discapacitados, etc.

**Pictogramas (P).** Son signos que representan esquemáticamente un símbolo, objeto real, figura o servicio.

**Pictogramas de atractivos naturales.** Representan la riqueza biodiversa de un lugar, una región y un país.

**Pictogramas de atractivos turísticos culturales.** Son símbolos representativos de nuestra cultura que identifican a este tipo de bienes.

**Pictogramas de actividades turísticas.** Representan acciones de interés turístico y/o recreativas.

Pictogramas de apoyo a los servicios turísticos. Son símbolos de apoyo a los atractivos turísticos que permiten orientar al visitante al momento de acceder al uso de los servicios turísticos.

Advertencia a destinos, decisión de destinos (AD - ED). Son señales específicas de circulación, pueden ser rectangulares o flechas, se las llama también señalización para el turista.

**Identificativas (ID).** Son señales para designar o confirmar la ubicación, éstas pueden ser: vallas turísticas de provincia, valla turística capital de provincia, límites cantonales, poblaciones, pórticos de límite de provincia, pórticos de Frontera.

Forma. Las señales turísticas serán rectangulares o cuadradas dependiendo del tipo de señal establecida en su clasificación. Los pictogramas pueden convertirse en señales preventivas o de aproximación. Para este caso existirá una variación de tamaño de 200 mm en la parte inferior, espacio en el cual se colocará la distancia hasta el sitio de interés turístico. Esta distancia puede estar indicada en kilómetros o metros. De igual manera la mayoría de señales turísticas y de servicios pueden convertirse en señales restrictivas temporal o definitivamente de acuerdo a la necesidad o circunstancia.

**Ubicación.** Estos elementos se colocarán a lo largo de la vía, en lugares que garanticen buena visibilidad y no confundan al visitante o turista. Un avance de indicación de un atractivo, servicio o destino turístico debe normalmente darse, colocando una señal de aproximación o ejecutiva de destino sobre el lado derecho de la vía, no menos de 300 m antes del mismo, indicando la proximidad

al sitio de interés turístico. Se deberá proveer de una segunda señal confirmativa al ingreso o junto al atractivo o servicio turístico.

Contenidos de los mensajes. Son variables y éstos dependerán de las condiciones particulares de cada vía, del atractivo o destino y del lugar a ubicarse.

**Componentes gráficos.** Los elementos gráficos son el vehículo que conducen el mensaje hasta el usuario de manera más clara y precisa en el menor tiempo posible, utilizando códigos universales o fácilmente reconocibles por el usuario.

#### 4.1.13. Análisis FODA

La matriz de análisis FODA, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz FODA en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis FODA permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa.

#### 4.1.13.1. Análisis externo

En el análisis externo de la empresa se identifican los factores externos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: nuevas conductas de clientes, competencia, cambios del mercado, tecnología, economía. La matriz DAFO divide por tanto el análisis externo en oportunidades y en amenazas.

#### 4.1.13.2. Análisis Interno

En el análisis interno de la empresa se identifican los factores internos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: financiación, marketing, producción, organización, etc. En definitiva, se trata de realizar una autoevaluación, dónde la matriz de análisis FODA trata de identificar los puntos fuertes y los puntos débiles de la empresa. (Espinoza, 2013).

### 4.2. Marco Referencial

# 4.2.1. Datos Generales del Cantón Loja

El cantón Loja se encuentra ubicado al sur del Ecuador, y es el más grande de la provincia. Política administrativamente está dividido en 13 parroquias rurales y 6 urbanas (Figura 1), con una extensión territorial de 1.893 km2. La mayor parte de su población está asentada en la ciudad de Loja, su identidad y cultura está bien arraigada, y se expresa a través de manifestaciones culturales como la música, artes plásticas, literatura, costumbres religiosas, etc.

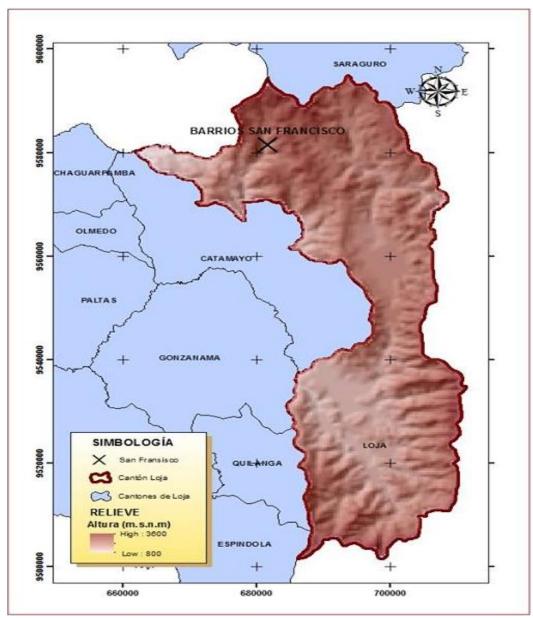


Figura 1 Mapa de ubicación del Cantón Loja

Fuente: Trabajo de Campo Elaboración: Franklin Puglla

#### 4.2.1.1. Limites

Norte: Saraguro

• Sur: Provincia de Zamora Chinchipe

Este: Provincia de Zamora Chinchipe

Oeste: Provincia de El Oro, Catamayo, Gonzanamá, Quilanga

## 4.2.1.2. Población

De acuerdo al VII Censo de Población y VI de Vivienda realizado por el (INEC, 2010) el cantón Loja cuenta con 214.855 habitantes, hombres 103.470 y mujeres 111.385.

Tabla 1 Población del Cantón Loja

Hombres	Mujeres	Total
103.470	111.385	214.855

Fuente: INEC

Elaboración: Franklin Puglla

### 4.2.1.3. Clima

El cantón Loja tiene un tipo de clima Ecuatorial Mesotérmico Semi – Húmedo, se encuentra a una altura de 2.100 m.s.n.m. Los factores que dan origen al clima del cantón son los mismos factores que afectan a la región andina, especialmente la latitud y el relieve, en términos más generales, la zona de convergencia intertropical (ZCIT), el efecto de la interacción Océano Pacífico – atmósfera (Fenómeno El Niño Oscilación del Sur y Corriente Fría de Humboldt) y la cubierta vegetal.

#### 4.2.1.4. Historia

La fundación de Loja, está ligada a los vaivenes armados de los más inquietos y célebres conquistadores españoles. Tuvo dos fundaciones, la primera en el valle de Garrochamba o Congochamba a principios de 1547 y la definitiva realizada probablemente el 8 de diciembre de 1548 por el lojano de Granada Alonso de Mercadillo, en el valle de Cuxibamba, "llanura alegre o risueña" situado entre dos ríos pequeños: El Malacatos y el Zamora y al pie de la cordillera o serranía el villonaco.

El 18 de noviembre de 1820, Loja proclamó la independencia de la ciudad y de la provincia. El acto patriótico tuvo lugar en San Sebastián, cuando el pueblo revestido de gran civismo irrumpió hacia la Plaza Mayor.

El movimiento libertario fue encabezado por Ramón Pinto, José María Peña, Nicolás García, José Picoita y Manuel Zambrano. Enclavada en el rincón más bello de la sierra ecuatoriana, la ciudad de la música y la poesía es una de las más antiguas del país, fundada en 1548 con el nombre de la Loja española, sus añejas calles recuerdan su pasado colonial, con sus iglesias y rincones, sus bellos zaguanes y patios, Loja es una ciudad para conocer y explorar.

### 4.2.1.5. Cultura

La ciudad de Loja guarda una gran riqueza cultural, tanto artística, literaria, de artes, danza, fiestas religiosas, así como un gran Patrimonio Cultural, gracias al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (a través del Sistema ABACO), se ha podido hacer un inventario de todo este tesoro cultural que guarda el cantón Loja.

El Patrimonio Cultural Intangible, entendido como los usos, representaciones, expresiones, conocimiento y técnicas, que se transmiten de generación en generación, tenemos los siguientes: etnia del Pueblo Saraguro; las tradiciones y fiestas religiosas que predomina en cada una de las parroquias del cantón, en especial la fe a la venerada Virgen de El Cisne; la Gastronomía con platos muy típicos en la ciudad.

Respecto al Patrimonio cultural Tangible, existe 613 Bienes Muebles (Pinturas, Esculturas, metalúrgicas, etc.), registrados en el sistema ABACO, el 80,42% se encuentran en la ciudad de Loja, en su mayor parte en la parroquia El Sagrario; y a nivel de parroquias rurales el 7,01% se encuentra en El Cisne, y el 5,38% en Chuquiribamba.

### 4.2.1.6. Tradiciones y fiestas religiosas

Las tradiciones y fiestas religiosas predominan en cada uno de los rincones de nuestra provincia de Loja y particularmente en cada parroquia de nuestro cantón, desde nuestros antepasados la fe y la religión es lo que ha caracterizado a nuestra cultura, la cual se transmite de generación en generación, por ello

indistintamente del lugar cada sitio festeja sus fiestas religiosas en honor a su patrona o patrón protector. Como parte de esta identidad religiosa que forma parte de nuestra cultura, está la fe en la venerada imagen de la Virgen de El Cisne, la cual no solo ha trascendido en nuestro cantón y provincia, sino también a nivel nacional e internacional. La imagen es historia que nace en un pequeño poblado situado a 70 kilómetros de Loja, en donde se levanta un enorme templo gótico. En su interior se venera la imagen de la Virgen María, la cual fue tallada a fines del siglo XVI por Diego de Robles, autor de la Virgen del Quinche y la de Guápulo. La basílica de El Cisne, año tras años es visitada por muchos feligreses, en donde se celebran diferentes eventos religiosos, adornando el santuario con flores típicas del lugar colgadas en el interior y exterior del santuario. La romería de la virgen de El Cisne es una de las fiestas religiosas más tradicionales que aglutina a miles de personas de diferentes edades, sitos, etnias, etc.

#### 4.2.1.7. Gastronomía

Podemos señalar que el cantón Loja se caracteriza por contar con una variada gastronomía que nos distingue de las demás cantones y provincias, en donde podemos citar los siguientes platos típicos. (GAD, 2014)

Tabla 2 Gastronomía del Cantón Loja

Platos típicos	Detalle
Repe	Elaborado a base de guineo o plátano verde y quesillo
Arveja con guineo	Elaborado con el grano de la arveja seca, guineo o plátano verde y quesillo
La Cecina	Carne finamente cortada, seca al sol y asada a la brasa; acompañada de yuca y encebollado
El Cuy	Se sancocha con aliños y luego asado en la braza; se acompaña con mote, para, lechuga, tomate
El tamal lojano	Es una mezcla de maíz seco remojado con manteca de chancho, envuelto en hoja de achira con condumio de carne de cerdo o pollo
La Humita	Compuesta por choclo tierno se mezcla con manteca de chancho y sal, se envuelve en hoja de maíz, con condumio de queso o quesillo
El sango	Es una mezcla de agua o leche y harina de maíz seco tostado y molido aderezado con quesillo y sal

Miel con quesillo	Servido con miel de panela elaborado a base de caña de azúcar acompañado con quesillo tierno y fresco
La horchata	Bebida compuesta por la infusión de cerca de 22 hierbas medicinales

Fuente: (GAD, 2014) Elaboración: Franklin Puglla

# 4.2.1.8. Atractivos turísticos

El cantón Loja cuenta 19 atractivos culturales y 1 atractivo natural, en porcentajes el 95% y el 5% respectivamente. La ciudad de Loja es el punto de llegada de los visitantes y sirve como alojamiento de base para el recorrido de cantón y provincia, debido a que se cuenta con servicios turísticos básicos.

Tabla 3 Atractivos turísticos del Cantón Loja

N°	Atractivo	Tipo	Parroquia
1	Parque Nacional Podocarpus	Natural	Loja, Malacatos, San Pedro de Vilcabamba y Vilcabamba
2	Centro Histórico Ciudad De Loja	Cultural	Loja
3	Jardín Botánico Reinaldo Espinoza	Cultural	Loja
4	Moliendas De Malacatos	Cultural	Malacatos
6	Puerta De La Ciudad	Cultural	Loja
7	Centro Comercial Reina De El Cisne	Cultural	Loja
8	Principales Monumentos De La Ciudad	Cultural	Loja
9	Santuario Eucarístico San Sebastián	Cultural	Loja
10	Iglesia de San Juan Del Valle	Cultural	Loja
11	Iglesia Catedral	Cultural	Loja
12	Iglesia de Malacatos	Cultural	Malacatos
13	Iglesia de Santo Domingo	Cultural	Loja
14	Iglesia de San Francisco	Cultural	Loja
15	Museo del Banco Central	Cultural	Loja
16	Museo Matilde Hidalgo de Procel	Cultural	Loja
17	Parque Recreacional Jipiro	Cultural	Loja
18	Parque Ecológico Orillas Del Zamora	Cultural	Loja
19	Parque Pucará Podocarpus	Cultural	Loja
20	Valle de Vilcabamba	Cultural	Vilcabamba
	V (CAD 2014)	L .	

Fuente: (GAD, 2014) Elaboración: Franklin Puglla

# 4.2.2. Datos Generales de la parroquia Gualel

### 4.2.2.1. Historia

La Historia de la Parroquia Gualel, se remonta al tiempo de los latifundios; la misma que estaba administrada por la congregación de Hermanas Religiosas Concepcionistas, las cuales de manera estricta controlaban el trabajo de sus arrimados, permitiendo que trabajen un día a la semana para el sustento de sus familias.

Gracias a un mandato gubernamental, este sector fue confiscado a la Junta de Recuperación de Loja, posteriormente pasó a ser administrada por el IERAC (Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria y Colonización), quien vendió los terrenos a aquellas personas que venían cultivando esos campos.

Los primeros pobladores fueron constituyéndose en familias las que permitieron el nacimiento y permanencia del caserío y más tarde barrio Gualel que formaba parte de la Parroquia Chuquiribamba, la lejanía del barrio, frente a la cabecera parroquial de Chuquiribamba y de la ciudad de Loja, hizo que los moradores del lugar realizaran gestiones ante el Ilustre Municipio y Cabildo lojano para impulsar la creación de la nueva parroquia, y en enero de 1930 se formaliza dicho pedido el mismo que en sesión ordinaria del Ilustre Concejo Cantonal de Loja el 31 de marzo de 1942, se cristaliza dicha aspiración con el nacimiento en la parroquia rural Gualel perteneciente a la jurisdicción del cantón Loja. Se dice que sus primeros habitantes son descendientes de Guanazan, de apellidos Sánchez-Angamarca.

### 4.2.2.2. Cultura

La parroquia es dueña de una tradición milenaria en manifestaciones culturales y gastronómicas, de vocación agrícola y ganadera, donde la costumbre y la tradición se remonta a épocas ancestrales, sus actividades ligadas a la fe religiosa de manera especial a la sagrada imagen de la Virgen de El Cisne, reciben cada año a miles de romeriantes que de diferentes latitudes del país acuden a visitarla en su santuario y que pasan por la cabecera parroquial, por ser un paso obligado desde otras parroquias vecinas. Peculiar importancia tiene

su exquisita gastronomía especialmente de sus platos típicos: choclo con queso (maíz tierno), cuy asado con papa, estofado de cuy, caldo de gallina criolla, tortillas de maíz gualo (maíz a medio madurar), el aguado de leche (aguardiente con leche endulzada), dulces y majares elaborados con productos del lugar, se constituyen en delicias de sabor para propios y extraños.

# 4.2.2.3. Zonas Agropecuarias

Los cultivos presentes en la parroquia, se clasifican de la siguiente manera:

- Cultivos de ciclo corto. \_ asociación que incluyen cultivos de consumo interno o comercial, cuyo ciclo vegetativo no excede de un año, los principales productos de la zona dentro de este rango son: arveja, lenteja, trigo, cebada, papa, melloco, hortalizas y plantas mediciones.
- Cultivos de ciclo largo. \_ en este grupo están cultivos como: maíz, árboles frutales de durazno, granadilla, capulí, babaco, higo y tomate.
- Cultivos perennes. \_ en esta clase de cultivos se agrupan arboles de: eucalipto, pino, ciprés y aliso.

### **4.2.2.4.** Flora y fauna

### Flora

De acuerdo al (GAD, 2015) en la parroquia se encuentran las siguientes especies representativas:

Tabla 4 Flora representativa de la Parroquia Gualel

Nombre Común	Nombre Científico
Aliso	Alnus acuminata
Almizcle	Clethra fimbriata
Cashco	Weinmannia
Cedro	Cedrela montana
Chincha	Chusquea
Cucharillo	Oreocallis grandiflora
Duco	Clusia
Helecho	Cyathea
Guahuel	Sn

Pteridium arachnoideum Piper
·
Rubus
Juglans
Oreopanax rosei
Prummopitys montana
Macleania rupestres
Salix
Myrcian

Fuente: (GAD, 2015) Elaboración: Franklin Puglla

### Fauna

Existe una gran diversidad de aves que se extienden por todo el territorio parroquial, el hábitat de las aves y mamíferos comprenden zonas de páramos, bosques húmedos y matorrales.

Tabla 5 Fauna representativa de la Parroquia Gualel

Nombre Común	Nombre Científico
Perico cachetidorado	Leptosittaca branickii
Mirlo negro	Turdus fuscater
Paloma	Columba fasciata
Pava barbada	Penelope barbata
Carpintero ventri barrado	Veniliornis nigriceps
Ardilla Rojiza	Sciurus granatensis
Armadillo	Dasypus novemcintus
Yamala	Mazama rufina
Venado	Odocoileus sp.
Curiquinga	Phalcoboenus carunculatus
Perdiz	Nothoprocta curvirostris

Chilalo	Furnarius cinnamomeus
Zorro	Lycalopex culpaeus reissii
Lechuza campanarina	Tyto alba
Gallinazo	Black Vulture
Erizo	Coendou quichua

Fuente: (GAD, 2015) Elaboración: Franklin Puglla

# 4.2.2.5. Eventos de importancia

Los eventos de mayor importancia que se celebran en la parroquia Gualel tiene un colorido especial en él se destaca la querencia de sus hijos a la tierra que los vio nacer que de manera transitoria migraron a otros lugares con la esperanza de encontrar mejores días llevaron como cobijo el amor a su hogar, a su tierra y a sus amigos.

Se destacan manifestaciones como la visita que cada dos años hacen los residentes de las diferentes ciudades del Ecuador que se reúnen durante los últimos 5 días del mes de diciembre, en donde participan junto a los pobladores de la parroquia Gualel de eventos deportivos, culturales y sociales para familiarizar una vez más sus relaciones de familia Los residentes en Quito, Cuenca, Zamora, El Oro y Estados Unidos y de Europa en actos de hermandad y confraternidad realizan estas actividades de diferente índole, generando actividades comerciales en estas épocas, en donde 12 familias se organizan para ofrecer gastronomía en la parroquia.

Esta actividad ha permitido generar en los jóvenes el amor por su pueblo y no olvidar sus raíces, lo que es importante para impulsar el desarrollo socioeconómico de la parroquia. Los diferentes clubes deportivos integrados por niños, jóvenes y adultos hacen gala de sus habilidades y cualidades que enriquecen el acervo patrimonial de la parroquia provocando además una dinámica económica de la que es beneficiaria la gente que habita este paraje. (GAD, 2015)

# 5. MATERIALES Y MÉTODOS

### 5.1. Materiales

Los materiales utilizados para el desarrollo de la investigación son los siguientes:

# **5.1.1. Equipos**

- Cámara
- GPS
- Impresora
- Computador
- Celular
- Memoria USB

### 5.1.2. Herramientas

- Mapas
- Material bibliográfico
- Fichas del Ministerio de Turismo
- Internet

### **5.1.3.** Insumos

- Hojas de papal boom
- Cuaderno
- Lápiz
- Borrador
- Esfero
- Carpeta

### 5.2. Métodos

La metodología utilizada para el desarrollo de la investigación se fundamentó en el uso de métodos y técnicas que permitió recopilar, organizar y analizar la información.

### 5.2.1. Método analítico

El método analítico fue utilizado durante toda la investigación, porque permitió identificar todos los componentes positivos y negativos que se encuentra dentro del lugar de estudio.

### 5.2.2. Método deductivo

A través de este método se pudo analizar los resultados de las entrevistas realizadas mediante el mismo determinar los aspectos más importantes para realizar la propuesta de Agroturismo en la finca ANSIS.

### 5.3. Técnicas

Para realizar la recopilación de información primaria y secundaria se realizó con las siguientes técnicas.

#### 5.3.1. Observación Directa

Mediante esta técnica permitió evidenciar la realidad de la finca ANSIS y los aspectos más relevantes con los que cuenta el lugar y de esa forma cumplir con los objetivos planteados.

### 5.3.2. Entrevista

La entrevista estuvo dirigida a los actores principales quienes formaron parte del desarrollo del proyecto entre ellos el GAD Parroquial, propietarios de la finca que son quienes facilitaron la información requerida y necesaria (Anexo 1).

### 5.3.3. Matriz FODA

El análisis de la matriz FODA fue fundamental para determinar las estrategias de planeación que permitieron con el cumplimiento del segundo objetivo, determinando cuales son los campos donde se debe mejorar y potenciar. Para realizar la matriz se trabajó con los propietarios de la finca ya que cuentan con un amplio conocimiento de todo el manejo de la misma.

### 5.3.4. Técnica de recolección bibliográfica

Mediante esta técnica permitió seleccionar los documentos con información, datos y realidades para realizar una investigación acertada, así mismo permitió tener una evaluación efectiva de los documentos investigados con lo que se está planteando.

# 5.4. Metodología por objetivos

**5.4.1. Para el cumplimiento del primer objetivo:** Realizar el diagnóstico situacional de la parroquia Gualel del cantón y provincia de Loja.

Se realizó mediante tres fases con base al manual de diagnóstico turístico de (Ricaurte, 2013).

# 5.4.1.1. Fase del diagnóstico

En la fase del diagnóstico se determinó lo siguiente:

- El tipo y enfoque de planificación. Se desarrolló un proceso de evaluación para determinar los objetivos y metas de la investigación.
- Delimitación del destino y producto turístico. Se determinó el área de estudio en donde se desarrolló la investigación.
- Revisión de información secundaria. Es toda la información que se contrasta con la información primaria.
- Planificación del trabajo de campo. Aquí se realizaron todas las actividades como: entrevistas, fotografías, jerarquización de los atractivos, etc.

# 5.4.1.2. Fase de recolección de información de campo

Para realizar la recolección de información se utilizó:

- Entrevistas. Las cuales estuvieron dirigidas a los propietarios de la finca y a la Junta Parroquial Rural de Gualel.
- Para el inventario de atractivos. Se utilizó la ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos del (MINTUR, 2017).
- Georreferenciación de los atractivos. Permitió determinar el lugar en donde se encuentran ubicados los atractivos en la finca ANSIS. A través de GPS (World Geodetic System WGS 1984, Universal Transverse Mercator, UTM).
- Para identificar los aspectos internos y externos. Se utilizó la matriz de Análisis FODA.

# 5.4.1.3. Fase de análisis y sistematización de resultados

Con el propósito de lograr la diversificación productiva de la finca Agroturistica por medio de un aprovechamiento sostenible de los recursos disponibles. Asimismo, se debe fortalecer el concepto de familia campesina con enfoque de género y en lo posible beneficiar al mayor número de miembros de la comunidad donde se desarrolle el proyecto.

# 5.4.2. Para el cumplimiento del segundo objetivo

Diseñar una propuesta Con base al diagnóstico se diseñó la propuesto de acuerdo a los siguientes pasos:

- Se zonificó las áreas de uso turístico de acuerdo a las características y condiciones físicas que presenta la finca.
- Definición de las actividades y servicios turísticos a ofrecer.
- Determinación de la infraestructura e insumos necesarios.
- Elaboración de la propuesta de promoción del producto turístico.

## 5.4.3. Para dar cumplimiento al tercer objetivo

Socializar la propuesta de Agroturismo en la Finca ANSIS, a los propietarios y personas interesadas en el proyecto.

Se utilizó el Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARP) que consistió en el desarrollo de un taller participativo con tres fases que serán el previo, socialización y conclusiones.

- **5.4.3.1. Fase previa:** Se realizó una reunión con los representantes involucrados en la investigación.
- **5.4.3.2. Fase de socialización**: Se presentó a los participantes la propuesta mediante una socialización del estudio realizado.
- **5.4.3.3. Recomen:** Mediante la socialización se llegó a determinar las recomendaciones para el proyecto.

# 6. RESULTADOS

- 6.1. Diagnóstico situacional de la parroquia Gualel del Cantón y Provincia de Loja
- 6.1.1. Ubicación Geográfica de la Parroquia Gualel

+ SIMBOLOGÍA PARROQUIAS DEL CANTÓN LOJA CHANTACO CHUQUIRIBAMBA ELCISNE **GUALEL** JIM BILLA MALACATOS (VALLADOLID) QUINARA SAN LUCAS SAN PEDRO DE VILCABAMBA SANTIAGO TAQUIL (MIGUEL RIOFRIO) VILCABAM BA (VICTORIA) YANGANA (ARSENIO CASTILLO) + + 660000 680000 700000

Figura 2 Ubicación geográfica de la Parroquia Gualel

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla Límites: Los límites parroquiales de Gualel, son:

Norte: Parroquia San Pablo de Tenta del Cantón Saraguro.

Sur: Parroquias de Chuquiribamba y El Cisne.

Este: Parroquia de Santiago

Oeste: Parroquia El Cisne del cantón Loja; y las parroquias Morales y Salatí del

cantón Portovelo de la Provincia de El Oro.

## 6.1.2. Datos generales de la parroquia Gualel

**Tabla 6 Datos Generales de La Parroquia Gualel** 

Concepto	Descripción
Concepto	Descripcion
País	Ecuador
	Louddon
Provincia	Loja
Cantón	Laia
Canton	Loja
Creación	La ordenanza de creación de la parroquia Gualel, fue considerada en tres de sesiones realizadas por el llustre Concejo Cantonal, plasmándola en el Acta Nº 26 del 31 de
	Marzo de 1942.
Superficie	De acuerdo al Plan Participativo de Fortalecimiento de la
	Democracia y Desarrollo del Cantón Loja, la parroquia
	Gualel representa el 5,4% (102,5 km2) de la superficie total del cantón.
Población	
Altura	La parroquia Gualel cuenta con 3500 habitantes.  El rango de altitud de la parroquia va desde los 3.800
Aitura	m.s.n.m. a los 1.800 m.s.n.m.
Clima	Templado – Húmedo
Precipitación	Las precipitaciones en la Parroquia Gualel comprenden un
•	rango que va desde 1000 a 1750 mm de precipitación,
Temperatura	Fluctúa entre 10° C y 13° C, temperatura promedio
Fiestas	Fiestas de Parroquialización 20 de junio
Cívicas y	7 de octubre, en honor a Nuestra Señora del Rosario
Religiosas	
Atractivos	Cascada San Francisco
Turísticos	Cascada Humutu
	Laguna Zuriguiña
	Piedra Bola

#### 6.1.3. Oferta de servicios

En la parroquia Gualel no existen establecimientos de servicios turísticos que se encuentren registrados en el catastro. Sin embargo, algunas familias se han organizado para brindar el servicio de hospedaje y alimentación. Esto lo realizan conjuntamente en coordinación con el GAD Parroquial Rural de Gualel

En lo que tiene que ver a hospedaje existen 30 casas que ofrecen este servicio para las personas coordinado con la Pre-asociación de turismo comunitario y solidario de la Parroquia.

En cuento al servicio de alimentación cuenta con dos restaurantes y dos puestos de comida que se encuentran ubicados en el mercado central de la parroquia.

#### 6.1.4. Infraestructura de Servicios Básicos

#### 6.1.4.1. Accesibilidad

Dentro del territorio de la parroquia Gualel, existe una vía principal de tipo lastrada angosta, misma que se une a la cabecera parroquial y el resto de comunidades desde El Cisne y Chuquiribamba, existen dos entradas principales a la parroquia cuya longitud es de aproximadamente 22.137 km.

## 6.1.4.2. Transporte

El único medio de transporte que presta los servicios a la parroquia es la cooperativa Sur Oriente, con sus diferentes horarios, sin embargo, en épocas invernales la ruta por la vía Chuquiribamba se ve interrumpida por los múltiples deslizamientos que se presentan. El costo del pasaje es de 2,70 dólares y el tiempo estimado para llegar a la parroquia desde la ciudad de Loja es de 3 horas.

**Tabla 7 Transporte** 

Cooperativa	Ruta	Horario		
Sur Oriente	Loja – Gualel	05H45	15H00	16H00
	Gualel – Loja	04H00	6H00	13H00

#### 6.1.4.3. Comunicaciones

### Telefonía Fija

El sector de la cabecera parroquial es el único que tiene servicio de telefonía pública, cubriendo el 10% de la población. Existen 5 teléfonos públicos distribuidos en: escuela, colegio, convento parroquial, subcentro salud Junta parroquial, y servicios de cabinas telefónicas.

#### Telefonía móvil

La cobertura de telefonía móvil es limitada en algunos casos, sin embargo, está presente en todos los barrios de la parroquia. Las señales telefónicas identificadas pertenecen a las empresas Claro y Movistar sin embargo la señal es débil, ya que recibe las ondas de las antenas ubicadas en las parroquias: San Pedro de la Bendita, Chuquiribamba y El Cisne. Por tal motivo es necesaria la instalación de antenas dentro del territorio parroquial, que permitan ampliar y mejorar la cobertura de este servicio.

#### Internet

Gualel, es una de las parroquias con mayor índice de déficit en la disponibilidad de internet, sin embargo, la parroquia cuenta con un Infocentro y un local de alquiler informático.

#### 6.1.4.4. Sanidad

## Agua Potable

El agua para el consumo humano empleado en la cabecera parroquial proviene de la quebrada llamada Musker, de la cual se capta un caudal de 6,365 litros por segundo. El agua es sometida al tratamiento que incluye etapas como: sedimentación, filtrado y cloración. Finalmente, el caudal dispone para la utilización es de 4,5 litros por segundo. La capacidad de almacenamiento del tanque es de 100 metros cúbicos, los barrios de esta parroquia no cuentan con este servicio.

#### Sistema de Alcantarillado

El actual sistema de alcantarillado de la cabecera parroquial es el único donde se efectúa la recolección de aguas servidas, mediante tuberías que desembocan en el tanque de lixiviación de efluentes ubicado en el barrio El Dorado.

#### Servicio de Recolección de Basura

El servicio de recolección de basura se encuentra a cargo de la Municipalidad del cantón Loja, esta recolección la realizan en cuatro niveles, a nivel de domicilio utilizando un carro recolector de basura, por contenedores, barrido manual y recolección separada de los desechos bio-peligrosos.

#### Salud

En la parroquia Gualel existe dos centros de Salud Pública: un Dispensario Médico del Ministerio de Salud y el Seguro Campesino del IESS, el Centro de Salud cuenta con servicio médico general y de Odontología, entre el personal médico se registra la presencia de un doctor en medicina general, un odontólogo, un enfermero y dos jóvenes técnicos en atención primaria de salud.

De acuerdo a la información de campo, el médico atiende un promedio de 10 pacientes por día, el número de pacientes se incrementan los días lunes y miércoles en donde se atienden 20 en promedio pacientes, esta dinámica se repite todas las semanas.

El centro médico no cuenta con una infraestructura adecuada, actualmente arriendan una casa que no reúne las condiciones para prestar los servicios médicos.

El Seguro Social Campesino se encuentra ubicado en el barrio Bahín, cuenta con edificación propia, con instalaciones aceptables.

## 6.1.4.5. Energía

El 96,6% de la población de la parroquia Gualel que corresponde al sector rural, cuenta con servicio de energía eléctrica a excepción de los barrios San Francisco, San Juan y Gulaspamba, Los Pinos que corresponde a un 5% de viviendas que por estar dispersos y no completan el número de habitantes que requieren de acuerdo a las políticas de la Empresa Eléctricas.

### 6.1.5. Comunidad receptora

El modelo de producción de la parroquia, se orienta a la producción en fincas integrales, con el conocimiento heredado de sus padres y carecen de tecnologías apropiadas para potencializar y garantizar un aumento productivo y mejores ingresos a las familias; es natural que las actividades agropecuarias, no se concentren en una sola finca, cuentan con predios pequeños en diferentes lugares, teniendo que caminar 6 horas diarias para el manejo del ganado vacuno al soqueo (amarados), en la mayoría de los casos.

En la parte organizativa, no se ha logrado generar espacios para la construcción de una economía comunitaria, como eje transversal del desarrollo comunitario, con principios de equidad, trabajo, sostenibilidad, cooperación, sin fines de lucro, compromiso con el entorno, lo que conlleva a convivir con la sociedad y generar cooperativismo que permita implantar el modelo cooperativo para la producción y mejorar los ingresos de cada uno de los miembros de la organización.

# Dinamización de la economía a través del turismo comunitario y solidario

En la actualidad se encuentra conformado un grupo capacitado en temas de turismo, que es la Pre-asociación de turismo comunitario y solidario con la finalidad de ofertar el servicio de convivencia comunitaria, para el efecto se cuenta con viviendas patrimoniales para alojamiento de los turistas. La parroquia cuenta con importantes cascadas como son cascada San Francisco y cascada Humutu, en las que se puede practicar deportes extremos como es el cayoning.

#### 6.1.6. Datos generales de la finca ANSIS

Tabla 8 Datos generales de La finca ANSIS

Concepto	Descripción
Extensión	La extensión total de la finca ANSIS es de 180 hectáreas, de donde se divide la mayor parte de extensión de la finca en pastizales y bosques, mientras tanto que 4 hectáreas están dirigidas a la producción agrícola.
Clima	Posee un clima Templado – húmedo
Altura	2505 m.s.n.m.

Flora	<ul> <li>Romerillo</li> <li>Llashipa</li> <li>Mora</li> <li>Nogal</li> <li>Laurel</li> <li>Capulí</li> <li>Durazno</li> <li>Tomate</li> </ul>
Fauna	<ul> <li>Zorro</li> <li>Venado</li> <li>Mirlo</li> <li>Palomas</li> <li>Animales domésticos</li> </ul>

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

#### 6.1.6.1. Análisis de la finca ANSIS

La finca ANSIS propiedad de la familia Angamarca Sisalima se encuentra ubicada en el barrio San Francisco de la parroquia Gualel Cuenta con una gran variedad de producción agrícola de las cuales destacamos el cultivo de plantas medicinales que son utilizadas para la elaboración de la horchata bebida tradicional y ancestral de la provincia de Loja, además existen una gran variedad de hortalizas, tubérculos y plantas frutales que se encuentran en los diferentes huertos situados en la finca, es por ello que nace la oportunidad de vincular esta actividad con el turismo.

Las características con las que cuenta la finca son muy favorables para el desarrollo de la actividad turística.

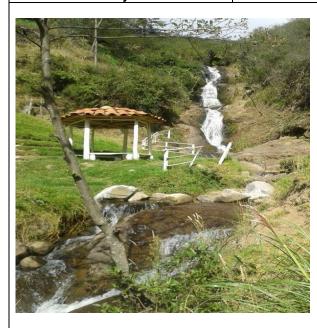
- Tiene accesibilidad hacia la finca por medio de la vía Chuquiribamba Gualel
- Cuenta con atractivos turísticos de gran interés
- Cuenta con servicios básicos (Agua potable, energía eléctrica y telefonía móvil)
- Cuenta con un lugar para dar alojamiento y alimentación a los visitantes

Mediante las entrevistas realizadas al propietario de la finca se pudo determinar las características con las que cuenta el lugar, y de esa forma adoptar la parte turística con el fortalecimiento de la misma.

## 6.1.7. Atractivos Naturales y Culturales de la Finca ANSIS

#### **Tabla 9 Cascada San Francisco**

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Cascada San Francisco		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
SITIOS NATURALES	RIOS	CASCADAS
SITIOS NATURALES PROVINCIA:	RIOS  CANTÓN:	CASCADAS  LOCALIDAD:



#### Ubicación:

Provincia de Loja, Cantón Loja, Parroquia Gualel, barrio San Francisco.

#### Características:

La cascada San Francisco, tiene una caída de aproximadamente de 15 metros de altitud se encuentra ubicada en el barrio San Francisco a 10 minutos en vehículo del centro de la parroquia, cuenta con área verde y natural característica del sector, lugar apropiado para el descenso de la cascada para el cual cuentan con equipo para la práctica de este deporte.

#### Recomendaciones:

- Llevar ropa ligera
- Bloqueador Solar
- Gorra o Sombrero
- Poncho de agua

## **Actividades Turísticas:**

- Fotografía
- Cayoning
- Observación de la flora y fauna del lugar

#### Tabla 10 Piedra Bola

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Piedra Bola		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
SITIOS NATURALES	FENÓMENOS ESPELEOLÓGICOS	CUEVA O CAVERNA
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loia	Loja	Gualel



#### Ubicación:

Provincia de Loja, Cantón Loja, Parroquia Gualel, barrio San Francisco.

#### Características:

La piedra bola se encuentra ubicado entre las parroquias Chuquiribamba, Santiago y Gualel a dos horas del barrio san Francisco por un camino de herradura, donde antiguamente transitaban los habitantes de la parroquia Gualel hacia la parroquia Santiago.

Es una piedra bastante grande donde la parte superior puede soportar hasta 20 personas donde pueden subir para la toma de fotografías, de acuerdo a las investigaciones es una roca volcánica.

En el parte interior tiene cavidades naturales de mediana dimensión donde se puede acampar.

#### Recomendaciones

- Llevar ropa ligera
- Botas de Caucho
- Bloqueador Solar
- Gorra o Sombrero
- Poncho de agua

#### **Actividades Turísticas**

- Fotografía
- Caminata
- Observación de la flora y fauna del lugar

#### **Tabla 11 Molienda ANSIS**

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
Molienda ANSIS		I
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
MANIFESTACIONES CULTURALES	REALIZACIÓN TÉCNICAS CULTURALES	ARQUITECTURA
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Gualel



#### Ubicación:

Provincia de Loja, Cantón Loja, Parroquia Gualel, barrio San Francisco.

#### Características:

La molienda ANSIS se encuentra ubicada en el barrio San Francisco se debe ascender 10 minutos por un camino de herradura hasta llegar al lugar.

La molienda fue construida íntegramente con materiales que la naturaleza brinda. Cuenta con paredes de bahareque y dos piedras grandes que con la fuerza del agua giran y va moliendo los granos.

Los productos son comercializados en la parroquia Gualel y el cantón Catamayo.

#### Recomendaciones

- Llevar ropa ligera
- Bloqueador Solar
- Gorra o Sombrero
- Poncho de agua

#### **Actividades Turísticas**

- Fotografía
- Observación de la flora y fauna del lugar

**Tabla 12 Cultivos de Plantas Medicinales** 

NOMBRE DEL ATRACTIVO:		JERARQUÍA:
CULTIVOS DE PLANTAS MEDICINALES		RECURSO
CATEGORÍA: TIPO:		SUBTIPO:
MANIFESTACIONES CULTURALES	ACERVO CULTURAL Y POPULAR	MEDICINA ANCESTRAL
PROVINCIA:	CANTÓN:	LOCALIDAD:
Loja	Loja	Gualel



#### Ubicación:

Provincia de Loja, Cantón Loja, Parroquia Gualel, barrio San Francisco.

#### Características:

El cultivo de las plantas medicinales ancestrales se considera como un recurso que identifica la cultura y la identidad que aún se conserva en este lugar. Estas plantas medicinales y aromáticas se utilizan para la elaboración de la bebida tradicional de Loja conocida como horchata, para la cual se utilizan 28 plantas medicinales

#### Recomendaciones

- Llevar ropa ligera
- Bloqueador Solar
- Gorra o Sombrero
- Poncho de agua

#### **Actividades Turísticas**

- Fotografía
- Caminatas

## 6.1.8. Análisis de la Matriz FODA

Tabla 13 Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul> <li>Cuenta con una gran variedad de producción agrícola.</li> <li>Atractivos turísticos que se encuentran dentro de la finca.</li> <li>Conservan las costumbres y tradiciones ancestrales.</li> <li>Cuenta con una vía de acceso a la finca.</li> <li>Tiene un agradable paisaje natural</li> </ul>	<ul> <li>Se encuentra cerca de la parroquia el cisne la misma que cuenta con una gran afluencia de turistas durante todo el año.</li> <li>El agroturismo es una actividad que cada vez cuenta con más interesados.</li> <li>El apoyo por parte de la autoridad local.</li> <li>Desarrollo de estrategias asociativas entre el sector público Gad Parroquial y sector privado propietarios de la finca.</li> </ul>
Debilidades	Amenazas
<ul> <li>No cuenta con instalaciones suficientes para recibir a los turistas.</li> <li>Las personas y propietarios que laboran en la finca no cuentan con una capacitación en el manejo de grupos y atención al turista.</li> <li>La cobertura de telefonía móvil es limitada.</li> </ul>	<ul> <li>Temporales invernales</li> <li>Perdida de la identidad cultural</li> </ul>

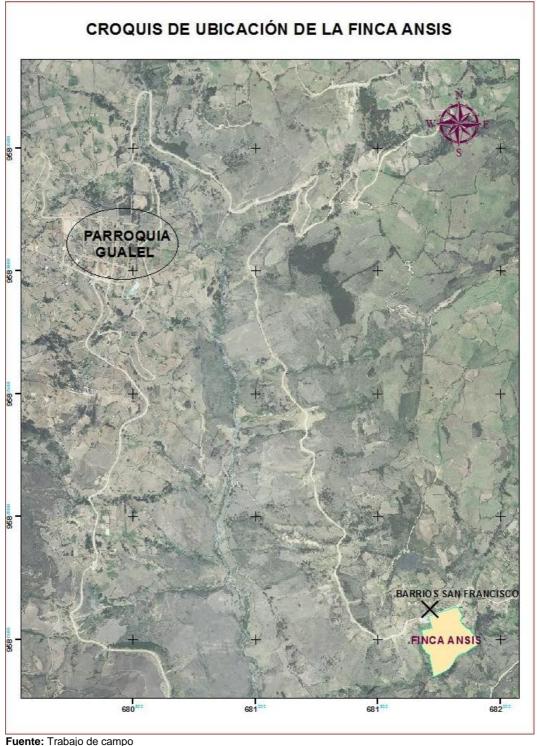
Tabla 14 Estrategias FODA

	Fortalezas	Debilidades
	Cuenta con una gran variedad de	Las personas y propietarios que
	producción agrícola	laboran en la finca no cuentan con una
Estrategias FODA	Atractivos turísticos que se encuentran dentro de la finca	capacitación en el manejo de grupos y atención al turista.
Lottatogido i OBA	Conservan las costumbres y tradiciones ancestrales	La cobertura de telefonía móvil es limitada.
	Tiene una gran extensión de territorio	No cuenta con instalaciones necesarias
	Cuenta con una vía de acceso a la finca	para recibir a los turistas. (Alojamiento)
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
Se encuentra cerca de la parroquia el cisne		Desarrollar un programa de
la misma que cuenta con una gran afluencia de turistas durante todo el año.	Generar un plan de promoción y difusión	capacitación para los propietarios de la finca.
El agroturismo es una actividad que cada		
vez cuenta con más interesados.		Implementación de infraestructura para
Desarrollo de estrategias asociativas entre el		recibir a los turistas.
sector público Gad Parroquial y sector		
privado propietarios de la finca  Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
Temporales invernales	Proponer charlas acerca de la	Fomentar la práctica del turismo
Perdida de la identidad cultural	importancia de mantener las practicas	relacionado con la actividad agrícola
	ancestrales en el manejo de los cultivos.	manteniendo las técnicas ancestrales.

# 6.2. Propuesta de agroturismo en la finca ANSIS de la parroquia Gualel del Cantón y Provincia de Loja

## 6.2.1. Ubicación de la Finca ANSIS

Figura 3 Ubicación de la finca ANSIS



La propuesta del producto de agroturismo en la finca permite diversificar las

actividades que se realizan dentro de la misma aprovechando los recursos

naturales y culturales que posee.

El diseño del producto para la finca agroturística contribuye al desarrollo

económico de la localidad generando una nueva alternativa que tenga los

turistas para visitar la parroquia de una manera amigable con el ambiente,

ofreciendo producto y servicios de calidad, garantizando la satisfacción de

nuestros clientes y público en general.

6.2.2. Misión

Figura 4 Misión

"La finca Agroturistica ANSIS está enfocada en el desarrollo del agroturismo

en la parroquia Gualel, ofreciendo producto y servicios de calidad,

garantizando la satisfacción de nuestros clientes."

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

6.2.3. Visión

Figura 5 Visión

Para el 2023 ser una empresa líder en el desarrollo de actividades

agroturísticas en el país, brindando servicios turísticos diversos con

responsabilidad cultural, social y ambiental, y servir de ejemplo para que otras

iniciativas se desarrollen en el campo.

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

6.2.4. Slogan

El slogan está determinado de acuerdo con las características de la finca

Agroturistica dando valor a la naturaleza y cultura.

"IDENTIDAD CULTURAL Y NATURAL EN SU MAXIMA EXPRESIÓN"

44

#### 6.2.5. Marca



Figura 6 Marca

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

#### Descripción

La marca representa la biodiversidad (biológica, cultural, agrícola) con la que cuenta la finca, aquí se observa una casa rustica de chimenea identificativo de la zona y que servirá como alojamiento para los visitantes. La parte de azul representa la quebrada San Francisco que baja desde el cerro y pasa por la finca sirviendo para el funcionamiento de la Molienda.

La parte norte identifica los cerros donde se puede observar las parroquias Gualel y Chuquiribamba donde se encuentra una gran variedad de flora y fauna. también se encuentra gran cantidad de espacios verdes como pastizales para el ganado, y también de los cultivos representativos de la finca.

El caballo representa una forma de vida que tienen los habitantes para el trabajo y transporte de los productos que se producen, para movilizarse a los diferentes

lugares dentro de las fincas. De igual manera simboliza una de las actividades que se va a desarrollar como es la cabalgata.

#### 6.2.6. Promesa de Venta

Disfruta de dos días de experiencias únicas compartiendo actividades agrícolas, culturales, de aventura y gastronómicas, en un ambiente rodeado de naturaleza con una excelente atención.

### 6.2.7. Atractivos Naturales y Manifestaciones Culturales

#### Cascada San Francisco

La cascada San Francisco antes conocida como cascada Durdur se encuentra ubicada en la finca ANSIS del barrio San Francisco. Las aguas cristalinas y el paisaje verde y natural característica del sector le ofrecen un contacto directo con el ecosistema, la zona es ideal para realizar deportes extremos como es el canyoning. Esta actividad ya tiene varios meses en funcionamiento a cargo del Gad Parroquial quienes dotan de los implementos para los turistas.

#### Piedra Bola

La piedra bola es una roca grande situada en el cerro con capacidad para más de 20 personas en donde se pueden tomar fotografías y hacer postales por parte de los turistas.

Antiguamente la población de Gualel caminaba a comprar la mercadería para el hogar desde su parroquia hasta Santiago, Las Juntas y cruzaban por este sector de la parte alta. En este lugar también se realizan las festividades en honor a la Santa Cruz en el mes de noviembre donde existe una capilla y una cruz a lado de la Piedra Bola símbolo de los feligreses.

#### Molienda ANSIS

La Industria Molinera ANSIS se encuentra ubicada en el barrio San Francisco en la finca propiedad de la familia Angamarca Sisalima, para llegar al lugar se debe ascender 10 minutos por un camino de herradura característico del lugar.

La molienda fue construida íntegramente con materiales que la naturaleza brinda. Cuenta con paredes de bahareque y dos piedras grandes que con la fuerza del agua giran y van moliendo y procesando los productos como son harina de trigo y aliños.

## Cultivos de plantas medicinales

El cultivo de las plantas medicinales ancestrales se considera como un recurso que identifica la cultura y la identidad que aún se conserva en este lugar. Estas plantas medicinales y aromáticas se utilizan para la elaboración de la bebida tradicional de Loja como es la horchata para ello se utilizan 28 plantas medicinales, entre las más representativas se tiene: cedrón, ataco, hierbaluisa, manzanilla, malva olorosa, esencia, escancel, orégano dulce, congona, linaza, hoja de naranja, entre otras especies de crecimiento rápido.

El tiempo de desarrollo de las plantas en la tierra depende de varios factores como: abono, agua, vitaminas, etc. Las familias utilizan, principalmente, para tratar enfermedades y dolencias.

#### 6.2.8. Nombre del Producto

#### 6.2.8.1. Finca Agroturistica "ANSIS"

- Finca: Es una extensión de terreno que se encuentra ubicado en una zona rural.
- Agroturistica: Es la vinculación de la actividad agrícola con el turismo.
- ANSIS: Las siglas "ANSIS" es debido a las iniciales del apellido de la familia Angamarca Sisalima.

## 6.2.9. Medios de trasporte

Para llegar a la finca se lo puede realizar mediante transporte público en la Cooperativa Sur Oriente, que cumple con el trayecto que va desde la ciudad de Loja por las parroquias el Cisne y Chuquiribamba hasta llegar a la parroquia Gualel, en tres horarios desde la ciudad de Loja a las 05h45, 13h00y 16h00. También lo puede realizar mediante trasporte particular por la vía Chuquiribamba el Cisne hasta llegar a la finca.

En temporadas de invierno no existe mantenimiento vial por lo que es difícil el acceso en vehículos pequeños.

En la parroquia también existe la asociación de camionetas Reina del Cisne que realizan el transporte a los diferentes barrios y que pueden ser utilizados para llegar hasta la finca. Se encuentran ubicados en el parque central de la parroquia dispuestos a ofrecer su servicio.

## 6.2.10. Descripción de las actividades que se van a realizar

Las actividades que se van a realizar dentro del producto se desarrollan de acuerdo a las costumbres y tradiciones de esta zona rural y de los atractivos que posee.

#### 6.2.10.1. Caminatas

Se realizarán caminatas dentro de la finca por los cultivos hasta llegar a los atractivos. Las caminatas por los cultivos serán cortos ya que se encuentran cerca del lugar de alojamiento.

Para llegar a los atractivos son recorridos más largos especialmente a la Piedra Bola que tendrá una duración de dos horas, para llegar a la cascada San Francisco una duración de diez minutos y para llegar a la molienda se tomará un tiempo de unos veinte minutos.



Figura 7 Espacios para las caminatas

### 6.2.10.2. Paseo en caballo

Para las personas que quieran realizar esta actividad y disfrutar de la experiencia de un paseo en caballo por caminos de herradura observando la belleza paisajista que posee este lugar. Para lo cual se tendrá personal capacitado para la seguridad de las personas.



Figura 8 Ganado equino o caballar para los paseos

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

## 6.2.10.3. Observación de flora y fauna

El cerro mirador cuenta con una gran variedad de flora y fauna donde los turistas podrán observar durante el recorrido, las especies características de este tipo de ecosistemas son: moras, achupallas, llashipa, entre otras.

Según información brindada por los propietarios de la finca se observan, zorros, venados, guanchacas, mirlos, palomas, etc.

Figura 9 Especie de Flora



Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

## 6.2.10.4. Vivencias de actividades agrícolas

Los visitantes podrán realizar las siguientes actividades de demostración:

#### Cultivos

Se debe considerar que desde tiempos antiguos los agricultores observaron la influencia de las fases de la luna en la producción de los cultivos. Es por ello que para el cultivo de los diferentes productos en la finca están de acuerdo a estas creencias. Los cultivos que se producen en la finca se realizan en dos ciclos tales como:

### Cultivos de ciclo corto

Se encuentran los siguientes productos: arveja, maíz, papa, melloco, hortalizas y plantas medicinales.

## Cultivos de ciclo largo

En este grupo están cultivos como: árboles frutales de durazno, granadilla, capulí, babaco, y tomate.

#### Cosechas

Los turistas tendrán la oportunidad de realizar la cosecha de los productos de manera ancestral y artesanal como lo realizan los habitantes del lugar. Se tendrán espacios específicos para desarrollar esta actividad sin alterar la producción que se desarrolla.

#### Ordeño

La práctica del ordeño se lo realizará de manera manual y con las respectivas indicaciones. Se realizará este procedimiento tal y como se le enseñaron sus ancestros.

Primero se prepara el recipiente en donde se va a depositar la leche, luego con gran cuidado la persona estimula la ubre de la vaca y va generando que salga la leche con suaves masajes, al final se deja una cierta cantidad de leche para los terneros.



Figura 10 Cultivos

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

## 6.2.10.5. Preparación de alimentos típicos

Los turistas podrán preparar los alimentos típicos del lugar como son el cuy y gallina criolla, tortillas de maíz, preparar la bebida típica como es la horchata y la elaboración de quesos.

Figura 11 Gastronomía típica del lugar



Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

## 6.2.10.6. Cayoning

Este deporte se podrá realizar en la cascada San Francisco que ya cuenta con las condiciones y equipos necesarios para la seguridad de los turistas.

Figura 12 Turista realizando cayoning en la cascada San Francisco

## 6.2.11. Tiempo y Duración del recorrido

La duración de la estancia en la finca será de dos días con el objetivo que se pueda cumplir con todas las actividades y visita a los atractivos.

## **6.2.11.1.** Itinerario

**Tabla 15 Itinerario** 

2 DIAS/ 1 NOCHE "IDENTIDAD CULTURAL Y NATURAL EN SU MAXIMA EXPRESIÓN"		
Hora	Actividad	
8:00	Llegada de los turistas a la finca y bienvenida	
9:00	Charla por parte del propietario de la finca acerca del funcionamiento de la finca	
9:30	Recorrido y explicación sobre el manejo de los diferentes cultivos que se encuentran en la finca	
10:30	Visita a la molienda ANSIS y charla sobre el funcionamiento de la misma	
12:00	Almuerzo en el restaurante de la finca con gastronomía típica del lugar	
13:00	Salida hacia el atractivo Piedra Bola, observación de flora y fauna. (El traslado se lo realiza a través de caballo y caminando)	
17:30	Retorno hacia a la finca	
18:00	Preparación y degustación de platos típicos del lugar	
19:00	Cena	
20:00	Descanso en el alojamiento de la finca	
7:00	Desayuno	
8:00	Salida hacia los corrales de ganado vacuno, observación de la práctica de ordeño	
10:00	Visita a la cascada San Francisco, realización de la práctica de cayoning	
11:30	Retorno hacia el lugar de alojamiento y adquisición de productos que se encuentran en la finca	
12:00	Almuerzo en el restaurante de la finca	
13:00	Fin de las actividades	

#### 6.2.11.2. Guion

#### Guion 2 días/1 noche

Buenos días mi nombre es Franklin Puglla, bienvenidos a la finca agro turística ANSIS, lugar donde van a permanecer dos días esperando que se sientan como en su casa y que puedan disfrutar con todo lo que se les va ofrecer. Contamos con personal capacitado que estarán dispuestos ayudarles en lo que ustedes necesiten y de la misma manera a responder todas sus inquietudes. Para el primer día se les recomienda utilizar ropa ligera, repelente, bloqueador solar, gorras.

A continuación, se les va indicar el lugar donde se van a hospedar y puedan dejar sus pertenencias, luego de eso se los invita a un desayuno típico de nuestra localidad y así iniciamos con nuestras actividades.

Para empezar, tenemos una charla con el propietario de la finca el señor José Angamarca quien va a explicar todo acerca del funcionamiento y administración de la misma.

Como primera actividad tenemos el recorrido por todos los cultivos y huertas que se encuentran en la finca, vamos a ir explicando el proceso que tiene cada producto desde la siembra hasta la cosecha, la producción de las plantas medicinales que sirven para la bebida típica de este lugar como es la horchata es la primera fuente de producción de la comunidad.

A esto se suma la producción del maíz en los meses de marzo y abril en huertas que se les denomina chacras donde se siembra frejoles, habas, caigua conocida también como la achogcha, el zapallo y el zambo también forman parte de la chacra todos los productos se siembran en un mismo periodo y son tradiciones que se han mantenido desde la antigüedad todos estos productos son naturales no se utiliza químicos, solo el cuidado que se le tiene que dar durante todo el proceso, realizando la limpia de la maleza o montes que crecen a su alrededor y aprovechando el abono de los animales domésticos como son el cuy y gallinas.

En las huertas más pequeñas se cultivan todas las hortalizas acelga, apio, borraja, espinaca, lechuga, perejil, ajo, cebolla, remolacha, zanahoria, etc. Estos cultivos se lo realizan durante todo y se requiere de mucho cuidado tanto de las plagas como de las condiciones climáticas.

Luego de haber recorrido todos los cultivos se les brindará el almuerzo y a continuación se realizará una caminata hacia los atractivos conocido como piedra bola y el cerro mirador la caminata tiene una duración de dos horas hasta llegar al lugar durante el recorrido se podrá observar una gran variedad de flora y fauna y también se podrán observar las parroquias de Gualel y Chuquiribamba desde lo alto del cerro.

Después de haber realizado esta se les mostrará la preparación del cuy y la gallina criolla en una cocina de leña y en condiciones rusticas propias de los habitantes del lugar, para la preparación de estos alimentos se utiliza los productos que se dan en el lugar. Luego se tendrá las degustaciones, la cena se realizará el cuento de una leyenda del barrio por parte de un integrante de la familia y a continuación de eso el descanso.

Para el siguiente día se les va a pedir que se levanten temprano a las 6 de la mañana se va a salir hacia los potreros para hacer la demostración del ordeño y la cuajada.

En la mañana se hará el traslado en caballo hacia donde se realiza el ordeño, aquí observaran como se conserva las costumbres para realizar esta actividad compartiendo las vivencias típicas.

Al regreso se observará la fabricación de los quesos se realizará las degustaciones, el desayuno y luego una caminata breve hacia la molienda donde se explicará todo el funcionamiento y los productos que se obtiene de una manera ecológica sin afectar el medio ambiente.

Para finalizar si alguien quiere adquirir algún producto lo puede hacer, y si tienen alguna queja o sugerencia lo pueden realizar se brindará el almuerzo y se dará por finalizado nuestros servicios.

#### 6.2.12. **Turista Potencial**

#### 6.2.12.1. Población de Referencia

Se ha tomado como población real o de referencia la población de la Provincia de Loja, las tablas 14 y 15 contienen la información de población actual y futura considerando un periodo de diseño del proyecto de 5 años.

Tabla 16 Población actual de la provincia de Loja

Censo 2010	448.966 habitantes
Tasa de crecimiento	1,15%
Año	No. Habitantes
2010	448.966
2011	454.129
2012	459.352
2013	464.634
2014	469.977
2015	475.382
2016	480.849
2017	486.379
2018	491.972

Fuente: INEC Elaboración: Franklin Puglla

Tabla 17 Población Futura de la Provincia

Años	No. Habitantes	
2018	491.972	
2019	497.630	
2020	503.353	
2021	509.141	
2022	514.996	
2023	520.919	

Fuente: INEC

Elaboración: Franklin Puglla

#### 6.2.12.2. **Población Demandante Potencial**

Para el proyecto se ha considerado como población demandante potencial al Cantón Loja.

Tabla 18 Población actual del Cantón Loja

Población año 2010	214.855
Tasa de crecimiento	2,27%
Años	No. Habitantes
2010	214.855
2011	219.732
2012	224.720
2013	229.821
2014	235.038
2015	240.374
2016	245.830
2017	251.410
2018	257.117

Fuente: INEC Elaboración: Franklin Puglla

Tabla 19 Población futura del Cantón Loja

Años	No. Habitantes
2018	257.117
2019	262.954
2020	268.923
2021	275.028
2022	281.271
2023	287.656

Fuente: INEC

Elaboración: Franklin Puglla

#### 6.2.12.3. Población Demandante Efectiva

Se trabaja con un índice de crecimiento de 1%, ya que se aspira a que una vez implementado el proyecto exista un incremento en la población. El 1% se adopta para proyectos ubicados en la Sierra y Oriente.

Tabla 20 Población actual de la Parroquia Gualel

Población año 2010	2.060
Tasa de crecimiento	-1,10%
Años	No. Habitantes
2010	2.060
2011	2.037
2012	2.015
2013	1.993
2014	1.971
2015	1.949
2016	1.928
2017	1.907
2018	1.886

Fuente: INEC

Elaboración: Franklin Puglla

Tabla 21 Tabla 18 Población futura de la Parroquia Gualel

Población año 2018	1.886
Tasa de crecimiento	1,00%
Años	No. Habitantes
2018	1.886
2019	1.905
2020	1.924
2021	1.943
2022	1.963
2023	1.982

Fuente: INEC

Elaboración: Franklin Puglla

## 6.2.13. Determinación y selección de los servicios a incluir

Los servicios que se incluirán en la finca para brindar un mejor servicio y comodidad de los turistas serán los siguientes:

## 6.2.13.1. Alojamiento

Por las condiciones del lugar y con el fin de conservar el patrimonio cultural de la zona se realizará una remodelación de la casa que está construida de adobe, para dar alojamiento a las personas.

#### 6.2.13.2. Alimentación

Se brindará el servicio de alimentación con platos típicos de la comunidad aprovechando todos los productos que se dan en la finca. A continuación, se describe el menú a ofrecer:

#### Menú

**Desayuno:** horchata, pan, queso, jugo de tomate,

leche, mote pillo.

Almuerzo: caldo de gallina criolla, seco de gallina,

cuy asado, jugo de babaco y jugo de tomate.

Cena: tortillas de maíz, café, cuy asado, horchata,

piñada.

## 6.2.13.3. Venta de productos

Los turistas podrán adquirir los productos que se dan en la finca como son hortalizas, plantas medicinales, quesos, leche etc.

#### 6.2.13.4. Guianza

En la finca se contará con personal capacitado conocedora del campo que realizará la guianza e interpretación durante todo el recorrido.

# 6.2.14. Zonificación de la finca para el funcionamiento del producto agroturístico

La extensión total del proyecto es de cuatro hectáreas de las cuales se encuentran divididas en tres áreas principales. Administrativo, de alojamiento y alimentación, área de vivienda familiar y de cultivos.

- Administrativo: Un espacio en el cual se puedan llevar registros de las actividades del lugar. También destinado para la administración de la finca y recepción.
- Alojamiento: Tendrá una capacidad para 15 turistas en habitaciones triples.
- Alimentación: El área de alimentación distribuida en la cocina y el comedor con una capacidad para 15 personas.
- Cultivos: En esta área se encontrarán todos los cultivos agrícolas de la finca,
   dispuestos para la demostración a los visitantes especialmente el cultivo de

- plantas medicinales. A parte de estos cultivos también se encuentra hortalizas, tubérculos, maíz, arveja y árboles frutales.
- Vivienda familiar: Esta área no se involucra en la parte de operación del proyecto ya que aquí se encuentran la vivienda de las personas que habitan en la finca

Además de estas áreas se debe considerar se encuentran establecidas los espacios para la ganadería, donde existe grandes extensiones de pastizales, razón por la cual no se encuentra considerado dentro del croquis de la finca.

Se debe destacar que para la circulación dentro de las áreas antes mencionadas se encuentra diseñado un sendero (camino de herradura) que permite el fácil acceso por todos los espacios agrícolas.

BARRIOS SAN FRÂNCISCO

BARRIOS SAN FRÂNCISCO

BARRIOS SAN FRÂNCISCO

CULTIVO S DE PAPA

ARROLES FRUTALES

CULTIVOS DE MATE

CULTIVOS DE MATE

MOLIENDA

DO SQUE

MOLIENDA

PLANTA S MEDICINALES (HORCHATA)

ARROLES FRUTALES

CULTIVOS DE MATE

MOLIENDA

PUENTE

MOLIENDA

PUENTE

Figura 13 Zonificación de la finca ANSIS

## 6.2.15. Plan de capacitación al personal que va a operar

Se realizará capacitaciones a los propietarios y a las personas de la comunidad interesadas en materia de turismo en temas de hospitalidad, manejo de grupos, guianza y atención al cliente.

Se realizarán charlas continuas de concienciación ambiental principalmente. Quienes estarán encargados de realizar esta actividad serán el Ministerio De Turismo y Ministerio del Ambiente.

# 6.2.16. Esquema de administración para el funcionamiento y operación para el producto turístico

El personal encargado del funcionamento son los propietarios y personas pertenecientes a la comunidad, quienes tendran una capacitación previa para su desenvolvimiento en la actividad turística, y para ofrecer un servicio de calidad a todos los visitantes.



Figura 14 Organigrama estructural

## 6.2.16.1. Organigrama Funcional

Una vez ubicados los cargos, se deben detallar las funciones que van cumplir cada uno de los cargos mencionado con anterioridad.

#### ❖ Administrador

- Elaboración de normas internas.
- Planificación de planes de actividades a desarrollar
- Determinación de proveedores.
- Vigilar el mantenimiento de la finca.

#### Guía

La persona encargada de la guianza será una persona conocedora del campo y estará orientado en las siguientes actividades:

- Informar, motivar y orientar al visitante, siempre asistiéndolo en su desplazamiento.
- Trasladar y guiar a los turistas velando por su seguridad y bienestar.
- Realizar la interpretación de atractivos naturales volviendo al turista parte activa de los mismos.

### Contabilidad y finanzas

- Manejo contable, administrativo y financiero de la Finca.
- Presentar informes periódicos a la Gerencia General.
- Control de gastos y movimientos bancarios.
- Realizar y registrar la cobranza a clientes.
- Pago a empleados.

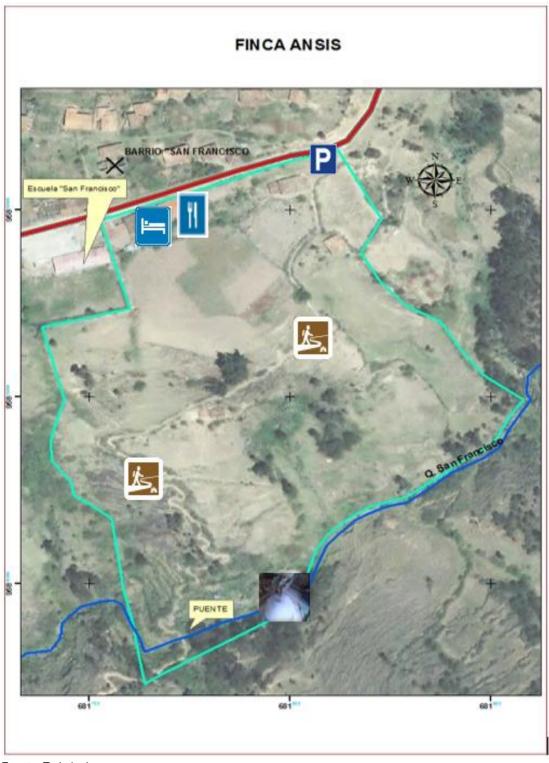
## Marketing y Publicidad

- Establecer los medios de distribución más efectivo.
- Realizar actividades de ventas de servicio y promoción.
- Análisis del mercado y competencia.
- Tríptico
- Redes sociales

#### 6.2.17. Señalética

La señaletica a utilizar en la finca permiten identificar los espacios por donde pueden circular los turistas para no afectar el entorno natural.

Figura 15 Señalética Propuesta



Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

En el diseño del producto se ha determinado la utilización de cuatro pictogramas los cuales identifican hospedaje, restaurante, parqueadero y senderismo.

Se ha determinado este tipo de pictogramas puesto que los turistas desde el momento que llegan a la finca van a tener un guía quienes van a estar al tanto para la movilización de las personas.

#### 6.2.18. Evaluacion financiera

La evaluación financiera tiene como objetivo determinar la rentabilidad del proyecto de modo financiero, por lo tanto, se establecerá la factibilidad financiera del mismo. A continuación, se detalla el resumen de la evaluación financiera del proyecto.

## 6.2.18.1. Datos generales

**Tabla 22 Datos Generales** 

Cédula 1.1: Datos generales	Anual
Inflación promedio	4,06%
Incremento anual de precios	1,12%
Ciclo financiero en Días (exceptuar dinero en caja)	15

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

**Tabla 23 Impuestos** 

COD	Cádula 1 2 Impuesto	TASA					
	Cédula 1.2: Impuesto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3			
Α	Impuesto al Valor Agregado	12%					
В	Impuesto a la utilidad	10%					
С	Impuesto a la utilidad bruta						
D	Impuesto a la venta	12%					

Tabla 24 Capacidad Instalada

	Cédula 1.3: Capacidad instalada por servicio (ocupación al 100%)									
COD	I)   Producto /		recio de Venta		Capacidad					
	Actividad	disponibl	Venta	disponibles	disponibles	es servicio	Día	Mes	Año	
1	Hospedaje	\$20	15	1	15	450	5400			
2	Alimentación	\$20	3	5	15	450	5400			
3	Cayoning	\$10	7	2	14	420	5040			
4	Guianza	\$20	3	5	15	450	5400			
5	Cabalgata	\$15	5	3	15	450	5400			

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

Tabla 25 Ocupación mensual proyectada de Año 1

	Cédula 1.5: Ocupación mensual proyectada de Año 1 (%)												
COD	Producto	Mes 1	Mes 2	Mes	Mes 4	Mes	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
1	Hospedaje	5%	10%	5%	6%	12%	5%	10%			8%	5%	12%
2	Alimentación	5%	10%	6%	5%	12%	5%	12%	12%	9%	7%	5%	12%
3	Cayoning	5%	10%	5%	5%	12%	5%	12%	12%	10%	7%	5%	12%
4	Guianza	5%	10%	5%	5%	12%	5%	12%	12%	10%	7%	5%	12%
5	Cabalgata	5%	10%	5%	5%	12%	5%	10%	11%	10%	9%	6%	12%

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

## **Inversiones iniciales**

Tabla 26 Terrenos y construcciones

COD	Terrenos y construcciones	Cantidad	\$	Importe	IVA	TOTAL
COD	Subtotal	Cantidad	Unitario	\$13.500	\$1.620	\$15.120
1	Remodelación Hospedaje	1	\$ 5.000	\$5.000	\$600	\$5.600
2	Remodelación Restaurante	1	\$ 5.000	\$5.000	\$600	\$5.600
3	Rehabilitación área agrícolas	1	\$ 2.000	\$2.000	\$240	\$2.240
4	Adecuación del sendero	1	\$ 1.000	\$1.000	\$120	\$1.120
5	Señalética	1	\$ 500	\$500	\$60	\$560

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

Tabla 27 Maquinaria y equipo diverso

COD	Maquinaria y Equipo diverso	Cantidad	\$ Unitario	Importe	IVA	TOTAL
	Subtotal			\$3.000	\$360	\$3.360
16	Maquinaria y equipos (implementos para los turistas, insumos de limpieza y utiles de aseo en hospedaje y restaurante)	1	3000	\$3.000	\$360	\$3.360

Tabla 28 Mobiliario y equipo de oficina

COD	Mobiliario y equipo de oficina Subtotal	Cantidad	\$ Unitario	Importe \$5.000	IVA \$600	TOTAL \$5.600
36	Mobiliario y equipo área hospedaje y restaurante	1	4000	\$4.000	\$480	\$4.480
37	Mobiliario y equipo de áreas naturales y sendero	1	1000	\$1.000	\$120	\$1.120

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

Tabla 29 Inversión diferida

COD	INVERSIÓN DIFERIDA	Cantidad	\$	Importe	IVA	TOTAL
	Subtotal		Unitario	\$3.000	\$360	\$3.360
61	Planos remodelación	1	2000	\$2.000	\$240	\$2.240
62	Permisos	1	500	\$500	\$60	\$560
63	Cursos capacitación personal	1	500	\$500	\$60	\$560

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

## Proyección de ingresos

Tabla 30 Proyección de ingresos anuales

COD	Concepto	Precio	Cédula 4.2: Proyección de ingresos anuales (\$)					
		Venta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
1	Hospedaje	\$20,00	\$38.223	\$44.173	\$50.251	\$56.460	\$62.802	
2	Alimentación	\$20,00	\$43.684	\$49.695	\$55.835	\$62.106	\$68.511	
3	Cayoning	\$10,00	\$25.482	\$28.344	\$31.267	\$34.252	\$37.300	
4	Guianza	\$20,00	\$16.381	\$22.087	\$27.917	\$33.876	\$39.965	
5	Cabalgata	\$15,00	\$16.381	\$20.706	\$25.126	\$29.642	\$34.256	
	TOTAL INC	GRESOS	\$140.152	\$165.005	\$190.397	\$216.336	\$242.833	

Tabla 31 Proyección de ingresos mensuales de Año 1

000	Composite	Precio		Cédula 4.4: Proyección de ingresos mensuales de Año 1 (\$)												
COD	Concepto	Venta	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	AÑO 1	
1	Hospedaje	\$20,22	\$1.911	\$3.822	\$1.911	\$2.293	\$4.587	\$1.911	\$3.822	\$4.587	\$3.822	\$3.058	\$1.911	\$4.587	\$38.223	
2	Alimentación	\$20,22	\$2.184	\$4.368	\$2.621	\$2.184	\$5.242	\$2.184	\$5.242	\$5.242	\$3.932	\$3.058	\$2.184	\$5.242	\$43.684	
3	Cayoning	\$10,11	\$1.274	\$2.548	\$1.274	\$1.274	\$3.058	\$1.274	\$3.058	\$3.058	\$2.548	\$1.784	\$1.274	\$3.058	\$25.482	
4	Guianza	\$20,22	\$819	\$1.638	\$819	\$819	\$1.966	\$819	\$1.966	\$1.966	\$1.638	\$1.147	\$819	\$1.966	\$16.381	
5	Cabalgata	\$15,17	\$819	\$1.638	\$819	\$819	\$1.966	\$819	\$1.638	\$1.802	\$1.638	\$1.474	\$983	\$1.966	\$16.381	
	TOTAL INGRE	sos	\$7.008	\$14.015	\$7.444	\$7.390	\$16.818	\$7.008	\$15.726	\$16.654	\$13.578	\$10.521	\$7.171	\$16.818	\$140.152	

# Proyección de egresos

Tabla 32 Concentrado de proyección de egresos

Cédula 5.1: Concentrado de proyección de egresos (\$)												
Concepto	Año 1 Año 2 Año 3 Año 4 Año 5											
Costos Variables	\$65.043	\$77.858	\$91.606	\$106.343	\$122.125							
Costos Fijos	\$40.483	\$44.484	\$49.469	\$55.818	\$64.080							
TOTAL EGRESOS	\$105.526	\$122.342	\$141.075	\$162.161	\$186.205							

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

Tabla 33 Proyección de costos variables anuales

	Cédula 5.2: Proyección de costos variables anuales (\$)										
COD	COD	Concepto	Cto Unit.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5			
CV	1	Hospedaje	\$10,0	\$19.667	\$23.390	\$27.382	\$31.659	\$36.239			
CV	2	Alimentación	\$12,0	\$26.972	\$31.576	\$36.509	\$41.790	\$47.440			
CV	3	Cayoning	\$3,0	\$7.867	\$9.005	\$10.222	\$11.524	\$12.914			
CV	4	Guianza	\$2,5	\$2.107	\$2.924	\$3.803	\$4.749	\$5.765			
CV	5	Cabalgata	\$7,5	\$8.429	\$10.964	\$13.691	\$16.621	\$19.767			

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

Tabla 34 Proyección de costos fijos anuales

	Cédula 5.3: Proyección de costos fijos anuales (\$)											
COD	Costos Fijos	%	Cto Unit.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5				
GA	Agua	20%	\$10	\$144	\$173	\$207	\$249	\$299				
GA	Luz	50%	\$20	\$360	\$540	\$810	\$1.215	\$1.823				
GA	Insumos de aseo	50%	\$100	\$1.800	\$2.700	\$4.050	\$6.075	\$9.113				
GA	Gas	2%	\$5	\$61	\$62	\$64	\$65	\$66				
GA	Administrador	5%	\$700	\$8.820	\$9.261	\$9.724	\$10.210	\$10.721				
GA	Guía Turístico	5%	\$375	\$4.725	\$4.961	\$5.209	\$5.470	\$5.743				
GA	Mantenimiento	5%	\$375	\$4.725	\$4.961	\$5.209	\$5.470	\$5.743				
GA	Limpieza	5%	\$375	\$4.725	\$4.961	\$5.209	\$5.470	\$5.743				
GA	Cocina	5%	\$500	\$6.300	\$6.615	\$6.946	\$7.293	\$7.658				
GA	Recepcionista	5%	\$375	\$4.725	\$4.961	\$5.209	\$5.470	\$5.743				
GA	Television	30%	150	\$2.340	\$3.042	\$3.955	\$5.141	\$6.683				
GA	Prensa	30%	100	\$1.560	\$2.028	\$2.636	\$3.427	\$4.456				
GA	Redes sociales	10%	15	\$198	\$218	\$240	\$264	\$290				
	TOTAL C	OSTOS	FIJOS	\$40.483	\$44.484	\$49.469	\$55.818	\$64.080				

# **Egresos mensuales**

Tabla 35 Concentrado de proyección de egresos mensuales de Año 1 (\$)

	Cédula 5.4: Concentrado de proyección de egresos mensuales de Año 1 (\$)												
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1
Costos Variables	\$3.252	\$6.504	\$3.522	\$3.449	\$7.805	\$3.252	\$7.243	\$7.721	\$6.235	\$4.918	\$3.336	\$7.805	\$65.043
Costos Fijos	\$3.374	\$3.374	\$3.374	\$3.374	\$3.374	\$3.374	\$3.374	\$3.374	\$3.374	\$3.374	\$3.374	\$3.374	\$40.483
TOTAL EGRESOS	\$6.626	\$9.878	\$6.895	\$6.822	\$11.179	\$6.626	\$10.617	\$11.094	\$9.608	\$8.292	\$6.710	\$11.179	\$105.526

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

Tabla 36 Proyección de costos variables mensuales de Año 1

	Cédula 5.5: Proyección de costos variables mensuales de Año 1 (\$)															
COD	COD	Costos Variables	Cto Unit.	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1
CV	1	Hospedaje	\$10,41	\$983	\$1.967	\$983	\$1.180	\$2.360	\$983	\$1.967	\$2.360	\$1.967	\$1.573	\$983	\$2.360	\$19.667,34
CV	2	Alimentación	\$12,49	\$1.349	\$2.697	\$1.618	\$1.349	\$3.237	\$1.349	\$3.237	\$3.237	\$2.428	\$1.888	\$1.349	\$3.237	\$26.972,35
CV	3	Cayoning	\$3,12	\$393	\$787	\$393	\$393	\$944	\$393	\$944	\$944	\$787	\$551	\$393	\$944	\$7.866,94
CV	4	Guianza	\$2,60	\$105	\$211	\$105	\$105	\$253	\$105	\$253	\$253	\$211	\$148	\$105	\$253	\$2.107,22
CV	5	Cabalgata	\$7,80	\$421	\$843	\$421	\$421	\$1.011	\$421	\$843	\$927	\$843	\$759	\$506	\$1.011	\$8.428,86
	TOTAL	COSTOS VARI	ABLES	\$3.252	\$6.504	\$3.522	\$3.449	\$7.805	\$3.252	\$7.243	\$7.721	\$6.235	\$4.918	\$3.336	\$7.805	\$65.043

# Tesorería

Tabla 37 Flujo de tesorería mensual de Año 1

	Cedula 6.2: Flujo de tesorería mensual de Año 1 (ajustado)														
	Concepto	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1
+	Ingresos	\$459	\$7.008	\$14.015	\$7.444	\$7.390	\$16.818	\$7.008	\$15.726	\$16.654	\$13.578	\$10.521	\$7.171	\$16.818	\$140.152
-	Egresos		\$7.491	\$11.960	\$7.830	\$7.752	\$13.747	\$7.491	\$13.001	\$13.635	\$11.621	\$9.764	\$7.603	\$13.747	\$125.644
=	Flujo de Tesorería acumulado	\$459	-\$25	\$2.031	\$1.645	\$1.282	\$4.353	\$3.870	\$6.595	\$9.614	\$11.571	\$12.328	\$11.896	\$14.967	\$29.475

	Cédula 6.3: Punto de equilibrio mensual en ventas de Año 1												
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1
Ingresos	\$7.008	\$14.015	\$7.444	\$7.390	\$16.818	\$7.008	\$15.726	\$16.654	\$13.578	\$10.521	\$7.171	\$16.818	\$140.152
Costos Fijos	\$3.509	\$3.509	\$3.509	\$3.509	\$3.509	\$3.509	\$3.509	\$3.509	\$3.509	\$3.509	\$3.509	\$3.509	\$42.108
Costos Variables	\$3.252	\$6.504	\$3.522	\$3,449	\$7,805	\$3.252	\$7.243	\$7.721	\$6.235	\$4.918	\$3.336	\$7.805	\$65.043
Punto de Equilibrio en Ventas	\$6.548		\$6.660			\$6.548			\$6.488	\$6.590	·	\$6.548	\$78.573

# Evaluación económica

Tabla 38 Estado de resultados proforma

Concepto	Impuesto s (%)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por ventas		\$140.152	\$165.00 5	\$190.397	\$216.336	\$242.83 3
- Costo de ventas		\$65.043	\$77.858	\$91.606	\$106.343	\$122.12 5
= Utilidad / Pérdida Bruta		\$75.110	\$87.147	\$98.790	\$109.993	\$120.70 8
- Gastos de operación						
- Gastos de venta						
- Gastos de administración		\$40.483	\$44.484	\$49.469	\$55.818	\$64.080
Depreciación/Amortizació n		\$1.625	\$1.625	\$1.625	\$1.625	\$1.625
= Utilidad / Pérdida Operativa		\$33.001	\$41.038	\$47.697	\$52.550	\$55.003
- Gastos Financieros						
+ Ingresos Financieros						
= Utilidad antes impuestos		\$33.001	\$41.038	\$47.697	\$52.550	\$55.003
- Impuesto a la utilidad	10%	\$3.300	\$4.104	\$4.770	\$5.255	\$5.500
-						
- Impuesto a la venta	12%	\$16.818	\$19.801	\$22.848	\$25.960	\$29.140
-						
= Utilidad / Pérdida Neta		\$12.88 3	\$17.134	\$20.079	\$21.335	\$20.363

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

Tabla 39 Estado de utilidades retenidas

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Utilidades retenidas ejercicio anterior		\$12.883	\$30.017	\$50.096	\$71.431
+ Utilidades / pérdidas del ejercicio	\$12.883	\$17.134	\$20.079	\$21.335	\$20.363
- Reserva legal					
Subtotal	\$12.883	\$30.017	\$50.096	\$71.431	\$91.794
- Dividendos acciones comunes					
= Utilidades retenidas del ejercicio	\$12.883	\$30.017	\$50.096	\$71.431	\$91.794

Tabla 40 Balance general

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO						
Circulante						
Efectivo	-\$2.251	\$11.953	\$26.895	\$44.168	\$62.039	\$84.027
Inventarios	\$2.710	\$5.954	\$9.771	\$14.202	\$19.291	\$19.291
IVA por recuperar	\$2.940					
Activo circulante	\$3.399	\$17.907	\$36.666	\$58.370	\$81.330	\$103.318
Fijo						
Terrenos y construcciones	\$13.500	\$13.500	\$13.500	\$13.500	\$13.500	\$13.500
Equipo de transporte						
Maquinaria y Equipo diverso	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000
Mobiliario y equipo de oficina	\$5.000	\$5.000	\$5.000	\$5.000	\$5.000	\$5.000
Depreciación		-\$1.625	-\$3.250	-\$4.875	-\$6.500	-\$8.125
Activo fijo	\$21.500	\$19.875	\$18.250	\$16.625	\$15.000	\$13.375
Diferido						
Diferidos varios	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000
Activo diferido	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000
TOTAL ACTIVO	\$27.899	\$40.782	\$57.916	\$77.995	\$99.330	\$119.693
CAPITAL CONTABLE						
Capital Social	\$27.899	\$27.899	\$27.899	\$27.899	\$27.899	\$27.899
Utilidades retenidas		\$12.883	\$30.017	\$50.096	\$71.431	\$91.794
Reserva legal						
TOTAL CAPITAL CONTABLE	\$27.899	\$40.782	\$57.916	\$77.995	\$99.330	\$119.693
TOTAL PASIVO + CAPITAL CONTABLE	\$27.899	\$40.782	\$57.916	\$77.995	\$99.330	\$119.693

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

Tabla 41 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

Cálculo de la TREMA								
Inflación	4,06%							
Premio al riesgo	6,54%							
TREMA	10,87%							

Concepto	Año 0	Año 1	Aŕ	ño 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Efectivo (FE)	-\$27.899	\$14.204	\$1	4.942	\$17.273	\$17.871	\$21.988
Factor de actualización (fa)	1,0000	1,1087	1	,2291	1,3627	1,5107	1,6749
Valor actual neto anual (FE/fa)	-\$27.899	\$12.812	\$1:	2.156	\$12.676	\$11.830	\$13.128
FE Actualizado Acumulado	-\$27.899	-\$15.087	-\$	2.931	\$9.745	\$21.575	\$34.703
+ Valor actual neto de lo beneficios					\$62.602		
Valor actual neto de la inversión					\$27.899		
= Valor Actual Neto					\$34.703		

Tasa Interna de	49.45%
Rendimiento (TIR)	49,45%

# Estructura financiera

Tabla 42 Inversión inicial total

Inversión inicial total	\$27.899
-------------------------	----------

Fuentes de financiamiento	Monto	%
Capital propio	\$19.899	71,33%
Subvención		
Crédito	\$8.000	28,67%
Total	\$27.899	100%

Crédito					
Monto	\$8.000				
Plazo	3	12			
Tasa interés	9,00%	2,25%			
Tasa interés	9,31%				
Periodicidad de pago	Trimestral	4			
Periodo de gracia	4	4			

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

Tabla 43 Amortización de Crédito

	Cédula 8.2: Amortización de Crédito								
Trimestre	S	Cuota	Capital	Interés	Saldo				
0					\$8.000				
1		\$180	\$0	\$180	\$8.000				
2		\$180	\$0	\$180	\$8.000				
3		\$180	\$0	\$180	\$8.000				
4		\$180	\$0	\$180	\$8.000				
5		\$847	\$667	\$180	\$7.333				
6		\$832	\$667	\$165	\$6.667				
7		\$817	\$667	\$150	\$6.000				
8		\$802	\$667	\$135	\$5.333				
9		\$787	\$667	\$120	\$4.667				
10	)	\$772	\$667	\$105	\$4.000				
11	ı	\$757	\$667	\$90	\$3.333				
12	2	\$742	\$667	\$75	\$2.667				
13	3	\$727	\$667	\$60	\$2.000				
14	1	\$712	\$667	\$45	\$1.333				
15	5	\$697	\$667	\$30	\$667				
16	3	\$682	\$667	\$15	\$0				

# **Evaluación financiera**

Tabla 44 Evaluación financiera

Concepto	Impue:		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por ventas		,	\$140.152	\$165.005	\$190.397	\$216.336	\$242.833
- Costo de ventas			\$65.043	\$77.858	\$91.606	\$106.343	\$122.125
= Utilidad / Pérdida Bruta			\$75.110	\$87.147	\$98.790	\$109.993	\$120.708
- Gastos de operación							
- Gastos de venta							
- Gastos de administración			\$40.483	\$44.484	\$49.469	\$55.818	\$64.080
- Depreciación/Amortización	1		\$1.625	\$1.625	\$1.625	\$1.625	\$1.625
= Utilidad / Pérdida Operativa			\$33.001	\$41.038	\$47.697	\$52.550	\$55.003
- Gastos Financieros			\$720	\$630	\$390	\$150	
+ Ingresos Financieros							
= Utilidad antes impuestos	;		\$32.281	\$40.408	\$47.307	\$52.400	\$55.003
- Impuesto a la utilidad	10%		\$3.228	\$4.041	\$4.731	\$5.240	\$5.500
-							
- Impuesto a la venta	12%		\$16.818	\$19.801	\$22.848	\$25.960	\$29.140
-				_	_	_	
= Utilidad / Pérdida Neta		\$12.235	\$16.567	\$19.728	\$21.200	\$20.363	

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

# **Balance General (Proforma)**

**Tabla 45 Balance General** 

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO						
Circulante						
Efectivo	-\$2.251	\$11.305	\$23.013	\$37.269	\$52.338	\$74.326
Inventarios	\$2.710	\$5.954	\$9.771	\$14.202	\$19.291	\$19.291
IVA por recuperar	\$2.940					
Activo circulante	\$3.399	\$17.259	\$32.784	\$51.471	\$71.629	\$93.617
Fijo						
Terrenos y construcciones	\$13.500	\$13.500	\$13.500	\$13.500	\$13.500	\$13.500
Equipo de transporte						
Maquinaria y Equipo diverso	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000
Mobiliario y equipo de oficina	\$5.000	\$5.000	\$5.000	\$5.000	\$5.000	\$5.000
Depreciación		-\$1.625	-\$3.250	-\$4.875	-\$6.500	-\$8.125
Activo fijo	\$21.500	\$19.875	\$18.250	\$16.625	\$15.000	\$13.375
Diferido						
Diferidos varios	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000
Activo diferido	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000	\$3.000
TOTAL ACTIVO	\$27.899	\$40.134	\$54.034	\$71.096	\$89.629	\$109.992

PASIVO						
Circulante						
Largo plazo						
Crédito	\$8.000	\$8.000	-\$2.667	-\$2.667	\$5.333	-\$2.667
TOTAL PASIVO	\$8.000	\$8.000	-\$2.667	-\$2.667	\$5.333	-\$2.667
CAPITAL CONTABLE						
Capital Social	\$19.899	\$19.899	\$19.899	\$19.899	\$19.899	\$19.899
Utilidades retenidas		\$12.235	\$28.802	\$48.530	\$69.730	\$90.093
Reserva legal						
TOTAL CAPITAL CONTABLE	\$19.899	\$32.134	\$48.701	\$68.429	\$89.629	\$109.992
TOTAL PASIVO + CAPITAL CONTABLE	\$27.899	\$40.134	\$46.034	\$65.762	\$94.962	\$107.325

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

# Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Tabla 46 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Concepto	Monto	Costo	Proporción	Ponderación
Capital propio	\$19.899	10,87%	71,33%	7,75%
Subvención	\$0	10,87%	0,00%	0,00%
Crédito	\$8.000	9,00%	28,67%	2,58%
	\$0		0,00%	
TREMA	\$27.899		100%	10,33%

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Efectivo (FE)	-\$27.899	\$13.556	\$11.708	\$14.256	\$15.070	\$21.988
Factor de actualización (fa)	1,0000	1,1033	1,2173	1,3430	1,4818	1,6349
Valor actual neto anual (FE/fa)	-\$27.899	\$12.287	\$9.618	\$10.615	\$10.170	\$13.449
FE Actualizado Acumulado	-\$27.899	-\$15.612	-\$5.994	\$4.620	\$14.790	\$28.240
+ Valor actual neto de lo beneficios					\$56.139	
- Valor actual neto de la inversión			\$27.899			
= Valor Actual Neto			\$28.240			

Tasa Interna de Rendimiento (TIR)	41,89%
-----------------------------------	--------

## Otros métodos de evaluación

Tabla 47 Punto de Equilibrio en Ventas

	Punto de Equilibrio en Ventas								
Concepto	Año 1 Año 2 Año 3 Año 4 Añ								
					\$242.83				
Ingresos	\$140.152	\$165.005	\$190.397	\$216.336	3				
Costos Fijos	\$42.108	\$46.109	\$51.094	\$57.443	\$65.705				
Costos					\$122.12				
Variables	\$65.043	\$77.858	\$91.606	\$106.343	5				
Punto de Equilibrio en Ventas	\$78.573	\$87.303	\$98.472	\$112.980	\$132.18				

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

Tabla 48 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)				
Año	2			
Mes	7			

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

## 6.2.18.2. Resumen

## Inversión inicial

La inversión inicial es el presupuesto que se requiere para iniciar un proyecto de negocio, para el presente proyecto la inversión inicial es de \$27.899.

Tabla 49 Inversión inicial para el proyecto

Inversión	Monto
Activo fijo	\$24.080
Activo diferido	\$3.360
Capital de trabajo	\$459
Total	\$27.899

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

#### Estructura financiera

En la estructura financiera se presenta las fuentes de los recursos financieros para el proyecto. En el proyecto se obtiene a través de capital propio y crédito.

Tabla 50 Estructura financiera

Fuentes de financiamiento	Monto	%
Capital propio	\$19.899	71,33%
Subvención		
Crédito	\$8.000	28,67%
Total	\$27.899	100%

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

## Ingresos y egresos (sin financiamiento e impuestos)

Aquí se detallan los ingresos y egresos que se obtienen en el periodo de cinco años sin tomar en cuenta el financiamiento y los impuestos adquiridos.

Tabla 51 Ingresos y egresos (sin financiamiento e impuestos)

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$140.152	\$165.005	\$190.397	\$216.336	\$242.833
Egresos	\$105.526	\$122.342	\$141.075	\$162.161	\$186.205

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

## Punto de equilibrio en ventas

El punto de equilibrio son todos los ingresos obtenidos que se igualan a todos los costos asociados con la venta del producto. Aquí se obtiene un equilibrio entre pérdidas y ganancias.

Tabla 52 Punto de equilibrio en ventas

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$140.152	\$165.005	\$190.397	\$216.336	\$242.833
Costos fijos	\$42.108	\$46.109	\$51.094	\$57.443	\$65.705
Costos variables	\$65.043	\$77.858	\$91.606	\$106.343	\$122.125
PE en ventas	\$78.573	\$87.303	\$98.472	\$112.980	\$132.181

## **Utilidad sobre venta (sin financiamiento)**

El porcentaje de utilidad se obtiene entre los ingresos totales de ventas y la utilidad sobre perdida, en este caso sin tomar en cuenta el financiamiento.

Tabla 53 Utilidad sobre venta (sin financiamiento)

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$140.152	\$165.005	\$190.397	\$216.336	\$242.833
Utilidad / pérdida	\$12.883	\$17.134	\$20.079	\$21.335	\$20.363
Utilidad / pérdida sobre ventas	9,19%	10,38%	10,55%	9,86%	8,39%

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

## 6.2.18.3. Utilidad sobre venta (con financiamiento)

En este caso se desarrolla el mismo procedimiento que el anterior tomando en cuenta el financiamiento adquirido.

Tabla 54 Utilidad sobre venta (con financiamiento)

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$140.152	\$165.005	\$190.397	\$216.336	\$242.833
Utilidad / pérdida	\$12.235	\$16.567	\$19.728	\$21.200	\$20.363
Utilidad / pérdida sobre ventas	8,73%	10,04%	10,36%	9,80%	8,39%

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

#### Rentabilidad

#### Evaluación económica

La evaluación económica determina la rentabilidad del proyecto a través de los indicadores como son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno

(TIR), dando como resultado el VAN superior a cero es decir el proyecto es rentable.

Tabla 55 Evaluación económica

TREMA	10,87%					
Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de efectivo	-\$27.899	\$14.204	\$14.942	\$17.273	\$17.871	\$21.988
Valor Actual Neto (VAN) anual	-\$27.899	\$12.812	\$12.156	\$12.676	\$11.830	\$13.128

Valor actual neto del proyecto (VAN)	\$34.703	
Tasa Interno de Rendimiento (TIR)	49,45%	
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	2 Años	3 Meses

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

## Evaluación Financiera

La evaluación financiera es el balance general que determina la rentabilidad del proyecto a través de los indicadores VAN y TIR, analizando y comparando los flujos de efectivo. El proyecto presente es viable y tiene un periodo de recuperación de la inversión de 2 años y 7 meses.

Tabla 56 Evaluación Financiera

10,33%

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de efectivo	-\$27.899	\$13.556	\$11.708	\$14.256	\$15.070	\$21.988
Valor Actual Neto (VAN) anual	-\$27.899	\$12.287	\$9.618	\$10.615	\$10.170	\$13.449

Valor actual neto del proyecto (VAN)	\$28.240	
Tasa Interno de Rendimiento (TIR)	41,89%	
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	2 Años	7 Meses

Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

TREMA

## 6.2.19. Estrategias de comercialización

Para la comercialización del producto se realiza mediante los medios más utilizados como:

**Afiches:** Estarán ubicados en puntos estratégicos con gran afluencia de personas como son: hoteles, restaurantes, centros comerciales, mercados ubicados en el casco urbano de la ciudad de Loja.

Finca Agroturistica ANSIS IDENTIDAD CULTURAL NATURAL EN SU MAXIMA EXPRESIÓN La Finca Agroturistica ANSIS permite disfrutar dos días de experiencias únicas en actividades agrícolas, culturales, de aventura y gastronómicas, en un ambiente rodeado de naturaleza con una excelente atención. Los turistas podrán preparar los alimentos típicos del lugar como son el cuy y gallina criolla, torti-llas de maíz, preparar la bebida típica como es la horchata. disfrutar de la experiencia de un paseo en caballo por caminos de herradura observando la belleza paisajista que posee este La práctica del ordeño se lo realizará de manera manual conservando las tradiciones ancestrales. Crianza de animales domésticos Informacion: e encuentra ubicada en el Finca Agroturistica ANSIS barrio San Francisco de fincaagroturisticaansis la parroquia Gualel ™finca\_ansis@gmail.com

Figura 16 Afiche para promocionar la finca

**Trípticos:** Se entregarán trípticos a instituciones y establecimientos que se encuentren vinculados en el sector turístico.

Finca Agroturistica Agroturismo Es la estrategia desarrollo turístico pequeñas localidades c ción activa de sus habita ofrecen al visitante, tanto lo de alojamiento y alimentació viviendas como la participación vida del IDENTIDAD CULTURAL Y NATURAL EN SU MAXIMA EXPRESIÓN barrio San Francisco de Informacion Finca Agroturistica ANSIS [0] fincaagroturisticaansis M finca\_ansis@gmail.com

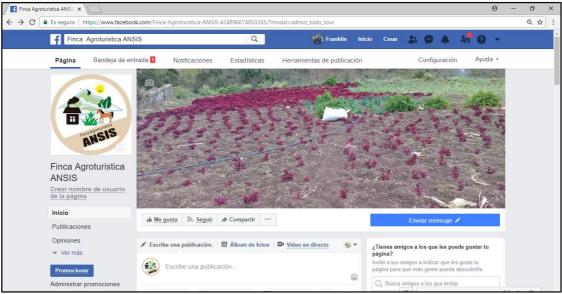
Figura 17 Tríptico para promocionar la finca



**Redes Sociales:** Hoy en día es el medio más utilizado por las personas es por ello que se utilizaras este medio para la promoción del producto. Entre las que se utilizará: Facebook e Instagram.

## Facebook

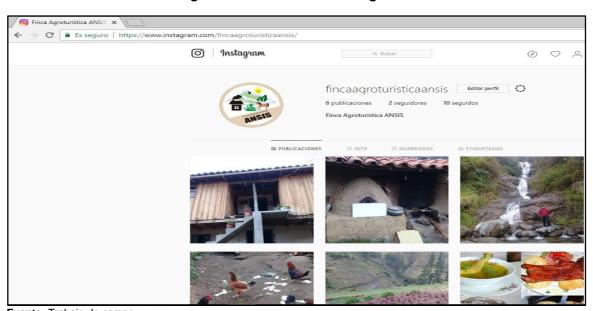
Figura 18 Promoción en Facebook



Fuente: Trabajo de campo Elaboración: Franklin Puglla

## Instagram

Figura 19 Promoción en Instagram



## 6.3. Socializar la propuesta de Agroturismo en la Finca ANSIS

Para realizar la socialización de la propuesta de Agroturismo en la finca ANSIS de la parroquia Gualel del Cantón y provincia de Loja. Se desarrolló de la siguiente manera:

- Fase previa
- Socialización
- Recomendaciones

#### 6.3.1. Fase previa

En la fase previa se realizó la invitación a los propietarios de la finca y a las autoridades que trabajan con las zonas rurales del Cantón Loja como es el Consejo Nacional de Gobiernos Parroquiales Rurales del Ecuador (CONAGOPARE). Institución que brindo las instalaciones para realizar la socialización (Anexo 3); así mismo se elaboró un cronograma de actividades para el día de la presentación.

Tabla 57 Agenda de Socialización del Proyecto

Agenda de socialización del proyecto Propuesta de Agroturismo en la			
	finca ANSIS		
Fecha	Jueves 15 de marzo de 2018		
Lugar	Oficinas CONAGOPARE		
Hora	16h00		
Hora	Actividad		
16h00	Registro de participantes		
16h05	Saludo de bienvenida		
16h10	Socialización del proyecto		
16h25	Conclusiones y recomendaciones		
16h30	Agradecimiento		

#### 6.3.2. Socialización

Para presentar la socialización se escogieron los temas más permitentes de la investigación:

- ✓ Tema
- √ Objetivos
- ✓ Diagnóstico
- ✓ Resultados

Para ello se preparó los materiales necesarios con el fin de dar a conocer a cada uno de los asistentes.

## 6.3.3. Sugerencias por parte de los asistentes

Los presentes entre ellos los propietarios luego de haber realizado la presentación de la socialización manifestaron lo siguiente:

- Incentivar a los presidentes de las juntas parroquiales del Cantón Loja en trabajar en proyectos encaminados a la propuesta presentada, apoyando a las comunidades que cuentan con un gran potencial Agroturístico.
- La parroquia Gualel es un ejemplo en donde se puede desarrollar el agroturismo, turismo comunitario, ecoturismo ya que posee con una gran variedad de paisajes naturales que permiten realizar estas actividades.
- Las autoridades se comprometan para impulsar este tipo de proyectos a través del continuo mejoramiento de las vías que es lo que permite que el turista pueda movilizarse.

## 7. DISCUSIÓN

Para el desarrollo del trabajo de investigación se tomó en cuenta el diagnóstico de la parroquia Gualel para determinar los aspectos como: oferta de servicios, infraestructura de servicios básicos, sanidad entre otros que forman de la infraestructura turística y permiten que el turismo se desarrolle de una forma correcta y de acuerdo a las necesidades de los turistas. En el desarrollo de esta actividad se utilizó la metodología de Ricaurte para el levantamiento de información.

En el inventario de atractivos turísticos se utilizaron las fichas del Ministerio de Turismo las mismas que permiten valorar el aspecto intrínseco y extrínseco tanto de los atractivos naturales como culturales, mediante estas fichas se recogió información necesaria para determinar las características que posee cada uno de los atractivos y recursos y de esa forma conocer en el estado que se encuentran y a que categoría pertenece.

Para realizar el diagnostico actual de la finca ANSIS fue necesario la utilización de técnicas como observación directa, la entrevista y documentos bibliográficos con los cuales se obtuvo información real del área de estudio para tener un desarrollo efectivo durante la investigación.

Para el diseño de la propuesta se realizó un análisis de los posibles demandantes del producto; un estudio para determinar las actividades, recursos, atractivos y servicios que se van a ofrecer, establecer la infraestructura que se va a utilizar, diseñar una marca y un slogan que le permita identificarse; en la parte administrativa se estableció una estructura organizacional para la asignación de cargos y el correcto funcionamiento. Así mismo se realizó un estudio de evaluación financiera con el fin de determinar la rentabilidad que tendrá el proyecto y dando como resultado un proyecto rentable.

Con los objetivos planteados en el proyecto se logró cumplir con la problemática planteada, para potenciar todos los recursos que se encuentran disponibles en la finca ANSIS.

La propuesta de Agroturismo en la finca ANSIS identifica la oportunidad de generar un producto basado en el aprovechamiento de todos los recursos existentes mediante un estudio en donde se vincule el turismo como parte de desarrollo de la comunidad. Siendo así un modelo para el resto de fincas donde se puede desarrollar esta actividad.

Finalmente, con el desarrollo del presente proyecto se propone un producto turístico que promueve el desarrollo para las comunidades rurales sin alterar las condiciones en las cuales se manejan, de manera sostenible y reguardando la identidad natural y cultural

#### 8. CONCLUSIONES

- Al realizar el diagnóstico situacional en la parroquia Gualel se logró constatar que la población está dedicada cien por ciento a las actividades agrícolas y ganaderas constituyéndose así la mayor fuerza de producción del sector.
- El turismo dentro de la parroquia de a poco se está convirtiendo en una nueva alternativa que tengan los habitantes para obtener ingresos, aprovechando los recursos y a través de la propuesta de agroturismo combina las actividades cotidianas con actividades turísticas.
- A través del estudio de la evaluación financiera se logró determinar que el proyecto es rentable para su operación teniendo como resultados un TIR de 41.89% y un tiempo de recuperación de la inversión de dos años y 7 meses.
- Para elaborar la propuesta se realizó el diseño de slogan y una marca donde se ve reflejado el ambiente natural y paisajista que cuenta el lugar.
- Es importante realizar adecuaciones para los servicios de hospedaje y alimentación y de esa forma ofrecer un producto de calidad.
- Con la propuesta del producto agroturístico se pretende generar una nueva oferta turística para la comunidad y así atraer turistas generando un impulso económico para los habitantes.

#### 9. RECOMENDACIONES

- Generar campañas de capacitación adecuadas para generar un mayor rendimiento en la actividad agrícola y ganadera y de esa forma obtener mayores ingresos y por ende el desarrollo de la parroquia.
- Aprovechar el estado actual de la parroquia que ofrece grandes potencialidades como: suelos productivos, situaciones que podrían ser aprovechadas para encaminar acciones de desarrollo enfocadas al ecoturismo y agroturismo, para mejorar la calidad de vida de la población.
- Socializar el proyecto de investigación en diferentes comunidades rurales que cuentan con las condiciones similares a la finca ANSIS con el fin de generar un mayor conocimiento del agroturismo
- Difundir a nivel local, nacional y regional la propuesta del producto agroturístico generando así una mayor demanda de turismo en el sector.
- Realizar capacitaciones constantes en materia de turismo tanto para los administradores de la finca como para los habitantes de la parroquia Gualel para ofrecer un servicio de calidad a los turistas.
- Conservar y resguardar los atractivos que cuenta la finca y así mismo todas sus costumbres y tradiciones adquiridas a lo largo del tiempo, demostrando la identidad de este sector.

### 10. BIBLIOGRAFÍA

- Barrera, E. (2006). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. Obtenido de El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial.
- GAD. (2014). Plan de Desarrollo Y ordenamiento Territorial. Obtenido de Plan de Desarrollo Y ordenamiento Territorial: https://www.loja.gob.ec/files/image/LOTAIP/podt2014.pdf
- GAD. (10 de 02 de 2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.
   Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\_SNI/data\_sigad\_plus/sigadplusdocumentofinal/116003031 0001\_PD\_y\_OT\_Gualel\_27\_30-10-2015\_10-52-17.pdf
- Garcia, J. (1996). El Turismo Rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economia agraria . Obtenido de http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-132-1996-pag45-59-77535.pdf
- INEC. (2010). Población y Demografía. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/
- Lopez , H. (14 de 12 de 2012 ). Inventario Turistico . Obtenido de Inventario Turistico.
- MINTUR. (2017). Manual para la realizacion del inventario de atractivos y generacion de espacios turisticos del Ecuador. Obtenido de Manual para la realizacion del inventario de atractivos y generacion de espacios turisticos del Ecuador:
  - http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Part e1\_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017\_2daEd.pd f
- OEA. (03 de 05 de 2010). Elementos básicos para implementar un proyecto de turismo innovador. Obtenido de Elementos básicos para implementar un

- proyecto de turismo innovador: http://www.educoas.org/portal/ineam/cursos\_2011/AGRO-E106\_11.aspx
- OMT. (2002). Organizacion Mundial del Turismo. Obtenido de Organizacion Mundial del Turismo: http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismoglosario-basico
- OMT. (2011). Introduccion al Turismo. Obtenido de Introduccion al Turismo: http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf
- PDyOT. (2015-2019 ). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.
   Obtenido de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\_SNI/data\_sigad\_plus/sigadplusdocumentofinal/116003031 0001\_PD\_y\_OT\_Gualel\_27\_30-10-2015\_10-52-17.pdf
- Ricaurte, C. (2013). Manual para el Diagnóstico Turístico Local. Obtenido de Manual para el Diagnóstico Turístico Local: http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/8300
- Riveros , H., & Blanco, M. (2010). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. Obtenido de El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial: http://www.pa.gob.mx/publica/rev\_49/An%C3%A1lisis/el\_agroturismo\_como \_-\_Marvin\_Blanco\_M..pdf
- Rojas , D. (2012). Diccionario turistico . Loja Ecuador .
- Sancho, A. (1998). Introduccion al turismo.

## 11. ANEXOS

#### **Anexo 1 Entrevista**

# ENTREVISTA A LOS PROPIETARIOS DE LA FINCA PARA EL PROYECTO "PROPUESTA DE AGROTURISMO EN LA FINCA ANSIS"

#### ¿Cuáles son las actividades que actualmente se desarrollan en la finca?

Las personas entrevistadas manifestaron lo siguiente:

Las actividades que actualmente se realizan en la finca son: el cultivo de hortalizas y plantas medicinales en las huertas, el cuidado de animales domésticos y ganado vacuno.

#### ¿Cuáles son los principales productos que se dan en la finca?

Los productos que se dan son las hierbas medicinales que sirven para la elaboración de la horchata. La fabricación de quesos, una variedad de hortalizas, la chacra que tiene el maíz, frejol, achogcha, etc. Los productos que se obtienen de la industria molinera y que son comercializados en la parroquia Gualel.

## ¿Qué atractivos turísticos se encuentran dentro de la finca?

La industria molinera ANSIS, la cascada san Francisco (DURDUR), la piedra bola y el bosque donde hay una gran variedad de animales y plantas.

#### ¿Cuenta con personal capacitado para la atención a los turistas?

En la finca no cuentan con personal capacitado en la atención a los turistas.

#### Dentro de la finca cuenta con las facilidades para recibir a los turistas.

Existen los espacios que se pueden adecuar para facilitar la atención a los turistas, tanto en hospedaje y alimentación.

### Esta usted dispuesto en apoyar un proyecto agroturístico

Por parte de los propietarios están dispuestos en colaborar para que se realice el proyecto de agroturismo en la finca ANSIS.

Anexo 2 Firmas de asistencia a la socialización del proyecto

NOMBRES Y APELLIDOS	AGROTURISMO EN L CEDULA DE CIUDADANÍA	FIRMA
ridy Fabrim Angarries A.	1104 264534	(F) (F)
Panilo Jania Bolaños Gonzal	1900409101	Just Jack
Luz Jumbo Osidova	-1103603930	
Conto Samuela Giras	19,00536253	Califoli
Diego Fornando Sinche	0929774524	All A
Roth Elisapoth Tones Loson	1104893084	(hunfound)
Jimmy Henry Angomorco Angon	1104707623	(higheld)
David Harris Entenera Warin	1105883818	Dunks
Miouel Succe Rocano Juas	1103979439	Am De Reil
THON SUPPERO DRIVEN A	1103214878	
ALEXANDER COROS POHA	1104063522	Apricade)
Angel Houlge Ponce	1101998167	Day of
Poul Prous	1104329188	6 Park
	122/100	I was

# Anexo 3 Socialización del proyecto



Exposición del Proyecto (CONAGOPARE)



Exposición del Proyecto (CONAGOPARE)

# Anexo 4 Trabajo de Campo



Recorrido por la Finca



Cultivos de plantas medicinales



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

# TEMA:

"PROPUESTA DE AGROTURISMO EN LA FINCA ANSIS DE LA PARROQUIA GUALEL DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA".

Proyecto de tesis previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración Turística

**AUTOR:** 

FRANKLIN RICARDO PUGLLA NAULA

Loja – Ecuador 2017

1859

## 1. TEMA

"PROPUESTA DE AGROTURISMO EN LA FINCA ANSIS DE LA PARROQUIA GUALEL DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA"

## 2. PROBLEMÁTICA

La oportunidad de vincular a la agricultura con el turismo es visualizada desde tiempo atrás como una alternativa para la reactivación de las zonas rurales. El agroturismo surge como una actividad recreativa incluida dentro de las modalidades de turismo en espacios rurales, donde se pueden articular una o varias de las actividades relacionadas con la producción agropecuaria, además de la agroindustria, artesanía o gastronomía.

El agroturismo suele llevarse a cabo en fincas de tamaño pequeño o mediano, cuyos propietarios lo ejercen como una forma de diversificar los ingresos de su negocio principal. Para ello se aprovecha la capacidad instalada en la propiedad y el saber hacer tradicional. Además, se agregan otros productos y servicios complementarios, tales como: alojamiento, alimentación y venta de productos. Esto proporciona mayores oportunidades de empleo para la familia y otras personas de la localidad donde se desarrolla dicha actividad. (Blanco, s.f.)

El agroturismo es todavía un modelo por explotar que puede contribuir a que permanezca una economía basada en las actividades rurales y agropecuarias de pequeños y medianos empresarios, así como los paisajes rurales, las costumbres y la cultura local.

El agroturismo en América Latina genera un conjunto de relaciones humanas resultantes de la visita de turistas a comunidades campesinas, aprovechando y disfrutando el ambiente, los valores naturales, culturales y socio-productivos. La incorporación de la actividad turística al sector rural ha despertado gran interés porque atiende una demanda en crecimiento, ocupa factores ociosos (mano de obra y capital), y evita el éxodo del campo a la ciudad incorporando a la mujer y a los jóvenes como protagonistas. Una de las características de los desarrollos turísticos y agrarios en América Latina es que no reciben subsidios ni apoyos estatales.

Ecuador es un centro turístico internacional debido a sus naturales atractivos naturales y culturales concentrados en las cuatro regiones. Simultáneamente con esta corriente turística surgen y crecen vertiginosamente demandas asociadas tales como el agroturismo, ecoturismo, turismo ecuestre, etc. Es importante considerar que Ecuador dispone de condiciones naturales muy apropiadas para este tipo de emprendimientos, pero también es conveniente resaltar que no solamente condiciones específicas como las que se cuentan de manera natural son propicias para este tipo de inversión. También existen otros lugares que deben ser identificados como las mismas fincas de los agricultores que transformándose en empresas o microempresas agropecuarias integrales tecnificadas, sanas y productivas sean también atractivos turísticos y culturales.

En la provincia de Loja se trabaja por el desarrollo responsable del agroturismo, apoyando al desarrollo de las comunidades en la conservación y práctica de un turismo sostenible, capacitando a las comunidades con un equipo humano de trabajo preparado por parte el Gobierno Provincial y Ministerio de Turismo, para de esa manera Loja cuente con sitios estratégicos para realizar esta actividad.

La parroquia Gualel cuenta con diversidad de producción agrícola, los habitantes de este lugar en su mayoría se dedican a cultivar sus tierras, cuidar animales domésticos de manera ancestral conservando las tradiciones y costumbres que les dejaron sus antepasados. Mediante una visita a la parroquia y específicamente a la finca ANSIS de propiedad de la familia Angamarca Sisalima, se pudo constatar que el sitio cuenta con potencial para desarrollar la actividad agroturística que contribuya a diversificar sus fuentes de ingreso sin embargo; existe el desconocimiento sobre la actividad agroturística que se puede desarrollar y la inexistencia de personal capacitado para atender a turistas es por ello que nace la PROPUESTA DE AGROTURISMO EN LA FINCA ANSIS DE LA PARROQUIA GUALEL DEL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA.

### 3. JUSTIFICACIÓN

El trabajo propuesto permitirá al estudiante desarrollar todas las capacidades y conocimientos que ha adquirido durante su etapa de formación profesional, generando propuestas que generen beneficio a la sociedad y asimismo cumplir el requisito para la obtención del título de Ingeniero en Administración Turística.

En lo económico, se justifica porque esta propuesta contribuirá para que los propietarios de las fincas repliquen la propuesta en sus fincas y diversifiquen las fuentes de ingresos, además de la producción agropecuaria con la que cuentan, aprovechando los recursos de forma sostenible, creando y fortaleciendo el capital social mediante el planteamiento de estrategias que permitan a los habitantes de la parroquia Gualel, aportar al turismo con una nueva alternativa que tengan los turistas y hacer de la agricultura un componente básico para el desarrollo del turismo en la comunidad. De esa forma el agroturismo se va incorporando las nuevas tendencias del turismo que cada vez cuenta con más personas que desean realizar esta actividad.

El turismo agroecológico y paisajístico es una alternativa importante para la parroquia, su potencial en recursos hídricos, cascadas y lagunas son opciones para que los visitantes lleven gratas experiencias. Por otra parte, la parroquia ofrece grandes potencialidades como: suelos productivos y servicios eco sistémicos culturales que pueden ser aprovechadas para encaminar acciones de desarrollo enfocadas al ecoturismo y agroturismo comunitario, que articuladas a las políticas nacionales y agendas cantonales y provinciales aporten a mejorar la calidad de vida de la población. (PDOT, 2015)

#### 4. OBJETIVOS

# 4.1. Objetivo General:

Elaborar una propuesta de agroturismo en la finca ANSIS de la parroquia Gualel, del Cantón y Provincia de Loja

# 4.2. Objetivos Específicos:

- Realizar el diagnóstico turístico de la parroquia Gualel del Cantón y Provincia de Loja.
- Diseñar una propuesta de agroturismo en la finca ANSIS de la parroquia Gualel.
- Socializar la propuesta de agroturismo a los propietarios de la finca y autoridades locales.

## 5. METODOLOGÍA

#### 6.1. Métodos

- 1.1.1 Método Analítico
- 1.1.2 Método sintético
- 1.1.3 Método Inductivo
- 1.1.4 Método deductivo
- 1.1.5 Ministerio de Turismo (MINTUR)

## 6.2. Metodología Ricaurte Quijano

- 6.2. Técnicas
- 6.2.1 Técnica de observación directa
- 6.2.2 Entrevista
- 6.2.4 FODA
- 6.2.5. MARPP

## 6.3. Metodologías y Técnicas por objetivos

<u>Para el cumplimiento del primer objetivo</u>: Realizar el diagnóstico turístico de de la parroquia Gualel del cantón y provincia de Loja.

#### Método Analítico

A través del método analítico, se determinará los componentes que se destacan dentro de la finca Los ANSIS, para posteriormente proponer la implementación y desarrollo de la actividad agroturística dentro de la misma. Partiendo del estudio de campo mediante el desarrollo del diagnóstico turístico, utilizando la matriz de Ricaurte, K (2009), además se utilizará la ficha de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo (MINTUR) CICATUR OEA realizando la complementariedad entre las dos metodologías.

#### Método deductivo

Este método permitirá realizar un análisis completo del diagnóstico del lugar, también ayudará a determinar las conclusiones generales para constatar la viabilidad de la propuesta de desarrollo agro turístico.

Para determinar la oferta turística se partirá del diagnóstico turístico, para lo cual se utilizará las matrices propuestas por Ricaurte (2009), considerando también la infraestructura turística que cuenta la parroquia.

#### **Entrevista**

Se dirigirá para los actores principales que desarrollaran la actividad turística entre ellos el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial, propietarios de la finca quienes serán los que brindan los principales actores.

#### Técnica de Observación Directa

Mediante esta técnica se podrá conocer la realidad de la finca Los ANSIS y el potencial turístico con el que cuenta este lugar, y así realizar la propuesta agro turística.

<u>Para el cumplimiento del segundo objetivo:</u> Diseñar una propuesta de Agroturismo en la finca ANSIS de la parroquia Gualel se realizará de acuerdo a los siguientes pasos:

- 1. Identificación y Zonificación de las áreas de uso turístico
- 2. Definición de las actividades y servicios turísticos a ofrecer
- 3. Determinación de la infraestructura e insumos necesarios
- 4. Elaboración de la propuesta de promoción del producto turístico

<u>Para dar cumplimiento al tercer objetivo:</u> Socializar la propuesta de Agroturismo, a la colectividad y posibles demandantes de este producto.

Se utilizará el Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa (MARP); el cual se realizará un taller participativo utilizando tres fases que serán el previo, ejecución y conclusiones.

# 6. CRONOGRAMA:

		С			RAMA				ADE	S										
	OC.	TUB	RE		N	OVIE	MBF	RE	D	ICIE	MBR	E		ENE	RO		F	EBF	RERC	)
TIEMPO ACTIVIDADES	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4	Sem. 1	Sem. 2	Sem. 3	Sem. 4
Levantamiento de información y	X	X	X																	
elaboración del marco conceptual y																				
referencial																				
Desarrollo del primer objetivo: "Realizar el diagnóstico agroturístico de la finca ANSIS de la parroquia Gualel".				Х																
<ul> <li>INVENTARIO DE ATRACTIVOS</li> <li>FICHAS DE ATRACTIVOS</li> <li>FICHAS DE JERARQUIZACION</li> <li>FICHAS DE RESUMEN</li> </ul>					X															
MATRIZ DE RICAURTE (2009)  • CARACTERIZACION TURÍSTICA DE LA DEMANDA  • CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS						X														
TURISTICOS • ANALISIS FODA							Х													

Desarrollo del Segundo objetivo: "Diseñar una propuesta de Agroturismo en la finca ANSIS de la parroquia Gualel."				X	X											
PROPUESTA DEL DISEÑO DEL PRODUCTO AGROTURISTICA.  TRABAJO DE CAMPPO SEÑALETICA ESTRATEGIAS DE MARKETING						X	X	X								
Desarrollo del Tercer Objetivo:     "Socializar la propuesta de Agroturismo, a la colectividad y posibles demandantes de este producto.".									X							
TECNICAS DE MARPP  • FASE PRELIMINAR  • FASE D EEJECUCION  • FASE FINAL										X	X					
Presentación del Primer Borrador de tesis												Х				
Correcciones del borrador de tesis  Presentación del informe final													X	X	Х	
Aprobación del proyecto de														^	^	X
investigación																

### 7. RECURSOS Y PRESUPUESTO

Para el desarrollo del presente trabajo de Investigación se utilizará los siguientes recursos.

### **RECURSOS HUMANOS**

- Tesista
- Director de Tesis
- Propietario de la finca ANSIS

### **RECURSOS MATERIALES**

- Material bibliográfico
- Copias
- Internet
- Cámara
- GPS
- Mapas
- Flash memory
- Computador

# **PRESUPUESTO**

DETALLE	DESCRIPCION	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL (dólares
Equipo de Oficina	Computadora, lápices, esferos	1,00	1000,00	1000,00
Diseño de la finca agroturistica	Mapas	1,00	50,00	50,00
Infocus	Alquiler	2,00	5,00	10,00
Internet		1,00	25,00	25,00
Cámara fotográfica		1,00	200,00	200,00
Copias			20,00	20,00
Impresión de tesis	Ejemplares	5,00	20,00	100,00
Trabajo de Campo		6,00	100,00	100,00
Alquiler de GPS		1,00	100,00	100,00
Trasporte		10,00	20,00	200,00
Imprevistos		1,00	50,00	50,00
TOTAL				1.855,00

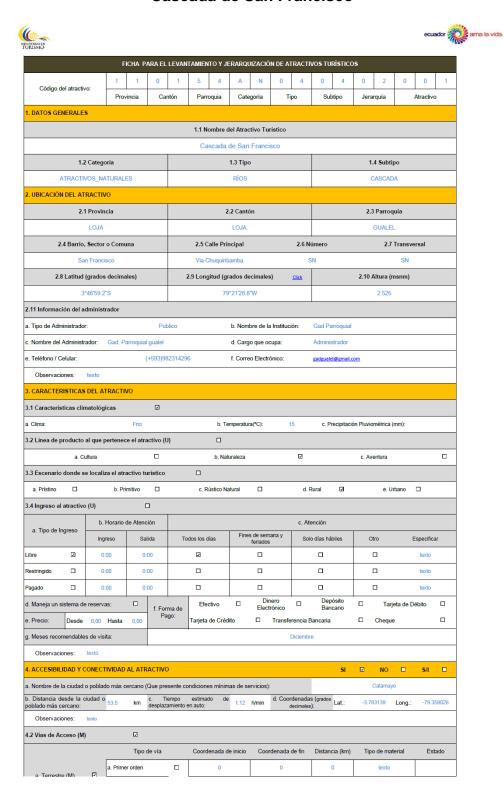
#### 8. BIBLIOGRAFÍA

- Briedenhann, & Wickens. (23 de octubre de 2014). *eumed.net*. Obtenido de eumed.net: http://www.eumed.net/librosgratis/2012a/1157/las\_rutas\_turisticas\_como\_producto\_turistico.html
- MORLEY; GLUCKSMANN; DE LA TORRE (31 de MAYO de 2012). *blogspo*.

  Obtenido de blogspo: http://turismo-turismoautoresymas.blogspot.com/2012/05/diferentes-definiciones-deturismo.html
- OMT; CEDEÑO; MEDIANO. (19 de JULIO de 2009). *EUMED.NET*. Obtenido de EUMET.NET: http://www.eumed.net/librosgratis/2012b/1199/tipos\_de\_turismo.html
- Quesada Castro Renato (2000). *Elementos de Turismo*. EUNED Editorial. Costa Rica.
- Quesada Castro Renato, (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación y Actividad*. EUNED Editorial, Costa Rica.
- Gutiérrez Jesús, (2007). *La investigación social del turismo*. Thomson editores Espain, Madrid.
- López Olivares Diego (1998). La organización y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos. Castello de Impression S.L., España.
- Bigné Alcañiz, Font Xavier & Andreu Luisa (2000). *Marketing de destinos turísticos*. Editorial ESIC, Madrid.
- Nassir Sapag Chain & Reindaldo Sapag Chain (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Quinta Edición. Colombia. McGrawHill Interamericana S.A.

#### Anexos 6 Fichas de atractivos

#### Cascada de San Francisco







a. Torrodio	()	ш	b. Segundo orde	n 🗆												
			c. Tercer orden	V	-3.9865	042,-79	.3593968	-3.78	3035, -79.3	358028	53.5		Tierra		Re	gular
Observacion	es:	texto														
		Mar	ítimo 🗆	Puerto / Muelle de partida	te	xto					to / Muelle de Llegada	te	exto			
b. Acuático (U)		Laci	ustre	Puerto / Muelle de partida	te	xto	Estado				to / Muelle de Llegada	te	exto	Estado		
		Flu	vial 🗆	Puerto / Muelle de partida	te	xto					to / Muelle de Llegada	te	exto			
Observacion	es:	texto														
c. Aéreo (U)				Nac	ional:						Internacional:					
Observacion	es:	texto														
4.3 Servicio de	transp	orte (M)														
a. Bus	Ø	b. Buset	a 🗆	c. Transporte 4x	4		d. Taxi				e. Moto taxi		f. Telef	érico		
g. Lancha		h. Bote		i. Barco			j. Canoa	ı			k. Avión		I. Avior	ieta		
m. Helicóptero		n. Otro		Especifique												
Observacion	es:	texto														
4.3.1 Detalle de	transp	orte had	cia el atractivo (	M)												
							c. Fred	cuencia								
a. Nombre de la	a coop	erativa o	asociación que	b. Estación / te	erminal		<u>=</u>	70	a a		d. Detalle	e (Trasla	do origer	n / destir	10)	
presta el servicio						Diaria	Semanal	Mensual	Eventual						•	
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
4.4 Condiciones	s de ac	cesibilio	lad del atractiv	o turístico al me	edio físic	co para	persona	s con	discapac	idad (M)	)					
General	Ø		acidad _	Discapacidad Visual			pacidad ditiva		Discap	acidad I	ntelectual o Psic	osocial			No es cesible	
Observacion	es:	texto														
4.5 Señalizació	n	Ø														
a. Señalización de	aproxi	mación al	atractivo	☑ Esta	do (U)	В	ueno			Reg	jular 🗹		N	Malo		
Observacion	es:	texto														
5. PLANTA TUR	i <b>s</b> tic <i>i</i>	A / COM	PLEMENTARIO	s							SI		NO		S/I	☑
5.1 Planta turíst	tica (M	)		С	1											
			a. En el Atra	ectivo 🗆						b.	En la ciudad o	poblac	lo cerca	ino		
Alojamient	to		Establecimie		ero de		nero de	-	Alojamien	ito		cimiento	Nún	nero de		nero de





TURISMO													
Hotel		0		0	0	Hotel		_ [	0	(	)		0
Hostal		0		0	0	Hostal			0	(	)		0
Hostería		0		0	0	Hostería			0	(	)		0
Hacienda Turística		0		0	0	Hacienda Turístio	ca	_	0	(	)		0
Lodge		0		0	0	Lodge			0	(	)		0
Resort		0		0	0	Resort			0	(	)		0
Refugio		0		0	0	Refugio			0	(	)		0
Campamento Turístico		0		0	0	Campamento Tu	rístico		0	(	)		0
Casa de Huéspedes		0		0	0	Casa de Huéspe	des	✓	0	(	)		0
Observaciones:	texto					Observacio	nes:	No existe	un nemuero de	plazas ya	indentif	ficado	
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados		ero de sas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas			blecimientos gistrados	Núme Me:			nero de azas
Restaurantes		0		0	0	Restaurantes	Ø		0	(	)		0
Cafeterías		0		0	0	Cafeterías			0	(	)		0
Bares		0		0	0	Bares			0	(	)		0
Fuentes de soda		0		0	0	Fuentes de soda			0	(	)		0
Observaciones:	texto					Observacio	nes:	No existe	n restaurantes i	dentificado	os		
Agencias de	Viaje	_ E	stableci	mientos r	registrados	Age	ncias de	Viaje		Estab	lecimier	ntos regis	strados
Mayoristas			0		Mayoristas						0		
Internacionales				0		Internacionales						0	
Operadoras				0		Operadoras						0	
Observaciones:	texto					Observacio	nes:	texto					_
Guía Local	Nac	ional Nacional Especializado	Cu	Itura	0	Guía	Local	Nacio		cional cializado	Cu	iltura	0
0		0 0	Ave	ntura	0		0	0		0	Ave	entura	0
Observaciones:	texto					Observacio	nes:	texto					
5.2 Facilidades en el e	entorno a	al atractivo											
Categoría (M)		Tipo (M)		Can	tidad C	oordenadas	Ad	dministrad		sibilidad rersal	В	Estado ( R	U) M
	Punto de	e Información			0	0		texto	-				
	I-Tur				0	0		texto					
a. De apoyo a la gestión turística	Centro o	le interpretación			0	0		texto					
	Centro o	de facilitación turística			0	0		texto	- 1				
	Centro o	de recepción de visitantes			0	0		texto					
	Garitas	de guardianía			0	0		texto					
b. De observación y	Miradore	es			0	0		texto					
vigilancia	Torres d	le avistamiento de aves			0	0		texto					
	Torres salvavid	de vigilancia para las			0	0		texto					
	Sendero	os			0	0		texto					
c. De recorrido y	Estacion	nes de sombra y descanso			0	0		texto					
	Lotadioi	, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,								_	_		
descanso	-	e acampar			0	0		texto					
	Áreas de				0	0		texto					
descanso	Áreas de Refugio	e acampar											
descanso	Áreas do Refugio Baterías	e acampar de alta montaña			0	0		texto	1				





Observaciones:	texto							
5.3 Complementarios	a la activ	vidad turística (	M) 🗆					
		a. En el Atra	ctivo 🗆		b. En la c	iudad o	poblado cercano	<b>9</b>
Alquiler y venta de especializado	e equipo	0	Venta de artesanías y merchandising	у 🗆	Alquiler y venta de equipo especializado	Ø	Venta de artesanía merchandising	s y 🗾
Casa de cambio		Cajero automátic	o 🛘 Otro		Casa de cambio	Cajero a	automático 🗆 d	Otro 🗆
Especifique: texto					Especifique: texto			
Observaciones:	texto				•			
6. ESTADO DE CONS	ERVACIÓ	N E INTEGRAC	IÓN ATRACTIVO / ENTORNO			SI	☑ NO □	S/I 🗆
6.1 Atractivo (U)								
a. Conservado	Ø	b. Altera	do 🗆	c. En pr	oceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	texto							
6.1.1 Factores de alter	ación y de	eterioro (M)						
6.1.1.1 N	aturales (	M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)		
a. Erosión			a. Actividades agrícolas y ganaderas		b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas / minería	
b. Humedad			d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearía	
c. Desastres naturales		<b></b>	g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento	
d. Flora/Fauna			j. Contaminación del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima			m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro			Especifique: texto					
Observaciones:	texto							
6.2 Entorno (U)								
a. Conservado	Ø	b. Altera	do 🗆	c. En pr	oceso de deterioro		d. Deteriorado	
Observaciones:	texto							
6.2.1 Factores de alter	ación y de	eterioro (M)						
6.2.1.1 N	aturales (	M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)		
a. Erosión			<ul> <li>a. Actividades agrícolas y ganaderas</li> </ul>		b. Actividades forestales		c. Actividades extractivas / minería	
b. Humedad			d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearía	
c. Desastres naturales			g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimiento	
d. Flora/Fauna			j. Contaminación del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbana	
e. Clima			m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	
Otro			Especifique: texto					
Observaciones:	texto							
6.3. Declaratoria del e	espacio tu	urístico asociad	o al atractivo					
a. Declarante:		texto	b. Denominación:	texto	b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	texto
Observaciones:	texto							
7. HIGIENE Y SEGURI	IDAD TUF	RÍSTICA				SI	☑ NO □	S/I □
7.1 Servicios Básicos			☑ .					
		a. En el atra	ctivo 🗆		b. En la ciu	dad o p	oblado mas cercano 🛚 🖺	2
Agua:					Agua 🗹			
Especifique: texto					Especifique: Servicio de agua	potable	<u> </u>	
Energía eléctrica:					Energía eléctrica ☑			
Especifique: texto					Especifique: servicio de energ	gia electri	a	





Especifique:	texto							Espec	cifique: servicio	de sanear	niento				
Disposición de de	esechos 🗆							Disposio	ción de desechos	V					
Especifique:	texto							Espec	cifique: recolecci	ion de bas	sura				
Observacion	es: texto														
7.2 Señalética e	en el atractivo														
									7.2.3. Materialidad	ı			7	.2.4. Esta	ado
7.2.1 Ambiente		7.2.2	Tipo			a. Madera	b.Alu	minio	c.Otro		Espec	cifique	В	R	М
	Pictograma de at	ractivos r	aturales			0	(	)	0		tex	rto			
	Pictograma de at	ractivos o	ulturales			0	(	)	0		tex	cto			
	Pictograma de ac	tividades	turística	s		0	(	)	0		tex	cto			
En áreas	Pictograma de se	ervicios d	e apoyo			0	(	)	0		te	do			
urbanas	Pictogramas de r	estricción				0	(	)	0		te	cto			
	Tótems de atracti	vos turís	ticos			0	(	)	0		tex	cto			
	Tótems de sitio					0	(	)	0		te	cto			
	Tótems direccion	ales				0	(	)	0		te	cto			
	Pictograma de at	ractivos r	naturales			0	(	)	0		te	cto			
	Pictograma de at	ractivos o	ulturales			0	(	)	0		tex	do			
	Pictograma de ac	tividades	turística	s		0	(	)	0		tex	do			
	Pictograma de se	rvicios d	e apoyo			0	(	)	0		tex	cto			
	Pictogramas de r	estricción				0	(	)	0		tex	do			
En áreas	Señales turísticas	s de apro	ximación			0	(	)	0		tex	cto			
naturales	Paneles de direc	cionamie	nto hacia	atractiv	os	0	(	)	0		te	cto			
	Panel informative	de atrac	tivos			0	(	)	0		tex	cto			
	Panel informati atractivos, servic			namient	o hacia	0	(	)	0		te	cto			
	Mesas interpretat	ivas				0	C	)	0		tex	cto			
	Tótem de sitio					0	C	)	0		tex	cto			
	Tótem de direccio	onamient	0			0	(	)	0		te	do			
Letreros informativos	De información b	otánica				0	(	)	0		tex	cto			
	Normativos de co	nciencia	ción			0	C	)	0		tex	do			
Señalética intema de seguridad	Protección de los	element	os del atr	activo		0	(	)	0		tex	cto			
Otros 🗆								texto							
Observacion	nes:														
7.3 Salud (más	cercano) (M)		Ø												
		a. Er	el atrac	ctivo					b. Er	ı la ciud	ad o po	blado mas cero	ano	✓	
Hospital o Clínica						0		Hospital	o Clínica				0		
Puesto / Centro d	e salud	,				0		Puesto /	Centro de salud	2	-		1		
Dispensario médi	со 🗆	Cantidad				0		Dispens	ario médico		Cantidad		0		
Botiquín de prime auxilios	ros 🗆	Q				0		Botiquín auxilios	de primeros		O		0		
Otros						0		Otros					0		
Observacion	nes: texto														
7.4 Seguridad (	M)														
a. Privada					texto										
b. Policía nacion	ial		Ø	ale	en la Pa	arroquia									





				-												
c. Policía metrop	olitana i	/ Municipal		Ē	texto											
d. Otra					texto											
Observacion	es:	texto														
7.5 Servicio de o	comuni	icación de uso	público	(M)	V											
		a. Eı	n el atra	ctivo	✓				b. E	En la ciud	lad o p	oblado	mas cer	cano	✓	
Telefonía (M)	Ø		Conexi	ón a inte	rnet (M)		)	Telefonía (l	VI) ☑			Conex	ión a inte	ernet (M	) 🗹	
Fija [	]	Línea telefónica			Fibra óptica		]	Fija		Línea te	lefónica	₹	Fibra ó	ptica		
Móvil E	2	Satélite			Redes inalár	mbricas [	3	Móvil	7	Satélite		Z.	Redes	inalámbr	cas	
Satelital [			Tel	efonía m	óvil		]	Satelital				Telefo	nía móvil			
Observacion	es:	texto														
Radio portátil (U)																
De uso exclusivo	para e	l visitante			De uso e	xclusivo para	comun	icación intern	a 🗆	De uso	exclusi	vo en ca	so de er	mergeno	ia	
Observacion	es:	texto														
7.6 Multiamenza	ızas (M	)														
Desla	ves				Sismos			Erupcio	nes volcáni	cas			Incendio	s forestal	es	
Sequ	ıia			In	undaciones				Aguajes				Tsu	ınami		
¿Existe un plan o de catástrofes?	de conti	ngencia en caso		Institució	ón que elabo nto.	ró el	texto	Non	bre de imento:	1	texto		Año elabora	dı ıción:	Э	0
Observacion	es:	texto														
8. POLÍTICAS Y	REGU	LACIONES									SI	Ø	NO		S/I	
a. ¿El GAD cuenta	con el	Plan de Desarroll	o Turístic	o Territor	ial?		SI	☑ N	o 🗆			Año	de elabo	ración:	2	2016
b. ¿El atractivo se	encuen	tra dentro de la pl	anificació	n turístic	a territorial (G	GAD'S)?			SI	<b>V</b>	NO			Espe	cifique:	
texto																
c. ¿Existen normal	tivas qu	e se apliquen par	a el desa	rrollo de l	la actividad tu	urística en el atr	activo?		SI	7	NO			Espe	cifique:	
texto																
d. ¿Existen ordena	anzas qu	ue se apliquen par	ra el desa	ırrollo de	la actividad t	turística en el at	ractivo'	?	SI	<b></b> ✓	NO			Espe	cifique:	
texto																
Observacion	es:	texto														
9. ACTIVIDADES	QUE	SE PRACTICAN	I (U)								SI	V	NO		S/I	
9.1 ATRACTIVO	S NATI	URALES (M)	<b>V</b>													
9.1.1 En el Agua	(M)	V														
a. Buceo		□ b. Kayal	k de mar		□ c. K	Kayak lacustre		□ d. K	ayak de Río		V	e. Surf				
f. Kite surf		☐ g. Raftir	ng		☐ h. S	Snorkel		☐ i. Tu	bing			j. Rega	ta			
k. Paseo en panga	ı	☐ I. Paseo	en bote		□ m.1	Paseo en lanch	a	n. Pa	aseo en mot itica	to		o. Para	sailing			
p. Esquí acuático		q. Bana	na flotant	e	□ r. B	loya		s. Pe	esa deportiv	a		Otro			texto	
Observacion	es:	texto														
9.1.2 En el Aire (	M)															
a. Alas Delta		□ b. Cano	ру		□ c. F	Parapente		□ d Ot	го				te	exto		
Observacion	es:	texto														
9.1.3 En Superfic	ie Terre	estre (M)	Ø													
a. Montañismo		☐ b. Escal	ada		□ c. S	Senderismo		☐ d. C	cloturismo		☑	e. Cany	oning			
f. Exploración de	cuevas	☐ g. Activi Recreat			□ h. 0	Cabalgata		☐ i. Ca	minata		Ø	j. Camp	oing			
k. Picnic		I. Obser fauna	vación de	flora y	□ m. 0	Observación de	astros	□ n. O	tro				te	exto		
Observacion	es:	texto														
9.2 ATRACTIVO	S CULT	TURALES (U)														





9.2.1 Tangibles e intang	jibles 🗆												
a. Recorridos guiados			b. Recorrido	autoguiados					c. Visita	a talleres	artísticos		
h. Participación en talleres	s artísticos		d. Visita a tali	leres artesan	ales				i. Partici	pación er	talleres artesan	ales	
e. Exposiciones temáticas y eventuales	permanentes, ter	mporales	f. Exhibición originales.	ı de piezas	, muesti	ras, ob	ras, etc.,		i. Activid	lades vive	enciales y/o lúdio	as	
g. Presentaciones o repre	sentaciones en vi	vo 🗆	h. Muestras a	audiovisuales					g. Fotog	rafía			
j. Degustación de platos tr	radicionales		I. Participació	n de la celeb	oración				m. Comp	pra de art	esanías		
n. Convivencia			o. Medicina a	incestral					Otro			texto	
Observaciones:	texto												
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIALIZACI	ÓN DEL ATRAC	CTIVO							SI	□ NO	□ s	л 🗆
10.1. Medios de Promo	oción del Atract	ivo (M)											
¿Existe un plan de pron	noción turística c	antonal?		SI		NO		Espec	cifique:	texto			
¿El Atractivo se encuen	tra incluido en el	plan de promoc	ión turístico c	antonal?		SI		NO					
Medi	o Promocional			Dirección y	nombre	de los n	nedios pr	omocion	ales		Periodicio	dad de la pror	noción
a. Página WEB			URL:			te	exto					Ninguna	
b. Red Social			Nombre:	texto								Ninguna	
c. Revistas Especializada	s		Nombre:	texto								Ninguna	
d. Material POP			Nombre:	texto								Ninguna	
e. Oficina de Información	Turística		Nombre:	texto								Ninguna	
f. Medios de comunicación	n (radio, tv, prensa	a) 🗆	Nombre:	texto								Ninguna	
g. Asistencia a ferias turís	ticas		Nombre:	texto								Ninguna	
h. Otro			Nombre:	texto								Ninguna	
Observaciones:	texto												
10.2. El atractivo forma	a parte de una c	oferta estableció	da (paquete t	turístico)		SI		NO		Especi	ifique: texto		
Observaciones:	texto												
11. REGISTRO DE VIS	ITANTES Y AFL	UENCIA (M)								SI	□ NO	□ s	/ □
11.1. Frecuencia de vis	sita según dato:	s estadísticos											
a. ¿Posee un sistema de i	registro de visitant	tes? SI	□ N	0 🗆	Tipo:	Digital		Papel		Año	s de registro		)
b. ¿Se genera reporte de	estadísticas de vis	sita al atractivo?	S	SI 🗆	NO		Frec	uencia d	e los repo	ortes:		Ninguna	
c. Temporalidad de visita	al atractivo												
Alta (meses)					texto						de ce	0	
	acifique				toxto						tan tan		
Baja (meses)	Especifique				texto						Número de visitantes	0	
Baja (meses)  d. Llegada de turistas	Especifque										Número	0	
		Llegadas men	suales T	otal anual		Tu	rista extra	injero		Llega	Nimera Ni		Anual
d. Llegada de turistas		Llegadas men	isuales T	otal anual	texto	Tu	rista extra	Г	xto	Llega			
d. Llegada de turistas	onal	l	isuales T		texto	Tu ses de c		te	xto	Llega	das mensuales	Total	)
d. Llegada de turistas  Turista nacio	onal	0	isuales T	0	texto			te		Llega	das mensuales	Total	)
d. Llegada de turistas  Turista nacio	texto texto	0	isuales T	0	texto			te	xto	Llega	das mensuales 0	Total	)
d. Liegada de turistas  Turista nacio  Ciudades de origen	texto texto texto	0	nsuales T	0 0	texto			te	xto	Llega	das mensuales 0	Total	)
d. Llegada de turistas  Turista nacio  Ciudades de origen  Observaciones:	texto texto texto texto texto	0		0 0	texto		rigen	te	xto	Llega	das mensuales 0	Total	)
d. Llegada de turistas  Turista nacio  Ciudades de origen  Observaciones:  11.2. Frecuencia de vis	texto texto texto texto texto	0 0 0		0 0	texto		Cont	te te te	xto		0 0 (+593)	Total	)





12. RECURSO	HUMAI	NO								Si		NO		S/I	
. Número de pe	rsonas a	a cargo de la adm	ninistració	n y operación del atract	ivo [		0	d. Número	de personas	especializadas e	n turismo				0
	e person strucción	as con nivel de (M):		f. Número de persona	as capa	acitada	as por tema	ática (M)		g. Número		as que ma mas (M)	anejan algúi	n de	
Primaria	0	Secundaria	0	Primeros Auxilios		0	Hospitali	idad	0	Inglés	0	Alemár	1	9	0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente		0	Guianza	T)	0	Francés	0	Italiano	)	- 3	0
Otro		texto		Sensibilización discapacidades	de	0	Otro		texto	Chino	0	Otro	1	te	exto

Observaciones: texto

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

La cascada San Francisco se encuentra ubicada en el barrio San Francisco a 10 minutos en vehículo del centro de la parroquia, cuenta con área verde y natural característica del sector, lugar apropiado para el descenso de la cascada para quienes cuentan con equipo para la práctica de este deporte.

#### 14. ANEXOS

#### a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)





Fuente: Trabajo de Campo

#### c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: Google Earth

		FIRMAS DE RES	PONSABILIDAD (Obligatorio)	
ELA	ABORADO POR:	VA	ALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Puglla Franklin	Apellido y Nombre	Jimenez Alexandra	Apellido y Nombre
Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución
Cargo	Estudiante	Cargo	Docente	Cargo
Correo Electrónico	franklin.puglla@unl.edu.ec	Correo Electrónico	alexandra.jimenez@unl.edu.ec	Correo Electrónico
Teléfono	09985868045	Teléfono	0997706826	Teléfono
Firma		Firma		Firma
Fecha	15/03/2018	Fecha	28/06/2018	Fecha

# Piedra Bola





	FI	ICHA P	ARA EL	LEVAN	TAMIENTO Y J	ERARQ	UIZACIÓ	N DE AT	TRACTI	VOS TURÍ	STICO	S				
0.5	1	1	0	1	5 4	Α	N	0	7	0	1	0	1	0	0	1
Código del atractivo:	Prov	rincia	Car	ntón	Parroquia	Cate	egoría	Ti	ipo	Subti	ро	Jerai	rquía		Atractivo	
1. DATOS GENERALES																
					1.1 Nombre	del Atra	ctive Tu	rístico								
					P	iedra B										
	tegoría					1.3 Tip							4 Subtip			
ATRACTIVOS	_NATURALE	ES			FENÓMENO	S_ESPE	LEOLÓG	BICOS				CUEV	A O CA\	/ERNA		
2. UBICACIÓN DEL ATRA	CTIVO															
2.1 Pro	ovincia				:	2.2 Cant	ón					2.3	Parroq	uia		
LC	)JA					LOJA.							GUALEI			
2.4 Barrio, Se	ctor o Comu	ına			2.5 Calle Pri	ncipal			2.6 N	úmero			2.7	Transve	rsal	
San Fr	ancisco				S/N				S	/N				S/N		
2.8 Latitud (gra	idos decima	iles)		2	2.9 Longitud (g	rados d	ecimales	5)	Click			2.10 A	Altura (n	nsnm)		
3°46'	59.6"S				7:	9°20'03.3	3"W					28	850 msn	m		
2.11 Información del admi	nistrador															
a. Tipo de Administrador:		Pr	opietario	de la fir	nca	b. Nom	nbre de la	Instituc	ión:	SN						
c. Nombre del Administrado	r. Jose Ar	ngamarc	a			d. Carg	go que oc	cupa:		Administr	ador					
e. Teléfono / Celular:			(+593)98	3231429	6		eo Electro			SN						
Observaciones: tex	to															
3. CARACTERISTICAS DE	L ATRACTI	<b>/</b> 0														
3.1 Características climato			<b></b>													
a. Clima:		Frio			ь Т	emperatu	ra(°C)·	1	12	c Pres	cipitació	n Pluvio	métrica (	mm):		
3.2 Línea de producto al q	ue pertenec		activo (II	J)		,	, <i>T</i>				,		(	,		
a. Cultura						turaleza						c. Ave	entura			
3.3 Escenario donde se lo		activo ti							_				_			
a. Prístino	b. Pri				c. Rústico N	atural			d F	Rural			e Ur	bano		
3.4 Ingreso al atractivo (U							_									
	b. Horario o								c Ate	ención						
a. Tipo de Ingreso	Ingreso		lida	To	dos los días	Fine	s de sem		Ι	o días hábil	98	Ot	tro		specifica	ar.
Libro				10			feriados		3010							
Libre 🗹	0:00		00												texto	
Restringido	0:00		00												texto	
Pagado	0:00		00			_	Dir	nero	_	Depós	sito				texto	
d. Maneja un sistema de res			f. Fori Pa		Efectivo		Elect	rónico		Banca				eta de D	ebito	
	00 Hasta	0,00			Tarjeta de Cré	dito			erencia B				Cheque	:		
g. Meses recomendables de									Diciembr	e						
Observaciones: text																
4. ACCESIBILIDAD Y CON											SI	Ø	NO		S/I	
a. Nombre de la ciudad o po		ercano (				_	ervicios):		rdon = d	) (man)		Parr	roquia Gu	ualel		
<ul> <li>b. Distancia desde la ciuda poblado más cercano:</li> </ul>	ad o 10	km	c. Tio	empo amiento e	estimado de en auto:	0:10	h/min		rdenadas decimales		.at.:	3°46'1	16.7"S	Long.:	79°22'	31.7"W
Observaciones: text	0															
4.2 Vías de Acceso (M)		Ø														
		Tipo	de vía		Coordenada	de inicio	Coor	denada	de fin	Distancia	a (km)	Tipo	de mat	erial	Est	ado
- Townston (M)	a. Prime	r orden			0			0		0			texto			





a. Terresuct	(111)		b. Segundo order	n 🗆		0			0		0		texto			
			c. Tercer orden	Ø		3°46'16.7 9°22'31.			3°47'00.8" 79°21'46.9'		10		Тіепта			
Observacion	es:	Se pued	le ingrsar solo can	ninando	•						•	•			-	
		Mar	ítimo 🗆	Puerto / Muelle de partida	te	xto					to / Muelle de Llegada	te	exto			
b. Acuático (U)		Laci	ustre 🗆	Puerto / Muelle de partida	te	xto	Estado				to / Muelle de Llegada	te	exto	Estado		
		Flu	vial 🗆	Puerto / Muelle de partida	te	xto					to / Muelle de Llegada	te	exto			
Observacion	es:	texto			•											
c. Aéreo (U)				Na	cional:						Internacional:					
Observacion	es:	texto														
4.3 Servicio de 1	transpo	orte (M)														
a. Bus	<b>2</b>	b. Buset	a 🗆	c. Transporte 4x	κ <b>4</b>		d. Taxi				e. Moto taxi		f. Telef	érico		
g. Lancha		h. Bote		i. Barco			j. Canoa	1			k. Avión		I. Avior	neta		
m. Helicóptero		n. Otro		Especifique												
Observacion	es:	el servic	io de trasporte es	solo hasta el ba	rrio San Fr	racisco										
4.3.1 Detalle de	transp	orte had	cia el atractivo (	M)												
							c. Free	cuencia								
<ul> <li>a. Nombre de la presta el servicio</li> </ul>	сооре	erativa o	asociación que	b. Estación / t	terminal	, a	nal	<u> </u>	<u>la</u>		d. Detalle	e (Trasla	ido origei	n / destir	10)	
production of solvido						Diaria	Semanal	Mensual	Eventual							
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
4.4 Condiciones	de ac	cesibilio	dad del atractivo	o turístico al m	edio físio	co para	persona	as con	discapac	idad (M	)	V				
General			oacidad 🗵	Discapacidad Visual			pacidad ditiva		Discap	oacidad I	ntelectual o Psic	osocial			No es cesible	
Observacion	es:	texto														
4.5 Señalización	1															
a. Señalización de	aproxir	nación al	atractivo	□ Esta	ado (U)	В	ueno			Reg	gular 🗆		N	/alo		
Observacion	es:	No exist	e señalizacion													
5. PLANTA TUR	ÍSTICA	( / COM	PLEMENTARIOS	s							SI	☑	NO		S/I	
5.1 Planta turist	ica (M)				]											
			a. En el Atra	ctivo 🗆						b	. En la ciudad o	pobla	do cerca	ino	V	
Alojamient	0		Establecimie	entos Nún	nero de	Nún	nero de	,	Alojamien	nto	□ Estable	cimiento	Nún	nero de	Nún	nero de





URISMO															
Hotel		0		0	0		Hotel			0		0			0
Hostal		0		0	0		Hostal			0		0			0
Hostería		0		0	0		Hostería			0		0			0
Hacienda Turística		0		0	0		Hacienda Turístic	a		0		0			0
Lodge		0		0	0		Lodge			0		0			0
Resort		0		0	0		Resort			0		0			0
Refugio		0		0	0		Refugio			0		0			0
Campamento Turístico		0		0	0		Campamento Tur	ístico		0		0			0
Casa de Huéspedes		0		0	0		Casa de Huéspe	des	V	0		0			0
Observaciones:	texto		_				Observacion	nes:	No cuen	ta con un n	umero d	e plazas	identifi	cadas	
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados		ero de esas	Número d Plazas		Alimentos y bebidas			ablecimiento egistrados	os	Númei Mes			ero de azas
Restaurantes		0		0	0		Restaurantes	<b>7</b>		0		0			0
Cafeterías		0		0	0		Cafeterias			0		0			0
Bares		0		0	0		Bares			0		0			0
Fuentes de soda		0		0	0		Fuentes de soda			0		0			0
Observaciones:	texto						Observacion	nes:	cuenta c	on dos rest	taurantes	6			
Agencias de	Viaje		Estableo	imientos r	registrados		Ager	ncias de	Viaje		]	Establ	ecimier	ntos regis	trados
Mayoristas				0			Mayoristas				1			0	
Internacionales				0			Internacionales				1			0	
Operadoras	as 🗆						Operadoras				1			0	
Observaciones:							Observacion	nes:	texto		-				
Guía Local	Nac	ional Nacional Especializad	o Ci	iltura	0		Guía	Local	Naci	ional	Nacio Especial	nal izado	Cu	ltura	0
<b>0</b>		0 0	Av	entura	0		V		(	)	0		Ave	entura	0
Observaciones:	texto						Observacion	nes:	texto			-			
5.2 Facilidades en el e	entorno a	al atractivo													
Categoría (M)		Tipo (M)		Can	tidad	Co	ordenadas	Ac	dministra	dor '	Accesib univer		В	Estado ( R	U) M
	Punto de	e Información			0		0		texto						
	I-Tur				0		0		texto						
a. De apoyo a la gestión turística	Centro d	de interpretación			0		0		texto						
	Centro d	de facilitación turística			0		0		texto						
	Centro d	de recepción de visitante	es 🗆		0		0		texto						
	Garitas	de guardianía			0		0		texto						
b. De observación y	Miradore	es			0		0		texto						
vigilancia	Torres d	le avistamiento de aves			0		0		texto						
	Torres salvavid	de vigilancia pa las	ara 🗆		0		0		texto						
	Sendero	os			0		0		texto						
c. De recorrido y	Estacion	nes de sombra y descan	so 🗆		0		0		texto						
descanso	Áreas de	e acampar			0		0		texto						
	Refugio de alta montaña				0		0		texto						
	Baterías	sanitarias			0		0		texto						
d. De servicio	Estacion	namientos			0		0		texto						
e. Otros				0		0		texto							





Observaciones:	texto											
5.3 Complementarios	a la activ	/idad turística (	M)	<b>2</b>								
		a. En el Atra	ctivo 🗆			1	b. En la c	iudad o	poblado cerca	no	Ø	
Alquiler y venta de especializado	equipo		Venta de merchandising	artesanías	у 🗆	Alquiler y venta de especializado	e equipo		Venta de merchandising	artesanía	ıs y	Ø
Casa de cambio		Cajero automátic	• 🗆	Otro		Casa de cambio		Cajero a	automático		Otro	
Especifique: texto						Especifique: texto						
Observaciones:	texto											
6. ESTADO DE CONS	ERVACIÓ	N E INTEGRAC	IÓN ATRACTIV	O / ENTORN	10			SI	□ NO	⊌	S/I	כ
6.1 Atractivo (U)	v											
a. Conservado		b. Altera	do		c. En pi	oceso de deterioro	Ø		d. Deteriorado			
Observaciones:	texto											
6.1.1 Factores de altera	ción y de	eterioro (M)										
6.1.1.1 Na	aturales (	M)				6.1.1.2 Antrópicos / An	ntropogéni	cos (M)	ı			
a. Erosión			a. Actividades ag ganaderas	grícolas y		b. Actividades forestales	i	<b>V</b>	c. Actividades e minería	ktractivas /		)
b. Humedad			d. Actividades in	ndustriales		e. Negligencia / abandon	10		f. Huaquearía			3
c. Desastres naturales			g. Conflicto de te	enencia		h. Condiciones de uso y exposición			i. Falta de mante	enimiento		3
d. Flora/Fauna			j. Contaminación	del ambiente		k. Generación de residuo	os		I. Expansión urb	ana		)
e. Clima		v	m. Conflicto polít	tico / social		n. Desarrollo industrial /	comercial		o. Vandalismo			כ
Otro			Especifique:	texto								
Observaciones:	texto											
6.2 Entorno (U)	7											
a. Conservado		b. Altera	do	2	c. En pi	oceso de deterioro			d. Deteriorado			
Observaciones:	texto											
6.2.1 Factores de altera	ación y de	eterioro (M)										
6.2.1.1 Na	aturales (	M)				6.2.1.2 Antrópicos / An	ntropogéni	cos (M)	ı			
a. Erosión			a. Actividades aç ganaderas	grícolas y	Ø	b. Actividades forestales	i	Ø	c. Actividades e minería	ktractivas /		
b. Humedad			d. Actividades in	ndustriales		e. Negligencia / abandon	10		f. Huaquearía			
c. Desastres naturales			g. Conflicto de te	enencia		h. Condiciones de uso y exposición			i. Falta de mante	enimiento		)
d. Flora/Fauna			j. Contaminación	del ambiente		k. Generación de residuo	os		I. Expansión urb	ana		3
e. Clima		V	m. Conflicto polít	tico / social		n. Desarrollo industrial /	comercial		o. Vandalismo			3
Otro			Especifique:	texto								
Observaciones:	texto											
6.3. Declaratoria del e	spacio t	uristico asociad	lo al atractivo		]							
a. Declarante:		texto	b. Denomina	ición:	texto	b. Fecha de declaración:		texto	c. Al	cance:	texto	0
Observaciones:	texto											
7. HIGIENE Y SEGURI	DAD TUR	RÍSTICA						SI	✓ NO		S/I	כ
7.1 Servicios Básicos												
		a. En el atra	ctivo 🗆			b. I	En la ciud	lad o p	oblado mas cer	cano [	2	
Agua:						Agua	<b>V</b>					
Especifique: texto						Especifique: texto						
Energía eléctrica:						Energía eléctrica	V					
Especifique: texto						Especifique: texto						
Sanaamiento:	П					Sanoamiento:	[2]					





Oldsino															
Especifique:	texto							Espec	cifique: texto						
Disposición de de	esechos 🗆							Disposi	ción de desechos I	v					
Especifique:	texto							Espec	cifique: texto						
Observacion	nes: texto														
7.2 Señalética	en el atractivo														
									7.2.3. Materialidad				7	7.2.4. Est	ado
7.2.1 Ambiente		7.2.2.	Tipo			a. Madera	b.Alu	minio	c.Otro		Espe	cifique	В	R	М
	Pictograma de at	ractivos n	naturales			0		0	0		te	xto	_		
	Pictograma de at	ractivos c	ulturales			0		0	0		te	xto			
	Pictograma de ac	ctividades	turística	.s		0		0	0		te	xto			
En áreas	Pictograma de se	ervicios de	e apoyo			0		0	0		te	xto	_		
urbanas	Pictogramas de r	estricción	1			0		0	0		te	xto			
	Tótems de atracti	ivos turíst	ticos			0		0	0		te	xto	_		
	Tótems de sitio					0		0	0		te	xto			
	Tótems direccion	ales				0		0	0		te	xto	-		
	Pictograma de at	ractivos r	naturales			0		0	0		te	xto			
	Pictograma de at	ractivos o	culturales			0		0	0		te	xto	-		
	Pictograma de ac	ctividades	turística	s		0		0	0		te	xto	_		
	Pictograma de se	ervicios de	е ароуо			0		0	0		te	xto	_		
	Pictogramas de n	estricción	1			0		0	0		te	xto	_		
En áreas	Señales turísticas	s de apro	ximación	ı		0		0	0		te	xto			
naturales	Paneles de direc	cionamier	nto hacia	atractiv	os	0		0	0		te:	xto	_		
_	Panel informative	de atrac	tivos			0		0	0		te	xto			
	Panel informati atractivos, servici	ivo de ios y activ	direccio vidades	namient	o hacia	0		0	0		te	xto	_		
	Mesas interpretat	tivas				0		0	0		te	xto			
	Tótem de sitio					0		0	0		te	xto			
	Tótem de direccio	onamiento	D			0		0	0		te	xto			
Letreros informativos	De información b	otánica				0		0	0		te	xto	_		
	Normativos de co	onciencia	ción			0		0	0		te	xto			
Señalética interna de seguridad	Protección de los	elemento	os del atr	activo		0		0	0		te	xto	0		
Otros 🗆								texto							
Observacion	nes: texto														
7.3 Salud (más	cercano) (M)		Ø												
		a. Er	n el atra	ctivo					b. Er	ı la ciuc	dad o po	oblado mas cere	ano	Ø	
Hospital o Clínica					(	)		Hospital	o Clínica				0		
Puesto / Centro d	le salud	_				0		Puesto /	Centro de salud	V	_		2		
Dispensario médi	ico 🗆	Cantidad			(	0		Dispens	ario médico		Cantidad		0		
Botiquín de prime auxilios	eros 🗆	0				0		Botiquín auxilios	de primeros		0		0		
Otros					(	0		Otros					0		
Observacion	nes: texto														
7.4 Seguridad (	(M)		Ø												
a. Privada					texto										
b. Policía nacior	nal		V	e e	texto										





c. Policía metropo	litana /	Municipal		Det	texto													
d. Otra					texto													
Observacione	s:	texto																
7.5 Servicio de co	omuni	cación de uso	público	(M)		⊌												
		a. Eı	n el atra	ctivo						b. E	n la ciud	ad o p	oblado	mas c	ercano			
Telefonía (M)			Conexi	ón a inte	rnet (M)			Telefonía	a (M)	2			Conex	tión a in	ternet	(M) 🗹		
Fija 🗆	1	Línea telefónica			Fibra óp	tica		Fija			Línea tele	efónica		Fibra	óptica			_
Móvil 🗆	1	Satélite			Redes in	nalámbricas		Móvil		v	Satélite			Rede	s inalán	nbricas		
Satelital	1		Te	lefonía m	óvil			Satelital					Telefo	nía móv	ril .			
Observacione	s:	texto																
Radio portátil (U)																		
De uso exclusivo	para el	visitante			De us	so exclusivo pa	ra comuni	icación inte	ema		De uso e	exclusi	vo en ca	aso de e	emerge	encia		
Observacione	s:	texto																
7.6 Multiamenzaz	zas (M	)																
Deslav	es				Sismos			Erup	ciones	volcánic	as			Incendi	os fore:	stales		
Sequí	a			In	undacion	es			Agu	ajes				T	sunami			
¿Existe un plan de de catástrofes?	e conti	ngencia en caso		Institució		laboró el	texto		ombre ocumer	del nto:		texto		Año elabo	ración:	de	0	)
Observacione	s:	texto																
8. POLÍTICAS Y F	REGUL	ACIONES										SI	☑	NO		5	i/I	_
a. ¿El GAD cuenta	con el f	Plan de Desarrolle	o Turístic	o Territor	ial?		SI	V	NO	_			Año	de elab	oración	1:	20	16
b. ¿El atractivo se e	encuent	ra dentro de la pl	anificacio	on turístic	a territori	al (GAD'S)?				SI	<b></b>	NO			E	specifiqu	e:	
Para celebraciones	folcklo	ricas																
c. ¿Existen normati	vas que	e se apliquen para	a el desa	rrollo de l	a activida	ad turística en el	atractivo?			SI		NO	☑		E	specifiqu	e:	
Ninguna																		
d. ¿Existen ordenar	nzas qu	e se apliquen par	ra el desa	arrollo de	la activid	lad turística en e	l atractivo	>		SI		NO	<b>V</b>		E	specifiqu	e:	
Ninguna																		
Observacione	s:	texto																
9. ACTIVIDADES	QUE S	SE PRACTICAN	I (U)									SI	V	NO		9	i/I	
9.1 ATRACTIVOS	NATU	JRALES (M)	v															
9.1.1 En el Agua (	M)																	
a. Buceo		□ b. Kayal	k de mar			c. Kayak lacust	re	□ d.	Kayak	de Río			e. Surf					
f. Kite surf		□ g. Raftin	ng			h. Snorkel		□ i.	Tubing		ı	_	j. Rega	ıta				
k. Paseo en panga		☐ I. Paseo	en bote			m. Paseo en la	ncha		. Paseo cuática	en moto	· (		o. Para	sailing				
p. Esquí acuático		□ q. Bana	na flotant	te		r. Boya		□ s.	Pesa	deportiva	ı [		Otro			te	cto	
Observacione	s:	texto																
9.1.2 En el Aire (M	1)																	
a. Alas Delta		□ b. Cano	ру			c. Parapente		□ d	Otro						texto			
Observacione	s:	texto																
9.1.3 En Superfici	e Terre	estre (M)	✓															
a. Montañismo		☑ b. Escal	ada			c. Senderismo		□ d.	Ciclot	urismo			e. Can	yoning			]	
f. Exploración de co	uevas	g. Activi	dades			h. Cabalgata		☑ i.	Camina	ata		2	j. Cam	ping			1	
k. Picnic			vación de	e flora y	✓	m. Observación	n de astros	□ n.	Otro						texto			
Observacione	s:	texto																
9.2 ATRACTIVOS	CULT	TURALES (U)																

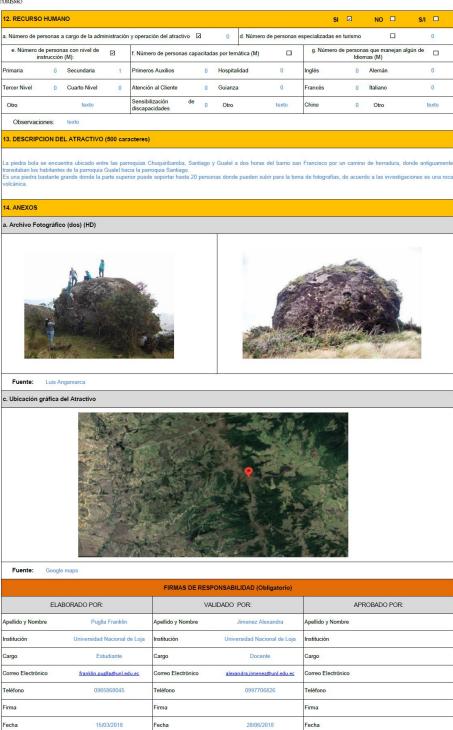




9.2.1 Tangibles e intangi	ibles 🗆																
a. Recorridos guiados				b. Recor	rido auto	guiados					c. Visita	a a tallere	s artístico	os			
h. Participación en talleres	artísticos			d. Visita	a talleres	s artesar	nales				i. Partio	cipación e	n talleres	artesan	ales		
e. Exposiciones temáticas y eventuales	permanente	s, temporales		f. Exhib originale		e piezas	s, mues	tras, ob	ras, etc.		i. Activi	idades viv	enciales	y/o lúdio	as		
g. Presentaciones o repres	sentaciones e	en vivo		h. Muest	ras audio	ovisuales	5				g. Foto	grafía					
j. Degustación de platos tr	adicionales			I. Particip	ación de	e la celel	oración				m. Con	npra de ar	tesanías				
n. Convivencia				o. Medic	ina ance	stral					Otro				texto		
Observaciones:	texto																
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIALIZ	ACIÓN DEL	ATRA	CTIVO								SI		NO	☑	S/I	
10.1. Medios de Promo	ción del At	ractivo (M)															
¿Existe un plan de prom	oción turísti	ca cantonal?				SI		NO		Esp	ecifique:	texto					
¿El Atractivo se encuen	tra incluido e	en el plan de	promoc	ión turísti	co canto	onal?		SI		NO							
Medic	o Promocion	al			Dire	ección y	nombre	de los i	nedios p	romocio	onales		Р	eriodicio	dad de la p	oromoci	ón
a. Página WEB				URL:				t	exto						Ninguna		
b. Red Social				Nombre:		texto									Ninguna		
c. Revistas Especializadas	5			Nombre:		texto									Ninguna		
d. Material POP				Nombre:		texto									Ninguna		
e. Oficina de Información	Turística			Nombre:		texto									Ninguna		
f. Medios de comunicación	ı (radio, tv, pr	rensa)		Nombre:		texto									Ninguna		
g. Asistencia a ferias turíst	ticas			Nombre:		texto									Ninguna		
h. Otro				Nombre:		texto									Ninguna		
Observaciones:	texto																
10.2. El atractivo forma	a parte de u	na oferta es	tableci	da (paqu	ete turí:	stico)		SI		NO	7	Espec	cifique:	texto			
Observaciones:	texto																
11. REGISTRO DE VISI	TANTES Y	AFLUENCIA	(M)									SI		NO	Ø	S/I	
11.1. Frecuencia de vis	sita según d	latos estadís	sticos														
a. ¿Posee un sistema de r	egistro de vis	sitantes?	SI		NO		Tipo:	Digital		Papel		Añ	os de reg	istro		0	
b. ¿Se genera reporte de e	estadísticas d	le visita al atra	ctivo?		SI		NO		Fre	cuencia	de los rep	oortes:			Ninguna		
c. Temporalidad de visita a	al atractivo																
Alta (meses)		enbu					texto						ro de		0		
Baja (meses)	- (	Especifique					texto						Número de visitantes		0		
d. Llegada de turistas														•			
☐ Turista nacio	onal	Llega	das mer	suales	Total	anual		Tu	ırista extr	anjero		Llega	adas men	suales	To	otal Anu	al
	texto		0		(	0					texto		0			0	
Ciudades de origen	texto		0		(	0	Pa	íses de	origen		texto		0			0	
	texto		0		(	0					texto		0			0	
Observaciones:	texto	-								•					•		
11.2. Frecuencia de vis	sita según i	nformantes	clave														
Nombre del Informante	Clave:			tex	to				Con	tactos:				(+593)			
De	emanda segú	n días de vis	ta							Deman	da según	frecuenci	a de visit	a			
Lunes a viernes ()	Fines de semana		Días	feriados	0	Perm	anente		Esta	acional		Espo	rádica		Inexis	tente	
						-											







# **Molienda ANSIS**





		FIC	HA P	ARA EL	LEVAN	TAMIENTO Y JE	RARQI	UIZACIÓ	N DE AT	RACTI	os turist	TICOS	;				
		1	1	0	1	5 4	М	С	0	1	0 2	2	0	1	0	0	1
Código del atractivo:		Provin	ncia	Car	ntón	Parroquia	Cate	egoría	Tip	00	Subtipo	,	Jerard	quía		Atractivo	)
1. DATOS GENERALES																	
						1.1 Nombre d	el Atra	ctivo Tu	rístico								
						Molie	enda A	NSIS									
1.2 0	Categoría						1.3 Tip	0					1.4	Subtip	00		
MANIFESTACIO	NES CU	LTURA	ALES			ARC	UITEC	TURA				INFRA	ESTRU	JCTUR/	A CULTI	JRAL	
2. UBICACIÓN DEL ATRA	ACTIVO																
2.1 F	Provincia					2	.2 Cant	ón					2.3	Parroq	uia		
L	LOJA						LOJA.						G	GUALEL			
2.4 Barrio, S	ector o C	Comun	na			2.5 Calle Prir	ncipal			2.6 No	úmero			2.7	Transve	ersal	
San I	Francisco	,				Via Chuquiriba	amaba			S	N				SN		
2.8 Latitud (g	rados de	cimale	es)		2	2.9 Longitud (gr	ados d	ecimales	5)	Click			2.10 Al	ltura (m	nsnm)		
3°4	7'07.4"S					79	°21'45.4	1"W						2.505			
2.11 Información del adn	ministrado	or															
a. Tipo de Administrador:			Pro	opietario	de la fir	nca	b. Nom	nbre de la	Instituci	ón:	SN						
c. Nombre del Administrad	dor: Jos	se Ang	gamarc	a			d. Carg	go que oc	cupa:		Administrad	dor					
e. Teléfono / Celular:			(	(+593)98	3231429	6	f. Corre	eo Electro	ónico:		SN						
Observaciones: texto																	
3. CARACTERISTICAS D	Observaciones: texto  CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO																
3.1 Características clima	CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO  I Características climatológicas																
a. Clima:			Frio			b. Te	mperatu	ra(°C):	1	4	c. Precipi	itación	Pluvion	nétrica (r	nm):		
3.2 Línea de producto al	que pert	enece	el atra	ctivo (U	J)												
a. Cultu	ura			v		b. Nati	uraleza						c. Aver	ntura			
3.3 Escenario donde se l	localiza e	el atrac	ctivo tu	ırístico													
a. Prístino		b. Primi	itivo			c. Rústico Na	itural			d. F	Rural 🖸	3		e. Ur	bano		
3.4 Ingreso al atractivo (	U)			)													
- Total de la conse	b. Hor	ario de	e Atenc	ión						c. Ate	ención						
a. Tipo de Ingreso	Ingreso	,	Sal	lida	То	dos los días	Fine	s de sem feriados	ana y	Solo	días hábiles	;	Otr	о	E	specifica	ar
Libre 🗹	6:00		18	:00		v								)		texto	
Restringido	0:00		0:	00										]		texto	
Pagado 🗆	0:00		0:	00										1		texto	
d. Maneja un sistema de re	eservas:			f. For	ma de	Efectivo			nero rónico		Depósito Bancario			Tarje	eta de D	ébito	
e. Precio: Desde	0,00 Ha	ısta	0,00	Pa	go:	Tarjeta de Créd	ito		Transfer	rencia B	ancaria			Cheque			
g. Meses recomendables	de visita:									texto							
Observaciones: te	exto																
4. ACCESIBILIDAD Y CO	NECTIVII	DAD A	L ATR	ACTIVO	)						9	SI	☑	NO		S/I	
a. Nombre de la ciudad o p	poblado m	nás cer	rcano (	Que pre	sente co	ndiciones mínim	as de s	ervicios):					Parro	oquia Gu	ialel		
<ul> <li>b. Distancia desde la ciu- poblado más cercano:</li> </ul>	dad o	10	km		empo amiento e	estimado de en auto:	0:10	h/min		denadas ecimales	s (grados ): Lat		3°46'16	6.7 <b>"</b> S	Long.:	79°22'	31.7°W
Observaciones: te	exto																
4.2 Vías de Acceso (M)			Ø														
			Tipo o	de vía		Coordenada d	e inicio	Coor	denada d	de fin	Distancia (F	km)	Tipo	de mate	erial	Est	tado
	a. F	Primer o	orden			0			0		0	T		texto			





а. тепезис	(111)	i.	b. Segundo orde	n 🗆		0			0		0		texto			
			c. Tercer orden	2		°46'16.7 °22'31.			3°47'00.8" 79°21'46.9'		10		Tierra	1		
Observacion	ies:	texto			-											
		Mari	ítimo 🗆	Puerto / Muel de partida	le te:	xto				Puer	to / Muelle de Llegada	te	exto			
b. Acuático (U)		Lacı	ustre 🗆	Puerto / Muel de partida	le te:	xto	Estado				to / Muelle de Llegada	te	exto	Estado		
		Flu	vial 🗆	Puerto / Muel de partida	le te:	xto					to / Muelle de Llegada	te	exto			
Observacion	ies:	texto														
c. Aéreo (U)				N	acional:						Internacional:					
Observacion	ies:	texto														
4.3 Servicio de	transpo	orte (M)	☑													
a. Bus	Ø	b. Buset	а 🗆	c. Transporte	4x4		d. Taxi				e. Moto taxi		f. Telet	férico		
g. Lancha		h. Bote		i. Barco			j. Canoa				k. Avión		I. Avior	neta		
m. Helicóptero		n. Otro		Especifique												
Observacion	ies:	Hasta el	barrio San Franc	isco												
4.3.1 Detalle de	transp	orte had	ia el atractivo (	M)												
							c. Fred	uencia								
Nombre de la presta el servicio	а сооре	erativa o	asociación que	b. Estación	/ terminal	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		d. Detal	le (Trasla	do orige	n / des	tino)	
									Eve							
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
texto				texto		_				texto						
texto				texto						texto						
texto				texto						texto						
4.4 Condiciones	s de ac	cesibilio	dad del atractivo	o turístico al ı	medio físio	o para	persona	s con	discapac	idad (M)	)	✓				
General	2		acidad   sica	Discapacida Visual	id 🗆		pacidad ditiva		Discap	acidad I	ntelectual o Psi	cosocial			d. No es ccesible	
Observacion	ies:	texto														
4.5 Señalización	n															
a. Señalización de	aproxir	nación al	atractivo	□ Es	stado (U)	В	ueno			Reg	gular 🗆		1	Иalo		
Observacion	ies:	texto		•												
5. PLANTA TUR	ÍSTICA	/ COMF	PLEMENTARIO	s							SI	V	NO		S/I	
5.1 Planta turist	tica (M)															
			a. En el Atra	ctivo 🗆						b.	. En la ciudad d	pobla	do cerca	ano	Ø	
Alojamien	to		Establecimie		imero de		nero de	,	Alojamien	nto		ecimiento		nero de		nero de





URISMO													
Hotel	_	0		0	0	Hotel		_ [	0	(	)		0
Hostal		0		0	0	Hostal		0	0	(	)		0
Hosteria		0		0	0	Hosteria			0	(	)		0
Hacienda Turística		0		0	0	Hacienda Turístic	ca		0	(	)		0
Lodge		0		0	0	Lodge		0	0	(	)		0
Resort		0		0	0	Resort			0	(	)		0
Refugio		0		0	0	Refugio		_	0	(	)		0
Campamento Turístico		0		0	0	Campamento Tu	rístico	0	0	(	)		0
Casa de Huéspedes		0		0	0	Casa de Huéspe	des	Ø	0	(	)		0
Observaciones:	texto					Observacio	nes:	No cuent	a con un numero	de plaza	s identifi	cado	
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados		ero de sas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		Estal re	olecimientos gistrados	Núme Me:		Núm Pla	ero de azas
Restaurantes		0		0	0	Restaurantes	v		0	(	)		0
Cafeterías		0		0	0	Cafeterias			0	(	)		0
Bares		0		0	0	Bares			0	(	)		0
Fuentes de soda		0		0	0	Fuentes de soda			0	(	)		0
Observaciones:	texto					Observacio	nes:	cuenta co	on dos restaurant	es es			
Agencias de	Viaje	E	stableci	mientos r	egistrados	Agei	ncias de	Viaje		Estab	lecimien	ntos regis	trado
layoristas				0		Mayoristas						0	
nternacionales						Internacionales						0	
peradoras						Operadoras						0	
Observaciones:						Observacio	nes:	texto					
Guía Local	Nac	ional Nacional Especializado	Cu	tura	0	Guía	Local	Nacio	onal Naci Especi		Cu	ltura	0
0		0 0	Ave	ntura	0	v	1	0	(	)	Ave	entura	0
Observaciones:	texto					Observacio	nes:	texto					
5.2 Facilidades en el e	entorno a	al atractivo											
Categoría (M)		Tipo (M)		Can	tidad (	Coordenadas	A	dministrad	or Accesi		В	Estado (I R	U) N
	Punto d	e Información			0	0		texto		]			
	I-Tur				0	0		texto		]			
a. De apoyo a la gestión turística	Centro o	de interpretación			0	0		texto		]			
	Centro o	de facilitación turística			0	0		texto		]			
	Centro o	de recepción de visitantes			0	0		texto		)			
	Garitas	de guardianía			0	0		texto		]			
b. De observación y	Mirador	98			0	0		texto		)			
vigilancia	Torres o	le avistamiento de aves			0	0		texto		)			
	Torres salvavio	de vigilancia para las			0	0		texto		]			
	Sendero				0	0		texto		]			
c. De recorrido y	Estacion	nes de sombra y descanso			0	0		texto		)			
descanso	Áreas d	e acampar			0	0		texto		]			
	Refugio	de alta montaña			0	0		texto		]			
	Baterías	sanitarias			0	0		texto		)			
d. De servicio	Estacion	namientos			0	0		texto		]			
e. Otros					0	0		texto		]			





Observaciones:	texto										
5.3 Complementarios	a la acti	vidad turistica (	M)	v							
		a. En el Atra	ctivo 🗆			b. En la c	iudad o	poblado cercan	0	<b>Ø</b>	
Alquiler y venta d especializado	e equipo		Venta de merchandising	artesanías	у 🗆	Alquiler y venta de equipo especializado	, _	Venta de merchandising	artesania	as y	Ø
Casa de cambio		Cajero automátic	。	Otro		Casa de cambio	Cajero	automático		Otro	
Especifique: texto						Especifique: texto					
Observaciones:	texto										
6. ESTADO DE CONS	ERVACIÓ	ÓN E INTEGRAC	IÓN ATRACTIV	/O / ENTORN	0		SI	☑ NO [	<b>-</b>	S/I	
6.1 Atractivo (U)	<b>Ø</b>										
a. Conservado		b. Altera	do		c. En pr	oceso de deterioro		d. Deteriorado			
Observaciones:	Por las	condiciones fisicas	s del lugar								
6.1.1 Factores de alter	ación y de	eterioro (M)									
6.1.1.1 N	aturales (	M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)	)			
a. Erosión			a. Actividades a ganaderas	grícolas y		b. Actividades forestales		c. Actividades extr minería	activas /		
b. Humedad			d. Actividades in	ndustriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearía			
c. Desastres naturales			g. Conflicto de te	enencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de manten	imiento		<b>V</b>
d. Flora/Fauna			j. Contaminación	del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbar	na		
e. Clima			m. Conflicto poli	tico / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo			
Otro			Especifique:	texto							
Observaciones:	texto										
6.2 Entorno (U)	<b>V</b>										
a. Conservado	<b>2</b>	b. Altera	do		c. En pr	roceso de deterioro		d. Deteriorado			
Observaciones:	texto										
6.2.1 Factores de alter	ación y de	eterioro (M)									
6.2.1.1 N	aturales (	M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)	)			
a. Erosión			a. Actividades a	grícolas y		b. Actividades forestales		c. Actividades extr	activas /		
b. Humedad			d. Actividades in	ndustriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearía			
c. Desastres naturales			g. Conflicto de te	enencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de manten	imiento		
d. Flora/Fauna			j. Contaminación	del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbar	na		
e. Clima			m. Conflicto polí	tico / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo			
Otro			Especifique:	texto							
Observaciones:	texto										
6.3. Declaratoria del e	spacio t	urístico asociad	lo al atractivo								
a. Declarante:		texto	b. Denomina	ación:	texto	b. Fecha de declaración:	texto	c. Alca	ince:	tex	cto
Observaciones:	texto					decidade.					
7. HIGIENE Y SEGUR	IDAD TUI	RÍSTICA					SI	☑ NO [		S/I	
7.1 Servicios Básicos	:										
		a. En el atra	ctivo 🗆			b. En la ciu	dad o p	oblado mas cerc	ano l	<u> </u>	
Agua:						Agua 🗹					
Especifique: texto						Especifique: texto					
Energía eléctrica:						Energía eléctrica ☑					
Especifique: texto						Especifique: texto					





Especifique:	texto						1	Espec	cifique: texto						
Disposición de de	esechos 🗆						Di	sposi	ción de desechos	v					
Especifique:	texto						1	Espec	cifique: texto						
Observacion	ies: texto						·								
7.2 Señalética	en el atractivo														
7044 1: 4		700	_						7.2.3. Materialidad				7	.2.4. Esta	ado
7.2.1 Ambiente		7.2.2	. про			a. Madera	b.Alumin	nio	c.Otro		Espec	ifique	В	R	М
	Pictograma de at	ractivos r	naturales			0	0		0		tex	rto			
	Pictograma de at	ractivos o	culturales			0	0		0		tex	rto	_		
	Pictograma de a	ctividades	turística	s		0	0		0		tex	rto	_		
En áreas	Pictograma de se	ervicios d	е ароуо			0	0		0		tex	rto			
urbanas	Pictogramas de r	estricción	1			0	0		0		tex	rto			
	Tótems de atract	ivos turís	ticos			0	0		0		te	rto			
	Tótems de sitio					0	0		0		tex	rto	_		
	Tótems direccion	ales				0	0		0		tex	rto	_		
	Pictograma de at	ractivos r	naturales			0	0		0		tex	rto	_		
	Pictograma de at	ractivos o	culturales			0	0		0		tex	rto	-		
	Pictograma de a	ctividades	turística	s		0	0		0		tex	rto	_		
	Pictograma de se	ervicios d	e apoyo			0	0		0		tex	rto	_		
	Pictogramas de r	estricción	1			0	0		0		tex	rto			
En áreas	Señales turística	s de apro	ximación			0	0		0		tex	rto			
naturales	Paneles de direc	cionamie	nto hacia	atractiv	/os	0	0		0		te	rto			
u u	Panel informative	de atrac	tivos			0	0		0		tex	rto	_		
	Panel informati atractivos, servic		direccio vidades	namien	to hacia	0	0		0		tex	rto	_		
	Mesas interpreta					0	0		0		tex	rto			
	Tótem de sitio					0	0		0		te	rto			
	Tótem de direcci	onamient	0			0	0		0		tex	rto	_		
Letreros informativos	De información b	otánica				0	0		0		tex	rto	_		
	Normativos de co	onciencia	ción			0	0		0		tex	rto	_		
Señalética interna de seguridad	Protección de los	element	os del atr	activo		0	0		0		ter	rto			_
Otros 🗆							te	exto							
Observacion	nes: texto														
7.3 Salud (más			Ø												
· · ·		a. Er	n el atrac	ctivo					b. Er	ı la ciuda	ad o po	blado mas cere	cano	<b>V</b>	
Hospital o Clínica						 D	Ho	spital	o Clínica				0		
Puesto / Centro d						0			Centro de salud	Ø			2		
Dispensario médi		Cantidad				0			ario médico		Cantidad		0		
Botiquín de prime		Cai				D	Во	tiquín	de primeros	$\exists$	Car		0		
Otros						 D		xilios ros		$\overline{}$			0		
Observacion															
7.4 Seguridad (			<b></b>												
a. Privada	•				texto										
b. Policía nacior	nal			40	texto										
2			-	=											





c. Policía metropolitana	/ Municipal		å	texto											
d. Otra				texto											
Observaciones:	texto			•											
7.5 Servicio de comun	icación de uso	público	(M)		2										
	a. E	n el atrad	ctivo					b.	En la ciu	dad o p	oblado	mas ce	rcano	✓	
Telefonía (M)		Conexió	on a inte	rnet (M)			Telefonía (	M) 🗹			Conex	ión a int	ernet (M	1) 🗹	
Fija 🗆	Línea telefónica			Fibra óptio	ca		Fija	Ø	Línea te	lefónica		Fibra ó	ptica		✓
Móvil 🗆	Satélite			Redes ina	alámbricas		Móvil	2	Satélite			Redes	inalámbr	ricas	
Satelital		Tele	efonía m	óvil			Satelital				Telefo	nía móvi	ı		
Observaciones:	texto														
Radio portátil (U)															
De uso exclusivo para e	el visitante			De uso	exclusivo para	a comun	icación interr	na 🗆	De uso	exclusi	vo en ca	so de e	mergeno	cia	
Observaciones:	texto														
7.6 Multiamenzazas (N	1)														
Deslaves				Sismos			Erupci	ones volcán	icas			Incendio	s foresta	iles	
Sequia			In	undaciones	s			Aguajes				Ts	unami		
¿Existe un plan de cont de catástrofes?	ingencia en caso		Institucio docume	ón que ela nto.	boró el	texto		nbre de umento:	el	texto		Año elabora		ie	0
Observaciones:	texto														
8. POLÍTICAS Y REGU	LACIONES									SI		NO	Ø	S/I	_
a. ¿El GAD cuenta con el	Plan de Desarroll	lo Turístico	Territor	ial?		SI	□ N	0 🗆			Año	de elabo	ración:	2	016
b. ¿El atractivo se encuen	tra dentro de la p	lanificació	n turístic	a territorial	I (GAD'S)?			SI		NO			Espe	ecifique:	
texto															
c. ¿Existen normativas qu	e se apliquen par	a el desar	rollo de l	la actividad	d turística en el a	atractivo?	•	SI		NO			Espe	ecifique:	
texto															
d. ¿Existen ordenanzas qu	ue se apliquen pa	ra el desa	rrollo de	la activida	d turística en el	atractivo'	?	SI		NO			Espe	ecifique:	
texto															
Observaciones:	texto														
9. ACTIVIDADES QUE	SE PRACTICAN	N (U)								SI	Ø	NO		S/I	
9.1 ATRACTIVOS NAT	URALES (M)														
9.1.1 En el Agua (M)															
a. Buceo	□ b. Kaya	k de mar		□ c	. Kayak lacustre	•	□ d. k	ayak de Río	1		e. Surf				
f. Kite surf	☐ g. Raftii	ng		□ h	n. Snorkel		□ i. To	ubing			j. Rega	ta			
k. Paseo en panga	☐ I. Pased	en bote		□ n	m. Paseo en lan	cha		'aseo en mo ática	to		o. Para	sailing			
p. Esquí acuático	☐ q. Bana	ına flotantı	е	□ r.	. Boya		□ s. P	esa deportiv	/a		Otro			texto	
Observaciones:	texto														
9.1.2 En el Aire (M)															
a. Alas Delta	□ b. Cano	рру		□ c	. Parapente		□ d0	tro				t	exto		
Observaciones:	texto														
9.1.3 En Superficie Terr	estre (M)														
a. Montañismo	☐ b. Esca	lada		□ c	. Senderismo		□ d. 0	icloturismo			e. Cany	oning			
f. Exploración de cuevas	☐ g. Activ Recreat			□ h	n. Cabalgata		□ i. C	aminata			j. Camp	oing			
k. Picnic	☐ I. Obser fauna	rvación de	flora y	_ n	m. Observación	de astros	n. C	Otro				t	exto		
Observaciones:	texto														
9.2 ATRACTIVOS CUL	TURALES (U)	V													





9.2.1 Tangibles e intang	jibles 🗵																
a. Recorridos guiados				b. Recorri	do autog	guiados	i				c. Visita	a tallere	s artístico	s			
h. Participación en talleres	s artísticos			d. Visita a	talleres	artesar	nales				i. Partio	ipación e	n talleres	artesana	ales		
e. Exposiciones temáticas y eventuales	permanent	es, temporale	s 🗆	f. Exhibit originales	ción de	pieza	s, mues	tras, ob	oras, etc	·, 🗸	i. Activi	dades viv	enciales	y/o lúdic	as		
g. Presentaciones o repre	sentaciones	en vivo		h. Muestra	as audio	visuale	s				g. Foto	grafía					
j. Degustación de platos tr	radicionales			I. Participa	ación de	la cele	bración				m. Con	npra de ar	tesanías				
n. Convivencia			✓	o. Medicin	a ances	tral					Otro				texto		
Observaciones:	texto																
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIALI	ZACIÓN DE	L ATRAC	CTIVO								SI		NO	☑	S/I	
10.1. Medios de Promo	oción del A	tractivo (M)															
¿Existe un plan de prom	noción turís	tica cantonal	?			SI		NO		Esp	ecifique:	texto					
¿El Atractivo se encuen	tra incluido	en el plan de	e promoc	ión turístic	o canto	nal?		SI		NO							
Medic	o Promocio	nal			Direc	cción y	nombre	de los i	medios p	oromoci	onales		P	eriodicid	lad de la pr	omoció	ón
a. Página WEB				URL:				t	exto						Ninguna		
b. Red Social				Nombre:	1	texto									Ninguna		
c. Revistas Especializada:	s			Nombre:	1	texto									Ninguna		
d. Material POP				Nombre:	1	texto									Ninguna		
e. Oficina de Información	Turística			Nombre:	1	texto									Ninguna		
f. Medios de comunicación	n (radio, tv, į	orensa)		Nombre:	1	texto									Ninguna		
g. Asistencia a ferias turís	ticas			Nombre:	1	texto									Ninguna		
h. Otro				Nombre:	1	texto									Ninguna		
Observaciones:	texto																
10.2. El atractivo forma	a parte de	una oferta e	stablecio	da (paque	te turís	tico)		SI		NO	Ø	Espec	ifique:	texto			
Observaciones:	texto																
11. REGISTRO DE VISI	ITANTES Y	AFLUENCI	A (M)									SI		NO	<b>v</b>	S/I	
11.1. Frecuencia de vis	sita según	datos estad	ísticos														
a. ¿Posee un sistema de r	registro de v	isitantes?	SI		NO [		Tipo:	Digital		Papel		Año	os de reg	istro		0	
b. ¿Se genera reporte de e	estadísticas	de visita al at	ractivo?		SI [		NO		Fre	ecuencia	de los rep	ortes:			Ninguna		
c. Temporalidad de visita	al atractivo																
Alta (meses)	0	idne					texto						o de		0		
Baja (meses)		Especifique					texto						Número de visitantes		0		
d. Llegada de turistas														-			
☐ Turista nacio	onal	Lleg	adas men	suales	Total a	anual		Tu	ırista ext	ranjero		Llega	ıdas men	suales	Tot	al Anua	al
	texto		0		0						texto	Π	0			0	
Ciudades de origen	texto		0		0		Pa	íses de (	origen		texto		0			0	
	texto		0		0						texto		0			0	
Observaciones:	texto											-			-		
11.2. Frecuencia de vis	sita según	informantes	clave														
Nombre del Informante	Nombre del Informante Clave: texto Contactos: (+593)																
De	emanda seg	ún días de vi	sita							Demar	nda según	frecuencia	a de visita	3			
Lunes a viernes 0	Fines d		Días f	eriados	0	Perm	nanente		Est	acional		Espo	rádica		Inexiste	nte	
Observaciones:	texto																





a. Número de pe	rsonas	a cargo de la adm	inistració	n y operación del atract	ivo 🖪	3	3	d. Número	de personas e	especializadas e	en turismo			0
	e person strucción	as con nivel de (M):	☑	f. Número de persona	as capa	acitad	as por tem	ática (M)		g. Número		as que ma mas (M)	nejan algún d	e 🗆
Primaria	0	Secundaria	3	Primeros Auxilios		0	Hospital	idad	0	Inglés	0	Alemán		0
Tercer Nivel	0	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente		0	Guianza		0	Francés	0	Italiano		0
Otro		texto		Sensibilización discapacidades	de	0	Otro		texto	Chino	0	Otro		texto

# 13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

La molienda ÁNSIS se encuentra ubicada en el barrio San Francisco se debe ascender 10 minutos por un camino de herradura hasta llegar al lugar.

La molienda fue construida integramente con materiales que la naturaleza brinda. Cuenta con paredes de bahareque y dos piedras grandes que con la fuerza del agua giran y vimoliendo los granos.

#### 14. ANEXOS

#### a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)





Fuente: Trabajo de Campo

### c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: Google maps

		FIRMAS DE RES	PONSABILIDAD (Obligatorio)	
ELA	BORADO POR:	V	ALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	Puglla Franklin	Apellido y Nombre	Jimenez Alexandra	Apellido y Nombre
Institución	Universidad Nacional de Loja	Institución	Universidad Nacional de Lola	Institución
Cargo	Estudiante	Cargo	Estudiante	Cargo
Correo Electrónico	franklin.puglla@unl.edu.ec	Correo Electrónico	alexandra.jimenez@unledu ec	Correo Electrónico
Teléfono	0985868045	Teléfono	0997706826	Teléfono
Firma		Firma		Firma
Fecha	15/03/2018	Fecha	28/06/2018	Fecha

# Cultivos de plantas medicinales





	FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS															
		1	1	0	1	5 4	М	С	0	2	0 4	0	2	0	0	1
Código del atractiv	o:  -	Provi	incia	Car	ntón	Parroquia	Cate	egoría	Ti	ipo	Subtipo	Jerar	quía		Atractivo	)
1. DATOS GENERALES	s															
						1.1 Nombre d	el Atrac	ctivo Tu	ristico							
						Cultivos de p										
1.2	Catego	ría					1.3 Tipo					1.4	4 Subtip	00		
MANIFESTAC			RALES			ACERVO_CUI			PULAR			MEDICIN				
2. UBICACIÓN DEL AT																
	Provinc					2.	.2 Canto	ón				2.3	Parroq	uia		
	LOJA						LOJA.					(	GUALEL			
2.4 Barrio,	Sector of	o Comu	na			2.5 Calle Prin	ncipal			2.6 No	ímero		2.7	Transve	ersal	
Sar	n Francis	CO				Via a Chuquiril	bamba			S	/N			S/N		
2.8 Latitud	(grados	decima	les)		2	2.9 Longitud (gr	ados de	ecimales	5)	Click		2.10 A	lltura (m	nsnm)		
3°	47'07.4"	S				79	°21'45.4	l"W					2.505			
2.11 Información del ad	dministra	ador														
a. Tipo de Administrador	:		Pn	opietario	de la fir	nca	b. Nom	bre de la	Instituci	ión:	S/N					
c. Nombre del Administra	ador:	Jose An	igamarc	a			d. Carg	o que oc	cupa:		Administrador					
e. Teléfono / Celular:				(+593)98	3231429	6	f. Corre	eo Electro	ónico:		S/N					
Observaciones: texto																
Observaciones: texto  . CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO																
CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO  1 Características climatológicas																
a. Clima:																
3.2 Línea de producto	al que pe				J)						<u> </u>					
a. Cu	Itura			·		b. Natu	ıraleza					c. Ave	entura			
3.3 Escenario donde se	e localiza	a el atra	ictivo ti	urístico												
a. Prístino		b. Prir	mitivo			c. Rústico Na	tural			d. R	tural 🗹		e. Ur	bano		
3.4 Ingreso al atractivo	(U)			2												
	b. F	lorario d	le Atend	ción						c. Ate	nción					
a. Tipo de Ingreso	Ingre	eso	Sa	lida	То	dos los días	Fine	s de sem feriados		Solo	días hábiles	Ot	ro	E	specifica	ar
Libre 🗵	0:0	00	0:	00		v							3		texto	
Restringido	0:0	00	0:	00											texto	
Pagado	0:0	00	0:	00											texto	
d. Maneja un sistema de	reserva	s:		f. For	ma de	Efectivo			nero rónico		Depósito Bancario		Tarje	eta de D	ébito	
e. Precio: Desde	0,00	Hasta	0,00	Pa		Tarjeta de Crédi	ito		Transfe	erencia B	ancaria		Cheque			
g. Meses recomendable	s de visit	a:								texto						
Observaciones:	texto															
4. ACCESIBILIDAD Y C	ONECTI	VIDAD .	AL ATF	ACTIVO	)						SI	<b>2</b>	NO		S/I	
a. Nombre de la ciudad d	o poblado	o más ce	ercano (	Que pre	sente co	ndiciones mínim	as de se	ervicios):				Parr	oquia Gu	ialel		
b. Distancia desde la c poblado más cercano:	iudad o	10	km		empo amiento e	estimado de en auto:	0:10	h/min	d. Coor	rdenadas decimales	(grados Lat.:	3°46'1	6.7"S	Long.:	79°22°	31.7"W
4.2 Vías de Acceso (M)			Ø													
			Tipo	de vía		Coordenada de	e inicio	Coor	denada	de fin	Distancia (km)	Tipo	de mate	erial	Est	ado
		a. Primer	r orden			0			0		0		texto			





a. renesue (	(111)	Ü	b. Segundo order	n [		0			0		0		tex	tto			
			c. Tercer orden	G		9°46'16.7 9°22'31.			3°47'00.8" '9°21'46.9'		10		Tie	rra		N	Malo
Observacion	es:	texto															
		Mari	itimo 🗆	Puerto / Mu de partid		xto				Puer	to / Muelle de Llegada	•	texto				
b. Acuático (U)		Lacu	ıstre 🗆	Puerto / Mu de partid		xto	Estado				to / Muelle de Llegada	•	texto		Estado		
		Flu	vial 🗆	Puerto / Mu de partid		xto					to / Muelle de Llegada	•	texto				
Observacion	es:	texto					-										
c. Aéreo (U)					Nacional:						Internaciona	al:			]		
Observacion	es:	texto															
4.3 Servicio de t	transp	orte (M)	✓														
a. Bus	Ø	b. Buset	a 🗆	c. Transport	e 4x4		d. Taxi				e. Moto taxi		f. Te	eleféri	со		
g. Lancha		h. Bote		i. Barco			j. Canoa	1			k. Avión		I. Av	ionet	a		
m. Helicóptero		n. Otro		Especifique													
Observacion	es:	texto															
4.3.1 Detalle de	transp	orte had	ia el atractivo (	M)	✓												
							c. Fred	cuencia									
a. Nombre de la	соор	erativa o	asociación que	b. Estació	n / terminal	_	<u>8</u>	<u>-</u>	<del>a</del>		d. De	talle (Tra	ıslado ori	gen /	destino	)	
presta el servicio						Diaria	Semanal	Mensual	Eventual								
Sur Oriente				Reina del Ci	sne	Ø				Loja - G	uelel						
texto				texto						texto							
texto				texto						texto							
texto				texto						texto							
texto				texto						texto							
4.4 Condiciones	de ac	cesibilio	lad del atractivo	o turístico a	l medio físi	co para	persona	s con	discapac	idad (M	)		]				
General	☑	Discap Fís		Discapacio Visual	dad		pacidad Iditiva		Discap	acidad I	Intelectual o F	sicosoc	ial 🗆	_		lo es esible	
Observacion	es:	texto															
4.5 Señalizaciór	1																
a. Señalización de	aproxi	mación al	atractivo	_	Estado (U)	В	ueno			Reg	gular 🗆			Mal	0		
Observacion	es:	texto				-											
5. PLANTA TUR	ÍSTICA	A / COMF	LEMENTARIOS	S							s	I 🗸	N	0 [	)	S/I	_
5.1 Planta turíst	ica (M	)															
			a. En el Atra	ctivo 🗆						b	. En la ciuda	d o pob	lado cei	rcan	•	✓	
Alojamient	:0		Establecimie		Número de		nero de	-	Alojamien	nto		ablecimie		lúmer			nero de





TURISMO													
Hotel	_				0	Hotel		_ [	0	(	)		0
Hostal		0		0	0	Hostal		_	0	(	)		0
Hostería		0		0	0	Hostería		_	0	(	)		0
Hacienda Turística		0		0	0	Hacienda Turísti	ca		0	(	)		0
Lodge		0		0	0	Lodge			0	(	)		0
Resort		0		0	0	Resort			0	(	)		0
Refugio		0		0	0	Refugio		_	0	(	)		0
Campamento Turístico		0		0	0	Campamento Tu	rístico	_	0	(	)		0
Casa de Huéspedes		0		0	0	Casa de Huéspe	des	Ø	0	(	)		0
Observaciones:	texto					Observacio	nes:	No cuent	a con un numero	de plaza	s identif	icado	
Alimentos y bebidas		Establecimientos registrados		ero de sas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Ø		blecimientos gistrados	Núme Me:		Núm Pla	ero de azas
Restaurantes		0		0	0	Restaurantes	<b>V</b>		0	(	)		0
Cafeterias		0		0	0	Cafeterías			0	(	)		0
Bares		0		0	0	Bares			0	(	)		0
Fuentes de soda		0		0	0	Fuentes de soda			0	(	)		0
Observaciones:	texto					Observacio	nes:	cuenta c	on dos restauran	ies			
Agencias de	Viaje	E	stableci	mientos r	egistrados	Age	ncias de	Viaje		Estab	lecimie	ntos regis	trados
Mayoristas				0		Mayoristas						0	
Internacionales				0		Internacionales						0	
Operadoras						Operadoras						0	
Observaciones:	texto	·				Observacio	nes:	texto					
Guía Local	Nac	ional Nacional Especializado	Cui	tura	0	Guía	Local	Naci	onal Espec	ional ializado	Cı	iltura	0
<b>0</b>		0 0	Ave	ntura	0	Ø	1	0		0	Ave	entura	0
Observaciones:	texto	'			•	Observacio	nes:	texto					•
5.2 Facilidades en el e	entorno a	al atractivo											
Categoría (M)		Tipo (M)		Can	tidad	Coordenadas	A	dministrac		ibilidad ersal	В	Estado (	U) M
	Punto de	e Información			0	0		texto	1	]			
	I-Tur				0	0		texto	1				
a. De apoyo a la gestión turística	Centro o	le interpretación			0	0		texto	ſ	_			
	Centro o	de facilitación turística			0	0		texto	1				
	Centro o	le recepción de visitantes			0	0		texto	[				
	Garitas	de guardianía			0	0		texto	1	3			
b. De observación y	Miradore	es			0	0		texto	[				
vigilancia	Torres d	le avistamiento de aves			0	0		texto	]	3			
	Torres salvavid	de vigilancia para las			0	0		texto	ı				
	Sendero	os			0	0		texto	1				
c. De recorrido y	Estacion	nes de sombra y descanso			0	0		texto	1				
descanso					0	0		texto	ı				
	Refugio	de alta montaña			0	0		texto	1	<u> </u>			
	Baterías	sanitarias			0	0		texto	1		_		
d. De servicio	servicio				0	0		texto	1	<u> </u>			
e. Otros					0	0		texto	1	<u> </u>			





Observaciones:	texto									
5.3 Complementarios	a la activ	vidad turística (	M)	_						
		a. En el Atra	ctivo 🗆			b. En la c	iudad c	poblado cercano	✓	
Alquiler y venta de especializado	e equipo		Venta de merchandising	artesanías	у 🗆	Alquiler y venta de equipo especializado		Venta de artes merchandising	sanías y	Ø
Casa de cambio		Cajero automátic	• 🗆	Otro		Casa de cambio	Cajero	automático 🗆	Otro	
Especifique: texto						Especifique: texto				
Observaciones:	texto									
6. ESTADO DE CONS	ERVACIÓ	N E INTEGRAC	IÓN ATRACTIV	O / ENTORNO	)		SI	NO □	S/I	<b>2</b>
6.1 Atractivo (U)	☑									
a. Conservado	7	b. Altera	do		c. En pr	roceso de deterioro		d. Deteriorado		
Observaciones:	texto									
6.1.1 Factores de alter	ación y de	eterioro (M)								
6.1.1.1 N	aturales (l	M)				6.1.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)	)		
a. Erosión			a. Actividades ag ganaderas	grícolas y		b. Actividades forestales		c. Actividades extractiv	ras /	
b. Humedad			d. Actividades in	ndustriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearía	- 1	
c. Desastres naturales			g. Conflicto de te	enencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimier	nto I	
d. Flora/Fauna			j. Contaminación	del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbana		
e. Clima			m. Conflicto polít	tico / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo		
Otro			Especifique:	texto						
Observaciones:	texto									
6.2 Entorno (U)	✓									
a. Conservado	Ø	b. Altera	ido		c. En pr	roceso de deterioro		d. Deteriorado		
Observaciones:	texto									-
6.2.1 Factores de alter	ación y de	terioro (M)							-	
6.2.1.1 N	aturales (l	M)				6.2.1.2 Antrópicos / Antropogén	icos (M)	)		
a. Erosión			a. Actividades ag ganaderas	gricolas y		b. Actividades forestales		c. Actividades extractiv	ras /	
b. Humedad			d. Actividades in	ndustriales		e. Negligencia / abandono		f. Huaquearía	- 1	
c. Desastres naturales			g. Conflicto de te	enencia		h. Condiciones de uso y exposición		i. Falta de mantenimier	nto	
d. Flora/Fauna			j. Contaminación	del ambiente		k. Generación de residuos		I. Expansión urbana		
e. Clima			m. Conflicto polít	tico / social		n. Desarrollo industrial / comercial		o. Vandalismo	-	
Otro			Especifique:	texto						
Observaciones:	texto									
6.3. Declaratoria del e	spacio tu	ırístico asociad	lo al atractivo							
a. Declarante:		texto	b. Denomina	ición:	texto	b. Fecha de declaración:	texto	c. Alcance:	tex	ĸto
Observaciones:	texto									
7. HIGIENE Y SEGUR	IDAD TUF	RÍSTICA					SI	☑ NO □	S/I	
7.1 Servicios Básicos	:		<b>2</b>							
		a. En el atra	ctivo 🗆			b. En la ciu	dad o p	oblado mas cercano		
Agua:	<b>Ø</b>					Agua 🗹				
Especifique: texto						Especifique: texto				
Energía eléctrica:	✓					Energía eléctrica ☑				
Especifique: texto						Especifique: texto				
0						Consensionts: [7]				





Especifique:	texto							Espec	cifique: texto						
Disposición de de	esechos 🗆							Disposi	ción de desechos [	<b>3</b>					
Especifique:	texto							Espec	cifique: texto						
Observacion	es: texto														
7.2 Señalética	en el atractivo														
									7.2.3. Materialidad				7	7.2.4. Est	ado
7.2.1 Ambiente		7.2.2	. Tipo			a. Madera	b.Alu	ıminio	c.Otro		Especi	fique	В	R	М
	Pictograma de at	tractivos r	naturales			0		0	0		tex	to			
	Pictograma de at	tractivos o	culturales			0		0	0		tex	to			
	Pictograma de a	ctividades	turística	s		0		0	0		tex	to			
En áreas	Pictograma de se	ervicios d	e apoyo			0		0	0		tex	to			
urbanas	Pictogramas de r	restricción	1			0		0	0		tex	to			
	Tótems de atract	ivos turis	ticos			0		0	0		tex	to			
	Tótems de sitio					0		0	0		tex	to			
	Tótems direccion	nales				0		0	0		tex	to			
	Pictograma de at	tractivos r	naturales			0		0	0		tex	to			
	Pictograma de at	tractivos o	culturales	;		0		0	0		tex	to			
	Pictograma de a	ctividades	turística	s		0		0	0		tex	to			
	e apoyo			0		0	0		tex	to					
	1			0		0	0		tex	to					
En áreas	ximación			0		0	0		tex	to					
naturales	Paneles de direc	cionamie	nto hacia	atractiv	os	0		0	0		tex	to			
	Panel informative					0		0	0		tex	to			
	Panel informati atractivos, servic			namien	to hacia	0		0	0		tex	to			
	Mesas interpreta	tivas				0		0	0		tex	to			
	Tótem de sitio					0		0	0		tex	to			
Lateres	Tótem de direcci	onamient	0			0		0	0		tex	to			
Letreros informativos	De información b	otánica				0		0	0		tex	to			
Señalética	Normativos de co	onciencia	ción			0		0	0		tex	to			
interna de seguridad	Protección de los	s element	os del ati	ractivo		0		0	0		tex	to	_		
Otros 🗆								texto	'						
Observacion	nes: texto														
7.3 Salud (más	cercano) (M)														
		a. Er	n el atra	ctivo					b. En	la ciud	lad o po	blado mas cero	ano	V	
Hospital o Clínica						0		Hospital	o Clínica				0		
Puesto / Centro d	e salud 🔲					0		Puesto /	/ Centro de salud	V	-		2		
Dispensario médi	со	Cantidad				0		Dispens	ario médico	_	Cantidad		0		
Botiquín de prime auxilios	ros	O				0		Botiquín auxilios	de primeros		0		0		
Otros						0		Otros					0		
Observacion	nes: texto														
7.4 Seguridad (	M)		Ø												
a. Privada					texto										
b. Policía nacior	nal		V	alle	texto										

135





	Policia metropolitana / Municipal															
c. Policía metropo	olitana /	Municipal		_ <u>ă</u>	texto											
d. Otra					texto											
Observacione	es:	texto														
7.5 Servicio de co	omuni	cación de uso	público	(M)		☑										
		a. Er	n el atra	ctivo					b. E	n la ciu	dad o p	oblado r	nas cer	rcano	v	
Telefonía (M)			Conexi	ón a inte	rnet (M)			Telefonía (	M) 🗹			Conexio	ón a inte	ernet (M)	₽	
Fija 🗆		Línea telefónica			Fibra óp	tica		Fija	Ø	Línea te	lefónica		Fibra ó	ptica		
Móvil 🗆		Satélite			Redes in	nalámbricas		Móvil	Ø	Satélite		<b>2</b>	Redes	inalámbrio	cas	
Satelital			Tel	lefonía m	ióvil			Satelital				Telefon	ía móvil			
Observacione	es:	texto														
Radio portátil (U)																
De uso exclusivo	para e	visitante			De us	so exclusivo par	a comuni	icación intern	a 🗆	De uso	exclusi	vo en cas	so de er	nergenci	a	
Observacione	es:	texto														
7.6 Multiamenza	zas (M	)														
Deslav	/es				Sismos			Erupcio	nes volcáni	cas		I	ncendio	s forestale	es	
Sequi	ía			In	undacion	es			Aguajes				Tsı	unami		
¿Existe un plan de de catástrofes?	e conti	ngencia en caso		Instituci	ón que e	laboró el	texto	Non	ibre de imento:	1	texto		Año elabora	de ición:		0
Observaciones: texto																
8. POLÍTICAS Y F	REGUI	ACIONES									SI		NO	<b>Ø</b>	S/I	
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI NO Año de elaboración: 2016														016		
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turistico Territorial?  SI NO MANO de elaboración: 2010  b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turistica territorial (GAD'S)?  SI NO Especifique:																
texto																
c. ¿Existen normati	ivas que	e se apliquen para	a el desa	rrollo de	la activida	ad turística en el	atractivo?		SI		NO			Espec	cifique:	
texto																
d. ¿Existen ordenar	nzas qu	e se apliquen par	a el desa	arrollo de	la activid	lad turística en el	atractivo'	?	SI		NO			Espec	cifique:	
texto																
Observacione	es:	texto														
9. ACTIVIDADES	QUE	SE PRACTICAN	(U)								SI	✓	NO		S/I	
9.1 ATRACTIVOS	S NATI	JRALES (M)	_													
9.1.1 En el Agua (	(M)															
a. Buceo		□ b. Kayal	de mar			c. Kayak lacustr	e	□ d. K	ayak de Río			e. Surf				
f. Kite surf		☐ g. Raftin	g			h. Snorkel		□ i. Tu	bing			j. Regata	a			
k. Paseo en panga		☐ I. Paseo	en bote			m. Paseo en lan	cha	n. Pa	aseo en mot itica	0		o. Paras	ailing			
p. Esquí acuático		□ q. Banar	na flotant	ie		r. Boya		□ s. Pe	esa deportiv	a		Otro			texto	
Observacione	es:	texto														
9.1.2 En el Aire (M	M)															
a. Alas Delta		□ b. Canop	ру			c. Parapente		□ d Ot	ro				te	exto		
Observacione	es:	texto														
9.1.3 En Superfici	ie Terre	estre (M)	☑													
a. Montañismo		☐ b. Escal	ada		V	c. Senderismo		□ d. C	icloturismo			e. Canyo	oning			
f. Exploración de c	uevas	g. Activi				h. Cabalgata		☑ i. Ca	minata			j. Campi	ng			
k. Picnic		☑ I. Obser fauna		e flora y		m. Observación	de astros	□ n. 0	tro				te	exto		
Observacione	es:	texto														
9.2 ATRACTIVOS	S CULT	TURALES (U)														





9.2.1 Tangibles e intang	ibles 🗹															
a. Recorridos guiados		•	b. Recon	rido autogu	iados					c. Visit	a a tallere:	s artísticos				
h. Participación en talleres	artísticos		d. Visita	a talleres a	rtesan	ales				i. Partio	cipación e	n talleres a	rtesana	les		_
e. Exposiciones temáticas y eventuales	permanentes, te	emporales	f. Exhib originale	ición de s.	piezas	s, muest	tras, ob	ras, etc		i. Activi	idades viv	renciales y	o lúdica	is		v
g. Presentaciones o repre	sentaciones en v	ivo 🗆	h. Muest	ras audiovi	suales	3				g. Foto	grafía					
j. Degustación de platos tr	adicionales		I. Particip	oación de la	a celeb	oración				m. Con	npra de ar	tesanías				_
n. Convivencia			o. Medici	ina ancestr	al					Otro				texto		
Observaciones:	texto															
10. PROMOCIÓN Y CO	MERCIALIZAC	IÓN DEL ATRA	CTIVO								SI		NO		S/I G	☑
10.1. Medios de Promo	oción del Atrac	tivo (M)														
¿Existe un plan de prom	noción turística o	cantonal?		S			NO		Esp	ecifique:	texto					
¿El Atractivo se encuen	tra incluido en e	l plan de promoc	ción turísti	co canton	al?		SI		NO							
Medic	o Promocional			Direco	ión y	nombre	de los r	nedios p	oromoci	onales		Per	iodicida	ad de la pro	moció	n
a. Página WEB			URL:				t	exto						Ninguna		
b. Red Social			Nombre:	te	xto									Ninguna		
c. Revistas Especializadas	s		Nombre:	te	xto									Ninguna		
d. Material POP			Nombre:	te	xto									Ninguna		
e. Oficina de Información	Turística		Nombre:	te	xto									Ninguna		
f. Medios de comunicación	n (radio, tv, prens	a) 🗆	Nombre:	te	xto									Ninguna		
g. Asistencia a ferias turís	ticas		Nombre:	te	xto									Ninguna		
h. Otro			Nombre:	te	xto									Ninguna		
Observaciones:	texto															
10.2. El atractivo forma	a parte de una	oferta estableci	da (paqu	ete turísti	co)		SI		NO	Ø	Espec	cifique:	exto			
Observaciones:	texto															
11. REGISTRO DE VISI	ITANTES Y AFI	LUENCIA (M)									SI		NO	Ø	S/I	_
11.1. Frecuencia de vis	sita según dato	s estadísticos														
a. ¿Posee un sistema de r	registro de visitar	ites? SI		NO 🗆		Tipo:	Digital		Papel		Año	os de regis	tro		0	
b. ¿Se genera reporte de e	estadísticas de vi	sita al atractivo?		SI 🗆		NO		Fre	cuencia	de los rep	oortes:			Ninguna		
c. Temporalidad de visita	al atractivo															
Alta (meses)	Especifique					texto						Número de visitantes		0		
Baja (meses)	Espec					texto						Núme visita		0		
d. Llegada de turistas																
☐ Turista nacio	onal	Llegadas mer	nsuales	Total ar	nual		Tu	ırista extı	ranjero		Llega	idas mensi	uales	Tota	ıl Anual	I
	texto	0		0						texto		0			0	
Ciudades de origen	texto	0		0		Pa	íses de d	origen		texto		0			0	
	texto	0		0						texto		0			0	
Observaciones:	texto															
11.2. Frecuencia de vis	sita según info	rmantes clave														
Nombre del Informante	Clave:		tex	tto				Cor	ntactos:				(+593)			
De	emanda según d	ías de visita							Demar	nda según	frecuencia	a de visita				
Lunes a viernes 0	Fines de semana	0 Días	feriados	0	Perma	anente		Est	acional		Espo	rádica		Inexister	nte D	_
Observaciones:	touto															







# **INDICE**

CARATUL	A	ii
CERTIFICA	ACIÓN	ii
AUTORÍA.		iii
CARTA DE	AUTORIZACIÓN DE TESIS	iv
DEDICATO	DRIA	v
AGRADEC	IMIENTO	vi
1. TITUL	O	2
2. RESUN	MEN	2
ABSTRACT	Γ	3
3. INTRO	DUCCIÓN	4
4. REVIS	IÓN DE LITERATURA	7
4.1. Ma	rco conceptual	7
4.1.1.	Evolución Histórica del Turismo	7
4.1.2.	Turismo Rural	9
4.1.3.	Finca Agroturistica	10
4.1.4.	Producto Turístico	10
4.1.5.	Objetivos del Marketing	10
4.1.6.	Evaluación Financiera	11
4.1.7.	Producto Agroturístico	12
4.1.8.	Inventario Turístico	12
4.1.9.	Atractivos Turísticos	13
4.1.10.	Diagnóstico turístico	13
4.1.11.	Itinerario turístico	14
4.1.12.	Señalética turística	14
4.1.13.	Análisis FODA	16
4.2. Ma	arco Referencial	17
4.2.1.	Datos Generales del Cantón Loja	17
4.2.2.	Datos Generales de la parroquia Gualel	
5. MATE	RIALES Y MÉTODOS	26
5.1. Ma	nteriales	26
5.1.1.	Equipos	26
5.1.2.	Herramientas	26
5.1.3.	Insumos	26
5.2. Mé	étodos	26
5 2 1	Método analítico	26

	5.2.2.	Método deductivo	27
	5.3.	Técnicas	27
	5.3.1.	Observación Directa	27
	5.3.2.	Entrevista	27
	5.3.3.	Matriz FODA	27
	5.3.4.	Técnica de recolección bibliográfica	27
	5.4. Me	todología por objetivos	28
	5.4.1. situacio	Para el cumplimiento del primer objetivo: Realizar el diagnóstico nal de la parroquia Gualel del cantón y provincia de Loja	28
	5.4.2.	Para el cumplimiento del segundo objetivo	29
	5.4.3.	Para dar cumplimiento al tercer objetivo	29
6.	RESUL	TADOS	30
	6.1. Dia 30	gnóstico situacional de la parroquia Gualel del Cantón y Provincia de	Loja
	6.1.1.	Ubicación Geográfica de la Parroquia Gualel	30
	6.1.2.	Datos generales de la parroquia Gualel	31
	6.1.3.	Oferta de servicios	32
	6.1.4.	Infraestructura de Servicios Básicos	32
	6.1.5.	Comunidad receptora	35
	6.1.6.	Datos generales de la finca ANSIS	35
	6.1.7.	Atractivos Naturales y Culturales de la Finca ANSIS	37
	6.1.8.	Análisis de la Matriz FODA	41
		puesta de agroturismo en la finca ANSIS de la parroquia Gualel del C a de Loja	
	6.2.1.	Ubicación de la Finca ANSIS	43
	6.2.2.	Misión	44
	6.2.3.	Visión	44
	6.2.4.	Slogan	44
	6.2.5.	Marca	45
	6.2.6.	Promesa de Venta	46
	6.2.7.	Atractivos Naturales y Manifestaciones Culturales	46
	6.2.8.	Nombre del Producto	47
	6.2.9.	Medios de trasporte	47
	6.2.10.	Descripción de las actividades que se van a realizar	48
	6.2.11.	Tiempo y Duración del recorrido	53
	6.2.12.	Turista Potencial	56
	6213	Determinación y selección de los servicios a incluir	58

		Zonificación de la finca para el funcionamiento del producto	50
	Ū	stico	
	6.2.15.	Plan de capacitación al personal que va a operar	61
	6.2.16.	Esquema de administración para el funcionamiento y operación	-
	product	o turístico	61
	6.2.17.	Señalética	62
	6.2.18.	Evaluacion financiera	64
	6.2.19.	Estrategias de comercialización	80
6	.3. Soc	cializar la propuesta de Agroturismo en la Finca ANSIS	83
	6.3.1.	Fase previa	83
	6.3.2.	Socialización	84
	6.3.3.	Sugerencias por parte de los asistentes	84
7.	DISCU	SIÓN	85
8.	CONCI	LUSIONES	87
9.	RECON	MENDACIONES	88
10.	BIBL	IOGRAFÍA	89
11.	ANE	XOS	91
IND	ICE		139

# **INDICE DE TABLAS**

Tabla 1 Población del Cantón Loja	. 18
Tabla 2 Gastronomía del Cantón Loja	. 20
Tabla 3 Atractivos turísticos del Cantón Loja	. 21
Tabla 4 Flora representativa de la Parroquia Gualel	. 23
Tabla 5 Fauna representativa de la Parroquia Gualel	. 24
Tabla 6 Datos Generales de La Parroquia Gualel	. 31
Tabla 7 Transporte	. 32
Tabla 8 Datos generales de La finca ANSIS	. 35
Tabla 9 Cascada San Francisco	. 37
Tabla 10 Piedra Bola	. 38
Tabla 11 Molienda ANSIS	. 39
Tabla 12 Cultivos de Plantas Medicinales	. 40
Tabla 13 Matriz FODA	. 41
Tabla 14 Estrategias FODA	. 42
Tabla 15 Itinerario	. 53
Tabla 16 Población actual de la provincia de Loja	. 56
Tabla 17 Población Futura de la Provincia	. 56
Tabla 18 Población actual del Cantón Loja	. 57
Tabla 19 Población futura del Cantón Loja	. 57
Tabla 20 Población actual de la Parroquia Gualel	. 58
Tabla 21 Tabla 18 Población futura de la Parroquia Gualel	. 58
Tabla 22 Datos Generales	. 64
Tabla 23 Impuestos	. 64
Tabla 24 Capacidad Instalada	. 65
Tabla 25 Ocupación mensual proyectada de Año 1	. 65
Tabla 26 Terrenos y construcciones	. 65
Tabla 27 Maquinaria y equipo diverso	. 65
Tabla 28 Mobiliario y equipo de oficina	. 66
Tabla 29 Inversión diferida	. 66
Tabla 30 Proyección de ingresos anuales	. 66
Tabla 31 Proyección de ingresos mensuales de Año 1	. 67
Tabla 32 Concentrado de proyección de egresos	. 68

Tabla 33 Proyección de costos variables anuales	68
Tabla 34 Proyección de costos fijos anuales	68
Tabla 35 Concentrado de proyección de egresos mensuales de Año 1 (\$)	69
Tabla 36 Proyección de costos variables mensuales de Año 1	69
Tabla 37 Flujo de tesorería mensual de Año 1	70
Tabla 38 Estado de resultados proforma	71
Tabla 39 Estado de utilidades retenidas	71
Tabla 40 Balance general	72
Tabla 41 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Rendimient	0
(TIR)	72
Tabla 42 Inversión inicial total	73
Tabla 43 Amortización de Crédito	73
Tabla 44 Evaluación financiera	74
Tabla 45 Balance General	74
Tabla 46 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)	
Tabla 47 Punto de Equilibrio en Ventas	76
Tabla 48 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	76
Tabla 49 Inversión inicial para el proyecto	76
Tabla 50 Estructura financiera	77
Tabla 51 Ingresos y egresos (sin financiamiento e impuestos)	77
Tabla 52 Punto de equilibrio en ventas	77
Tabla 53 Utilidad sobre venta (sin financiamiento)	78
Tabla 54 Utilidad sobre venta (con financiamiento)	78
Tabla 55 Evaluación económica	79
Tabla 56 Evaluación Financiera	79
Tabla 57 Agenda de Socialización del Provecto	. 83

# **INDICE DE FIGURAS**

Figura	1 Mapa de ubicación del Cantón Loja	. 17
Figura	2 Ubicación geográfica de la Parroquia Gualel	. 30
Figura	3 Ubicación de la finca ANSIS	. 43
Figura	4 Misión	. 44
Figura	5 Visión	. 44
Figura	6 Marca	. 45
Figura	7 Espacios para las caminatas	. 48
Figura	8 Ganado equino o caballar para los paseos	. 49
Figura	9 Especie de Flora	. 50
Figura	10 Cultivos	. 51
Figura	11 Gastronomía típica del lugar	. 52
Figura	12 Turista realizando cayoning en la cascada San Francisco	. 52
Figura	13 Zonificación de la finca ANSIS	. 60
Figura	14 Organigrama estructural	. 61
Figura	15 Señalética Propuesta	. 63
Figura	16 Afiche para promocionar la finca	. 80
Figura	17 Tríptico para promocionar la finca	. 81
Figura	18 Promoción en Facebook	. 82
Figura	19 Promoción en Instagram	82