



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

TITULO:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA
“DELITA” DE LA PARROQUIA GONZANAMÁ,
CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA.”**

Tesis previa a la obtención del
título de Ingeniero en
Administración Turística.

AUTOR:

RODRIGO RAFAEL DELGADO BRAVO

DIRECTOR:

ING. RUBÉN DARIO ROMÁN AGUIRRE MG. SC.

LOJA - ECUADOR

2019

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

Ingeniero.

Rubén Darío Román Aguirre Mg. Sc.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis titulado **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA “DELITA” DE LA PARROQUIA GONZANAMÁ, CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA”**, de la autoría del **Señor. Rodrigo Rafael Delgado Bravo**, se ha realizado bajo mi dirección, en forma prolija, tanto en su forma como en su contenido, de conformidad con los requerimientos institucionales y luego de haber sido revisado, autorizando su presentación ante el tribunal respectivo previo a optar por el grado de Ingeniero en Administración Turística.

Loja, marzo 2019



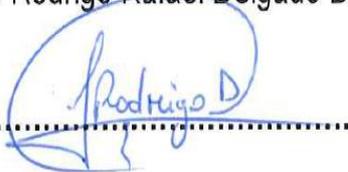
Ing. Rubén Darío Román Aguirre Mg. Sc.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Rodrigo Rafael Delgado Bravo declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus Representantes Legales de posibles reclamos o acciones legales.

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

Autor: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Firma:.....

Fecha: Loja, diciembre de 2019

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

Yo, Rodrigo Rafael Delgado Bravo, declaro ser el autor de la tesis titulada: **"PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA "DELITA" DE LA PARROQUIA GONZANAMÁ, CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA"**, como requisito para obtener el grado de: Ingeniero en Administración Turística; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines Académicos, publique la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el repositorio Digital Institucional.

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

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, 03 días del mes de diciembre de dos mil diecinueve. Firma el autor:

Autor: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Firma: 

C.I: 1105418978

Dirección: Ciudadela Esteban Godoy (José Robles Carrión y Benjamín Franklin).

Correo electrónico: Rodrigo.delgado@unl.edu.ec

Teléfono: 072546355

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Rubén Darío Román Aguirre Mg. Sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL: Dr. Carlos Leonel Escudero Sánchez Ph.D

VOCAL DE TRIBUNAL: Dr. Eduardo José Martínez Martínez Mg. Sc.

VOCAL DE TRIBUNAL: Ing. David Vladimir Cartuche Paqui Mg. Sc.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios por darme la fortaleza y ser mi guía ante las adversidades, a mi madre Elvita por ser mi pilar fundamental que con su inmenso amor y cariño me ha guiado para poder culminar los estudios, a mis hermanos Paty, Katy, Pablo quienes nunca han soltado mi mano y me han ayudado, por estar siempre conmigo apoyándome y alentándome para poder seguir adelante.

A mi padre Rodrigo Delgado Ochoa (+) mi ángel que desde el cielo me guía y me acompaña.

A todos ellos, es mi trabajo de dedicación y esfuerzo

Rodrigo Rafael Delgado Bravo

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por haberme dado la vida y ser el guía en cada paso que doy y por darme la fortaleza necesaria para terminar el presente trabajo.

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

A mi director de tesis Ing. Rubén Darío Román Aguirre Mg. Sc por ser principalmente mi amigo, por su paciencia y asesoría en la elaboración del presente trabajo de investigación.

De igual manera agradezco a cada uno de los docentes de la carrera de Administración Turística, quienes supieron impartir sus conocimientos durante toda la etapa académica.

Finalmente agradezco a todas las personas que de una u otra manera colaboraron con el desarrollo del trabajo de investigación.

1. Título:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA “DELITA” DE LA PARROQUIA GONZANAMÁ, CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA”

2. Resumen

EL Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad.

La necesidad de realizar la presente investigación es porque a pesar de la ubicación privilegiada de la finca aún no se desarrolla turísticamente, esto es debido a una falta de infraestructura adecuada, es por ello que se lleva a cabo esta propuesta de realizar un “Plan de Negocio para la Implementación de Productos Turísticos en la Finca “DELITA” de la Parroquia Gonzanamá, Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja”.

Para el desarrollo del trabajo de investigación titulado: “Plan de Negocio para la Implementación de Productos Turísticos en la Finca “DELITA” de la Parroquia Gonzanamá, Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja”, se estableció como objetivo general Elaborar un Plan de Negocios, para la implementación de productos turísticos para la finca “DELITA” de la Parroquia Gonzanamá, Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja; del cual se deriva tres objetivos específicos, el primero se enfocó en realizar un diagnóstico turístico de la situación actual de la finca “DELITA” de la Parroquia Gonzanamá en donde se logró conocer la situación interna de la finca; el segundo consistió en proponer un Plan de negocios para productos turísticos de la Finca “DELITA” de la Parroquia Gonzanamá; el cual se lo desarrollo mediante la idea del negocio , estudio del mercado y la organización del negocio; el tercero consistió en Proponer las estrategias para la implementación del Plan de negocios de productos turísticos en la Finca “DELITA de la Parroquia Gonzanamá el cual se desarrolló mediante el estudio financiero.

La metodología utilizada se basó en el método deductivo el mismo que ayudo en la investigación para el diagnóstico, método inductivo se lo utilizo para generalizar los factores y datos contemplados, método descriptivo este método se aplicó para indagar datos y características de la población en general dentro del campo de estudio, método analítico que permitió conocer más el lugar de estudio, cuyo análisis servirá para realizar la matriz FODA y la matriz de estrategias.

Como resultado del diagnóstico turístico se obtuvo cuatro objetivos estratégicos los mismos que fueron desarrollados en la propuesta del plan de negocios. En el primer objetivo se elaboró el paquete turístico con la finalidad de potenciar los atractivos existentes dentro de la Finca en donde se diseñó el itinerario y se incluirá el presupuesto del paquete; el segundo objetivo implementar el servicio de restauración con la finalidad de promover el desarrollo de la actividad turística en la finca y los productos que se producen en la misma; el tercer objetivo realizar la promoción y difusión turística para dar a conocer en el mercado a la Finca “DELITA” se utilizó el internet como medio de difusión, se creó sitios web y que forman

parte de las redes sociales más utilizadas hoy en día (Facebook, Instagram) dentro de estos espacios se dará a conocer los espacios con los que cuenta la finca; el cuarto objetivo implementar el servicio de recreación (piscina) para con ello promover el desarrollo turístico y poder brindar servicios adicionales en donde puedan distraerse sus visitantes.

Finalmente se establecieron las respectivas conclusiones y recomendaciones del trabajo realizado, la mayoría son dirigidas al dueño de la Finca y al GAD de Gonzanamá, en cuanto a las competencias y las capacitaciones que se deberían tomar.

Luego de haber desarrollado el proyecto de investigación se concluye que la ejecución de actividades turísticas en la Finca "DELITA", desde el punto de vista técnico, administrativo y financiero es viable y rentable debido a que los capitales con los que se va a trabajar serán viables de acuerdo al análisis financiero desarrollado en el tiempo que se desarrollara el proyecto, por lo que se recomienda a las distintas instituciones apoyar a esta iniciativa ya que el mismo permitirá generar nuevos empleos y mejorar la calidad de vida de la población.

ABSTRACT

Ecuador has countless areas of great tourist attraction that stand out for their varied culture and great biodiversity.

The need to carry out this research is because despite the privileged location of the farm it is not yet developed in a tourist way, this is due to a lack of adequate infrastructure, which is why this proposal to carry out a "Plan" is carried out of Business for the Implementation of Tourist Products in the "DELITA" Estate of Gonzanamá Parish, Gonzanamá Canton, Loja Province ".

For the development of the research work entitled: "Business Plan for the Implementation of Tourism Products in the" DELITA "Estate of Gonzanamá Parish, Gonzanamá Canton, Loja Province", it is considered as a general objective to prepare a Business Plan, for the implementation of tourism products for the "DELITA" farm of Gonzanamá Parish, Gonzanamá Canton, Loja Province; from which three specific objectives are derived, the first focused on making a tourist diagnosis of the current situation of the "DELITA" estate of the Gonzanamá Parish where it is known to know the internal situation of the farm; the second was to propose a Business Plan for tourism products of the Finca "DELITA" of the Gonzanamá Parish; which was developed through the business idea, market research and business organization; The third is to propose the strategies for the implementation of the Tourism Products Business Plan at the Finca "DELITA of the Parroquia Gonzanamá, which is managed through the financial study.

The methodology used was based on the deductive method which helped in the investigation for the diagnosis, inductive method was used to generalize the factors and data contemplated, descriptive method this method was applied to investigate data and characteristics of the general population within of the field of study, analytical method that allowed to know more the place of study, whose analysis will be used to perform the SWOT matrix and the strategies matrix.

As a result of the tourism diagnosis, four strategic objectives were obtained, which were developed in the business plan proposal. In the first objective, the tourist package was prepared in order to enhance the existing attractions within the Estate where the itinerary was designed and the package budget will be included; The second objective is to implement the restoration service in order to promote the development of tourism activity on the farm and the products produced therein; The third objective is to carry out the promotion and dissemination of tourism to publicize the Finca "DELITA" on the market. The internet was used as a means of dissemination, websites were created and are part of the most used social networks today (Facebook, Instagram) within these spaces the spaces with which the farm has will be announced; The fourth objective is to implement

the recreation service (swimming pool) to thereby promote tourism development and provide additional services where visitors can get distracted.

Finally, the respective conclusions and recommendations of the work carried out were established, most of them are directed to the owner of the Estate and to the GAD of Gonzanamá, in terms of the competences and training that should be taken.

After having developed the research project, it is concluded that the execution of tourist activities in the "DELITA" Farm, from a technical, administrative and financial point of view, is viable and profitable because the capitals with which it will work will be feasible according to the financial analysis developed in the time the project will be developed, so it is recommended that the various institutions support this initiative since it will generate new jobs and improve the quality of life of the population.

3. INTRODUCCION

El turismo es una actividad que en el Ecuador está tomando una gran jerarquía en cuanto a la generación de recursos económicos debido a la gran diversidad de paisajes, la flora y fauna existente dentro de nuestro territorio, comprende las actividades que hacen las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, negocios o por otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

El Ecuador, a pesar de ser un territorio pequeño relativamente, posee una gran biodiversidad y pluriculturalidad, la misma que es expresada por la variedad de atractivos naturales y culturales con los que cuenta dentro de todo su territorio.

La provincia de Loja goza de una gran diversidad de paisajes y espacios que tienen contacto con la vida rural; como tradiciones, gastronomía, cultura, paisaje, historias de lugares, relajación y disfrute, en la ciudad. Además, cuenta con diferentes pisos climáticos para la correcta producción agrícola y ganadera a lo largo de sus cantones, también cuenta con atractivos turísticos que hacen idónea a esta provincia para poder implementar las fincas turísticas. Fruto de esto se ha considerado el cantón Gonzanamá como la capital agrícola ganadera y artesanal, este cantón cuenta con bellezas paisajistas y atractivos naturales y culturales que cuentan con el potencial necesario para ser aprovechados como nueva alternativa de turismo.

Al sur oeste de la provincia de Loja se encuentra Gonzanamá, cantón con atracción turística y comercial; su territorio está dividido en cinco parroquias una de ellas es la parroquia Gonzanamá, esta parroquia posee una gran vegetación y clima cálido templado, lo que lo convierte en una zona con diversidad de pisos climáticos.

Este potencial hay que aprovecharlo y anexarlo al ámbito turístico, ya que este cantón no se ha explotado debido a la carencia de gestión en proyectos turísticos por parte de las autoridades locales lo que no permite adecuadamente el desarrollo de la actividad turística, la facilidad para acceder a los destinos es mínima debido a que existe una baja promoción de estos atractivos tanto naturales como culturales lo que genera el desconocimiento y poca afluencia de turistas, los pobladores se dedican a otras actividades económicas por falta de profesionales en turismo que capaciten a los pobladores para que aprovechen sus riquezas naturales y culturales, el desconocimiento de los atractivos provoca que la parroquia no sea conocida en el ámbito turístico, lo que repercute en la escases de participación de otras instituciones y organismos inmersos en la actividad turística.

La Finca “DELITA” es considerada como una Propiedad de producción tanto agrícola como ganadera, la cual cuenta con bellos paisajes que sirven para ofrecer diferentes servicios para los turistas dentro de un ambiente agradable y acogedor.

Actualmente la Finca “DELITA” no está desarrollando la actividad turística ya que carece de algunos servicios adecuados para la estadía de turistas; debido a que solamente se la ha destinado para la producción agrícola y ganadera; y por la falta de información referente a los beneficios que genera el turismo no solo para la familia sino también para toda la localidad.

Es así, que una vez analizados los antecedentes, problemática, justificación e identificadas las falencias turísticas que presenta la finca “DELITA”, como son la falta de instalaciones y servicios turísticos, deficiente promoción y difusión de la finca, se pretende formular una propuesta que contribuya al desarrollo de la finca y de la parroquia como es la elaboración de un “Plan de Negocios para la Implementación de Productos Turísticos en la Finca “DELITA” de la parroquia Gonzanamá, Cantón Gonzanamá, Provincia de

Loja”; el mismo servirá como guía para contribuir al desarrollo turístico del sector..

Para obtener los resultados de la investigación se desarrollan los objetivos específicos planteados: En el primer objetivo “Realizar un diagnóstico turístico de la situación actual de la finca “DELITA” de la Parroquia Gonzanamá, Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja”, se realizó el diagnóstico interno y externo de la situación actual de la Finca “DELITA”, se analizaron las encuestas y entrevistas aplicadas que fueron necesarias para determinar las estrategias del presente trabajo, también se aplicaron las fichas de inventario del MINTUR para identificar los atractivos de mayor relevancia, y finalmente se construyó la matriz FODA y la matriz de estrategias de las cuales se obtuvo los objetivos estratégicos. En el segundo objetivo: “Proponer un plan de negocios para productos turísticos de la Finca “DELITA” de la parroquia Gonzanamá”, se elaboró la descripción del negocio en el cual se plantea la misión, visión, estrategias, valores corporativos y la marca de la finca, adicional se realiza el estudio de mercado el mismo consta del análisis de la oferta y la demanda para determinar el perfil del turista, la demanda real, potencial y efectiva, también se muestra la demanda insatisfecha y el marketing mix; además se realiza el estudio técnico que indica la ubicación, se procede a desarrollar los objetivos estratégicos en donde se establece la infraestructura adecuada para el proyecto. En el tercer objetivo: “Proponer las estrategias para la implementación del Plan de Negocios de los productos turísticos de la Finca “DELITA” de la parroquia Gonzanamá”, se plantea un estudio administrativo que consta de la estructura organizacional en el cual se define el nivel ejecutivo, nivel operativo y el manual de funciones de la finca DELITA; y la estructura legal que muestra la razón social, acta constitutiva, objeto social, capital social, duración y domicilio; también se realiza el estudio financiero que da a conocer la inversión inicial del proyecto, las fuentes de financiamiento, los ingresos y egresos, el punto de equilibrio, las utilidades y la rentabilidad del plan de negocios.

Dentro de lo que se refiere a las limitaciones que se presentaron durante el desarrollo del proyecto fue el poco interés por la conservación de los atractivos turísticos existentes y que las instituciones competentes como el GAD Cantonal deberían apoyar mediante capacitaciones en temas relacionados con el turismo y la oferta de servicios de calidad.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. Marco Conceptual.

4.1.1. Plan de Negocios.

Es un documento donde el emprendedor detalla sistemáticamente las informaciones del emprendimiento a realizar como ser: el proceso de generación de ideas, la captación y análisis de la información, evaluación de la oportunidad y los riesgos, toma de decisión sobre la puesta en marcha de un nuevo emprendimiento, cambio de planes en empresas constituidas (Bóveda, 2015).

Un plan de negocio realizará una descripción de la empresa y del producto, un análisis del entorno y una estimación del mercado potencial, con la finalidad de realizar una proyección de las ventas y resultados, así como de los requerimientos necesarios para la implementación del emprendimiento (Garzozzi, 2014).

Un plan de negocios representa una línea a seguir sobre un emprendimiento a realizar o ya en ejecución, dentro del cual se toma en cuenta tanto su entorno interno como externo, el mercado potencial, y cuáles son los beneficios y riesgos de la puesta en marcha para la implementación.

4.1.1.1. Importancia de Plan de Negocios.

La importancia es determinar la superficie que requiere el negocio (para producción, oficinas, almacén, baños, etc.) y más importante, cómo se diseñará el espacio de la fábrica en términos de distribuir las máquinas y el equipo (Garzozzi, 2014).

La importancia de un plan de negocios radica, en que nos servirá para poder determinar la factibilidad o no de la ejecución del proyecto, como se puede mejorar y reducir riesgos al momento de desarrollarlo.

4.1.1.2. Objetivos de un Plan de Negocios.

Se denomina a las metas y estrategias establecidas por la empresa para alcanzar resultados a largo, mediano y corto plazo, y de esta manera obtener un reconocimiento diferenciado en medio de la competencia. Estos objetivos pueden ser definidos anualmente, cuidando priorizar las áreas claves del éxito de su negocio (Kekutt, 2014).

Los objetivos de negocios son una manera para que una organización defina sus objetivos y dirección. Una empresa utiliza una estrategia combinada en todos los niveles de su funcionamiento para lograr su objetivo. Estos determinan cómo una compañía destinará sus recursos y cuáles son las fortalezas, las debilidades y las oportunidades que pueda tener. Un objetivo de negocios normalmente no se modifica, una vez implementado, a menos que surjan cambios en las circunstancias; fijar un rumbo claro para la organización es clave para su éxito (Pedraza, 2014).

Dentro de un plan de negocios, los objetivos constituyen una hoja de ruta, es decir un camino a seguir mediante estrategias a las cuales se les suma recursos para cumplirlos, mediante los objetivos se pretende obtener resultados ya sea en corto o largo plazo.

4.1.1.3. Estructura de un Plan de Negocios.

Para la elaboración de un plan de negocios no existe una estructura o formato estándar que se utilice para todos los planes por igual, sino que uno debe adoptar la estructura que mejor crea conveniente de acuerdo a su tipo de negocio y a las necesidades u objetivos de su plan, ya sea el

servir como guía de implementación, el conocer la viabilidad de un negocio, el conseguir financiamiento, etc.

1. Resumen ejecutivo

El resumen ejecutivo es un resumen de las otras partes que conforman el plan de negocios, por lo que, a pesar de ir al inicio del plan, debe ser desarrollado después de haber culminado las demás partes.

Un resumen ejecutivo suele incluir los siguientes elementos:

- Los datos básicos del negocio: el nombre del negocio que se va a realizar, su ubicación, su tipo de empresa, etc.
- La descripción del negocio: una breve descripción del negocio que se va a realizar y/o del producto o servicio que se va a ofrecer.
- Las características diferenciadoras: las características innovadoras con las que va a contar el negocio, producto o servicio, y que le van a permitir a uno diferenciarse de la competencia.
- Las ventajas competitivas: los aspectos en donde se va a tener una ventaja sostenible ante los demás competidores.
- La visión y la misión: las declaraciones de la visión y la misión del negocio.
- La idea de la necesidad u oportunidad del negocio: las razones que justifican la propuesta o elección del negocio.
- Los objetivos del negocio: los objetivos que se buscarán alcanzar una vez puesto en marcha el negocio.
- Las estrategias del negocio: las estrategias que se utilizarán para alcanzar los objetivos.
- El equipo ejecutivo: las personas que se encargarán de poner en marcha y posteriormente gestionar el negocio.

- La inversión requerida: la inversión que será necesaria para poner en marcha el negocio y hacerlo funcionar durante el primer ciclo productivo.
- La rentabilidad esperada: los resultados de los indicadores de rentabilidad utilizados.
- El impacto ambiental: un resumen del impacto ambiental que tendrá el negocio.
- Las conclusiones del proyecto: las conclusiones a las que se ha llegado una vez culminado el desarrollo del plan de negocios.

Un resumen ejecutivo debe ser efectivamente un resumen capaz de mostrar en una sola lectura en qué consiste el plan de negocios, razón por la cual su desarrollo no debería abarcar más de tres páginas.

2. Definición del negocio

En la definición del negocio se describe el negocio que se va a realizar, así como otros aspectos relacionados con este, tales como las razones que justifican su propuesta, sus objetivos y sus estrategias.

La definición del negocio suele incluir los siguientes elementos:

- Los datos básicos del negocio: el nombre del negocio que se va a realizar, su ubicación, su tipo de empresa, etc.
- La descripción del negocio: la descripción del negocio que se va a realizar y/o del producto o servicio que se va a ofrecer.
- Las características diferenciadoras: las características innovadoras con las que va a contar el negocio, producto o servicio, y que le van a permitir a uno diferenciarse de la competencia.
- Las ventajas competitivas: los aspectos en donde se va a tener una ventaja sostenible ante los demás competidores.
- El mercado objetivo: el mercado o público objetivo al cual se va a dirigir el negocio.

- La visión y la misión: las declaraciones de la visión y la misión del negocio.
- La idea de la necesidad u oportunidad del negocio: las razones que justifican la propuesta o elección del negocio.
- Los objetivos del negocio: los objetivos que se buscarán alcanzar una vez puesto en marcha el negocio.
- Las estrategias del negocio: las estrategias que se utilizarán para alcanzar los objetivos.

La definición del negocio debe ser capaz de explicar claramente en qué consiste el negocio que se va a realizar y/o el producto o servicio que se va a ofrecer, pero a la vez ser capaz de generar interés por estos

3. Estudio de mercado

En el estudio de mercado se desarrolla el análisis de la industria, el análisis del mercado objetivo, el pronóstico de la demanda y otros elementos relacionados con el mercado en donde va a operar el negocio.

El estudio de mercado suele comprender los siguientes elementos:

- Análisis de la industria: el análisis y descripción de la industria o sector en la cual va a operar el negocio (antecedentes, evolución, tamaño, perspectivas de crecimiento, principales actores, etc.).
- Definición y análisis del mercado objetivo: la definición del mercado al cual se va a dirigir el negocio, y el análisis y descripción del consumidor que lo conforma (ubicación, rango de edad, gustos, preferencias, deseos, comportamientos de compra, hábitos de consumo, costumbres, actitudes, etc.).
- Análisis de la competencia: el análisis y descripción de los futuros competidores del negocio (cantidad, líderes o principales, ubicación, experiencia, capacidad productiva, estrategias, precios, puntos de venta, medios publicitarios, fortalezas, debilidades, etc.).

- Análisis y pronóstico de la demanda: el análisis y pronóstico de la demanda que tendrá el negocio para el periodo de tiempo en que está proyectado el plan de negocios.
- Análisis de la comercialización: el análisis y desarrollo de las estrategias comerciales o estrategias de marketing que se utilizarán para atender el mercado objetivo.
- Análisis del mercado proveedor: el análisis y descripción de los proveedores que tendrá o que podría tener el negocio (ubicación, niveles de abastecimiento o de producción, líneas de crédito, precios, garantías, facilidades de pago, etc.).

Para el desarrollo del estudio de mercado es necesario realizar previamente una investigación de mercado en donde se utilicen técnicas de recolección de información tales como la encuesta y el focus group.

4. Estudio técnico

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

El estudio técnico suele comprender los siguientes elementos:

- Los requerimientos físicos: los elementos físicos que serán necesarios para el funcionamiento del negocio (terrenos, edificios, maquinaria, equipos, herramientas, vehículos, mobiliario, insumos, etc.).
- El proceso del negocio: las fases o etapas que conformarán el proceso o los procesos del negocio (procesos de compras, almacenamiento, producción, distribución, ventas, etc.).

- El local del negocio: la descripción del local en donde funcionará el negocio (infraestructura, tamaño, ubicación, capacidad productiva, disposición de planta, etc.).
- Para una mejor descripción de los elementos que conforman el estudio técnico es recomendable hacer uso de herramientas tales como cuadros, gráficos, diagramas de flujo o flujogramas, planos, etc.

5. Organización del negocio

En la organización del negocio se describe la estructura jurídica y orgánica del negocio, las áreas o departamentos que lo conformarán, y otros elementos relacionados con estas.

La organización del negocio suele incluir los siguientes elementos:

- La estructura jurídica: la forma jurídica bajo la cual estará constituido legalmente el negocio (persona natural o persona jurídica), su tipo de empresa, etc.
- La estructura orgánica: el tipo de organización que tendrá el negocio (funcional, por producto, matricial, etc.), las áreas o departamentos que lo conformarán, y las relaciones jerárquicas que se darán entre estas.
- Los cargos y las funciones: los cargos o puestos que tendrá cada área o departamento del negocio, y las funciones, tareas, obligaciones, responsabilidades, jefes y subordinados que tendrá cada uno.
- El requerimiento de personal: el personal que será requerido para cada cargo o puesto del negocio, y el perfil que deberá tener una persona para poder postular a cada uno de estos (experiencia, conocimientos, habilidades, etc.).
- Los gastos de personal: los sueldos, salarios y beneficios que serán asignados a cada cargo o puesto.

- Los sistemas de información: la forma en que se registrará, procesará y distribuirá la información en el negocio.
- El perfil del equipo ejecutivo: el perfil de las personas con las que ya se cuenta para poner marcha y posteriormente gestionar el negocio (experiencia, logros, conocimientos, habilidades, etc.).

Para una mejor descripción de los elementos que conforman la organización del negocio es recomendable también hacer uso de herramientas tales como cuadros, organigramas, flujogramas, etc.

6. Estudio de la inversión

En el estudio de la inversión se señala la inversión que se va a requerir para poner en marcha el negocio y hacerlo funcionar durante el primer ciclo productivo, y el financiamiento que se va a utilizar o necesitar.

El estudio de la inversión suele incluir los siguientes elementos:

- Activos fijos: los activos fijos o tangibles que se van requerir antes de iniciar operaciones (terrenos, edificios, construcciones, infraestructura, maquinaria, equipos, herramientas, vehículos, mobiliario, etc.), y la inversión que se realizará en estos.
- Activos intangibles: los activos intangibles que se van a requerir antes de iniciar operaciones (investigaciones de mercado, diseño del producto, constitución legal del negocio, obtención de licencias y permisos, selección y capacitación del personal, marketing de apertura, etc.), y la inversión que se realizará en estos.
- Capital de trabajo: los elementos que conformarán el capital de trabajo (insumos, productos en proceso, productos terminados, envases, útiles de escritorio, servicios básicos, planilla administrativa y de ventas, mantenimiento, tributos municipales, publicidad, seguros, etc.), y la inversión que se realizará en estos.

- La inversión total: la inversión total del proyecto (la suma de la inversión en activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo).
- Estructura del financiamiento: el monto o porcentaje de la inversión que será financiado con capital propio y el monto o porcentaje que será financiado con capital externo.
- Fuentes de financiamiento: la descripción de las fuentes de financiamiento externo que se van a utilizar y de los créditos que estas otorgarán (monto, plazo, costo, etc.).

En general, el estudio de la inversión muestra cuál será el capital que se necesitará para hacer funcionar el negocio, en qué se utilizará dicho capital, y cómo se obtendrá o intentará obtener.

7. Estudio de los ingresos y egresos

En el estudio de los ingresos y egresos se desarrollan las proyecciones de los ingresos y egresos del negocio para el periodo de tiempo en que está proyectado el plan de negocios.

El estudio de los ingresos y egresos suele comprender los siguientes elementos:

- Los presupuestos de ingresos (presupuesto de ventas, presupuesto de cobros, etc.).
- Los presupuestos de egresos (presupuesto de compras, presupuesto de pagos, presupuesto de gastos administrativos, presupuesto de gastos de ventas, presupuesto del pago de la deuda, etc.).
- El cálculo del punto de equilibrio.
- El presupuesto de efectivo o flujo de caja proyectado.
- El presupuesto operativo o estado de ganancias y pérdidas proyectado.
- El balance general proyectado.
- El tiempo en que es proyectado un plan de negocios suele depender de los objetivos del mismo y del tipo de negocio que se va a realizar,

siendo lo usual los planes de negocios con proyecciones a 1, 3 o 5 años.

8. Estudio financiero

En el estudio financiero se desarrolla el cálculo del periodo de recuperación de la inversión y de la rentabilidad del negocio.

El estudio financiero suele comprender los siguientes elementos:

- El periodo de recuperación de la inversión: el cálculo del periodo de tiempo que va a tomar recuperar el capital invertido.
- El retorno sobre la inversión: la rentabilidad del negocio según el índice financiero del retorno sobre la inversión (ROI).
- El VAN y el TIR: la rentabilidad del negocio según los índices financieros del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

La idea del estudio financiero es la de mostrar que el proyecto es rentable, en cuánto tiempo se recuperará la inversión, y cuánto es lo que se espera obtener por esta (Garzozzi, 2014).

Un plan de negocios puede variar dependiendo del tipo de negocio que se maneje y lo que se espere del mismo, no existe una única estructura al contrario un plan de negocios se puede adaptar o ajustar en base a las necesidades buscando un beneficio para el negocio, ya sea para la implementación de una nueva idea de negocio o una ya puesta en marcha.

4.1.2. Producto Turístico.

El producto turístico es la suma de; recursos turísticos + infraestructuras + equipamientos y servicios = productos turísticos, mantiene un contenido físico limitado, y en muchas ocasiones la única manera de calificar si es bueno o malo, se reduce al servicio recibido, es decir a la percepción que se tiene del trato, carisma, atención y hasta actitudes del prestador del servicio (Vera, 2018).

El producto turístico es un conjunto de bienes y servicios, tangible e intangible, que incluye recursos naturales culturales e infraestructura, que sirve para satisfacer una necesidad; La calidad es uno de los factores más importante para el desarrollo sostenible del producto turístico, las prácticas de gestión sostenible y las estrategias de competitividad, se aplican a todas las formas de este tipo de servicio en todos los destinos, incluidos el de masas y sus diversos segmentos (Zambrano, 2017).

Un producto turístico está conformado por bienes, servicios, recursos tanto culturales como naturales, infraestructura y equipamiento, pueden ser tangibles e intangibles, y se miden en base a la percepción de la calidad y atención a la hora de adquirir el producto.

4.1.3. Planta Turística.

La planta turística es uno de los componentes estratégicos al momento de ofrecer un producto de calidad, el mismo que está conformada por varios sectores, según la Ley de Turismo (Zambrano, 2017).

Los servicios que se venden a los turistas son elaborados por un subsistema al que denominamos "planta turística", que está integrado por dos elementos: el equipamiento, las instalaciones (Boullón, 2006).

La planta turística hace referencia a los elementos de instalación y equipamientos que tiene que ver netamente con el alojamiento, alimentación, desplazamiento lo que se facilita la estadía del turista dentro de cada destino.

4.1.3.1. Alojamiento.

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje (Zambrano, 2017).

Los alojamientos es una forma de explotación primaria de los corredores de estadía, que consiste en una franja de no más de 100 metros entre el camino y la costa, donde diferentes propietarios construyen hoteles, moteles, hosterías, campings, etc. (Boullón, 2006).

El alojamiento es uno de los elementos más importantes al momento de practicar la actividad turística, tiene que ver con el lugar de estadía no permanente de turista, dentro de los cuales existen diferentes tipos y categorías hoteles, moteles, pensiones, residencia y otras.

4.1.3.2. Servicio de Alimentos y Bebidas.

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo (Zambrano, 2017).

Los alimentos y bebidas constituyen una actividad turística al momento de prestar un servicio de alimentación, ya sea en restaurantes, bares, cuyos servicios tiene por finalidad es obtener beneficios económicos a cambio.

4.1.3.3. Transporte.

En el transporte terrestre la industria automotora adaptó la línea de autobuses a las necesidades de transporte de turistas para sus excursiones. Así, para los trayectos largos se diseñaron modelos que incluyen camas, y para los viajes de pequeños grupos o familias se fabricaron las casas rodantes que, a su vez, provocaron la creación de los trailer parks (Boullón, 2006).

Dentro del turismo el servicio de transporte es uno de los instrumentos comúnmente usados, por medio de ellos existe el desplazamiento de un lugar a otro por medio de itinerarios previamente ya establecidos.

4.1.4. Oferta Turística.

La oferta turística se basa en la participación de un número relativamente amplio de medianas y pequeñas empresas, estas al menos en el sector alojamiento, no se habían constituido mediante el capital aportado por un único capitalista, ya fuera este una persona física o una familia, para la construcción de los complejos de cabañas y apartamentos que en la actualidad constituyen una parte central de la oferta de las localidades (Kekutt, 2014a).

La oferta turística es el grupo de productos y servicios asociados a un espacio territorial y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición del público en un mercado determinado (Vera, 2018).

La oferta turística representa el conjunto de los bienes, productos y servicios ubicados en un mismo lugar que posea un valor turístico y disponible para ser consumidos por los turistas.

4.1.5.1. Oferta.

La oferta es el elemento encargado de generar la producción de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de ocio y negocios del consumidor turista (Giraldo, 2015, p. 4).

La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un periodo dado (Caisaguano, 2018).

La oferta representa la acción de vender un producto o servicio para satisfacer las necesidades del consumidor a cambio de un valor monetario por lo mimos.

4.1.5. Demanda Turística.

La demanda turística, se hace alusión al conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requiere a los operadores turísticos para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre, vacaciones, negocios, etc. (Vera, 2018).

La demanda turística surge de las necesidades de productos o servicios que desee adquirir el turista, y por otro lado los operadores turísticos funcionan como intermediarios al momento de satisfacer estas necesidades.

4.1.5.1. Demanda.

La demanda está constituida por el turista, el cual consume un conjunto de bienes y servicios que desde la teoría económica del turismo se consideran como el producto turístico. Este producto lo adquiere el turista a través de una empresa turística en cuyo caso se constituye en el plan o paquete o

puede ser elaborado por el mismo turista como un proceso de compra de cada uno de los elementos que conforman la industria del turismo de forma independiente (Giraldo, 2015).

La ‘‘Demanda está formada por todos los consumidores que tienen algún interés por un producto o servicio en particular y a los que es posible alcanzar con una utilización intensa de los instrumentos del marketing por parte de todos los competidores

La demanda está representada por las personas que consumen un bien o servicio, que a través del marketing se encuentran motivos a la adquisición de algún producto o servicio (Caisaguano, 2018).

4.1.5.2. Finca.

Las fincas, deben ser componentes integrales del paisaje agrícola y rural proveer frutales, hortalizas, material para construcción, leña, plantas medicinales plantas ornamentales, especies para cocina, forraje para la vaca, alimento de especies menores, material para composturas, producción de alimento para comercializar (Prácticas & Módulo, 2015, p. 5).

La finca comprende el espacio real en donde se llevan a cabo la producción de productos agrícolas, ganaderos e incluso artesanales que se comercializan, en donde las actividades cotidianas de la vida rural representan un verdadero interés en el turista.

4.1.5.3. Estudio de Mercado.

El estudio de mercado establece una jerarquía de bienes de consumo en respuesta a la oferta y la demanda turística que se vinculan a las prácticas sociales reproduciéndose recursivamente día a día (Giraldo, 2015).

El estudio de mercado se refiere a escoger a los clientes a los cuales se pretende vender el producto y/o servicio, se trata de hacer un perfil de ellos y seleccionar a los compradores sobre la base de identificar sus necesidades ordinarias, donde viven, se parte de un mercado inicial hasta encontrar un segmento de interés (Pedraza Rendón, 2014).

El estudio de mercado nos indica cuales son las condiciones de oferta y demanda y permite determinar y establecer el perfil del consumidos al conocer cuáles son sus preferencias y necesidades.

4.1.5.4. Estrategia.

La estrategia de un destino turístico debe enfocarse a estar presente en las 5 etapas del viaje. Es decir, el destino tiene que ser capaz de inspirar, permitir planificar, pero también permitir reservar, facilitar el disfrute una vez en el destino y posteriormente, la difusión de la experiencia vivida (Vera, 2018).

Las estrategias ayudan a la elaboración del producto dentro de los procesos de fabricación para poder afrontar a la competencia y posicionar mi producto en el mercado a través de canales de distribución y tener rentabilidad, estabilidad para el producto mencionado en un determinado tiempo (Caisaguano, 2018).

Las estrategias son un plan que tienen por finalidad seguir una serie de sucesos previamente planeados para la toma de decisiones y obtención de buenos resultados, en el ámbito turístico permite afrontar la competencia y posicionar cada uno de los servicios en el mercado.

4.1.6. Sistema Turístico.

El sistema turístico, concebido como un conjunto de acciones y de recursos que interactúan entre sí para cumplir un objetivo común, constituido por

elementos como: la Oferta Turística, la Demanda Turística, el Espacio Turístico, los Operadores del Mercado y los Organismos reguladores del turismo (Vera, 2018).

El sistema turístico está representado propiamente por todas las áreas de turismo; abarca todos los subsistemas del turismo, la industria turística o sector turístico, cualquiera de estas formas es adecuado llamársele (Guerrero & Ramos, 2014).

El turismo abarca un sin número de factores que componen su sistema, cuya base son los elementos como: la oferta, demanda, espacio turístico, operadores de mercado y organismos reguladores, que le dan una estructura organizada al momento de ejercer la actividad turística.

4.1.6.1. Promoción Turística.

Es aquel que incluye la promoción en las plazas del mercado emisor, sean éstas de turismo interno o receptivo, ese tipo de propaganda tiene por finalidad motivar el viaje de un turista potencial, sin entrar en mayores detalles, deberá referirse a las características más relevantes del paisaje, ilustrándolas con fotografías a colores y otros datos acerca del clima y la situación geográfica (Boullón, 2006).

La promoción hace referencia a la manera de difundir un sitio o destino, dejando a la vista sus características más sobresalientes, como el paisaje, actividades entre otras, demostrando su belleza y potencial turístico, lo que motivara al turista realizar el viaje.

4.1.6.2. Gasto Turístico.

El Gasto Turístico, implica un desplazamiento desde la residencia del turista hacia el destino seleccionado, tal desplazamiento representa una derrama o gasto, que se realiza a través de la compra de boletos aéreos,

terrestres, marítimos o fluviales, hoteles, comida, inscripción por participación en el evento, entre otros (Vera, 2018).

Los gastos son disminuciones del patrimonio neto, distintas de las distribuciones de fondos de la entidad a los propietarios, como consecuencia de la actividad económica de adquisición de bienes y servicios, o como consecuencia de las variaciones en el valor de activos y pasivos que deben reconocerse contablemente (Caisaguano, 2018).

El gasto turístico hacer hincapié a todas las transferencias monetarias que un turista hace dentro del destino a visitar. Ya sea la compra de boletos aéreos o terrestres, alojamiento, alimentos y esparcimientos.

4.1.7. Atractivos Turísticos.

4.1.7.1. Atractivos Naturales.

Los atractivos naturales, son el capital más importante que posee un sitio de interés y los principales atributos que el visitante desea conocer, por lo que éstos deberían estar sujetos a normas estrictas de protección y uso responsable, donde la comunidad sea el mayor ente respetuoso de su entorno (Vera, 2018).

Estos atractivos son los que reciben los más importantes volúmenes de demanda de turismo tanto interno y receptivo, como de recreación (Boullón, 2006).

Los atractivos naturales como su nombre lo expresan son aquellos que por sus atributos naturales son los que más interés despiertan en lo visitantes, como cascadas, lagos, ríos, montañas entre otros. Sin embargo, por su condición de natural son atractivos que deben ser manejados de manera sostenible.

4.1.7.2. Atractivos Culturales

Se denominan atractivos turísticos, porque son los que llaman y atraen su atención. Desde el punto de vista de la región visitada, estos atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituyen lo que se puede ofrecer al visitante (Navarro, 2013, p. 9).

Los atractivos turísticos representan un sitio de interés para el turista, ya sea por su magnificencia natural o cultural, son aquellos que generan un impacto y llaman la atención de sus visitantes.

4.1.8. FODA

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson y Strickland (1998) establecen que el análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas (Borello, 1994, p. 158).

El análisis FODA ayuda a determinar los factores internos y externos que afectan de manera positiva o negativa y de manera directa e indirecta una organización, nos da una visión global de cuál es la situación actual y plantear las estrategias para vencer o minimizar riesgos.

4.1.8.1. Estructura

Es el conjunto de entidades públicas y privadas que regulan, fomentan, y/o coordinan la actividad turística. En otras palabras, es la compleja

organización que permite armonizar tanto la producción y venta de servicios como las relaciones resultantes de la práctica del turismo (Vera, 2018).

La estructura condiciona el viaje turístico, dado que, en los países más desarrollados, el turismo constituye una forma de ocio que posibilita la liberación y el disfrute, así como la mejora cultural de la mayoría de la población, mientras que para los menos desarrollados el turismo se ha convertido en un negocio que no incrementa el horizonte cultural de la mayoría de la población, sino por el contrario lo que hace es comercializar sus singulares manifestaciones culturales (Giraldo, 2015).

La estructura va en función a todas las entidades ya sean de carácter Público o privado, que regularizan y normalizan el desarrollo armonioso de la actividad turística, lo que posibilita el disfrute de la actividad.

4.1.8.2. Elementos

Los elementos del sistema turístico están constituidos por: la Oferta Turística, la Demanda Turística, el Espacio Turístico, los Operadores del Mercado y los organismos reguladores del turismo (Vera, 2018).

Los atractivos (naturales y culturales) y actividades turísticas, la planta turística (hoteles, hostel, resort...) y la infraestructura turística (vías de acceso, servicios básicos). Todos estos elementos se interrelacionan y la carencia de uno de ellos dificulta o imposibilita el desarrollo social, económico y cultural, así como también la experiencia turística como tal (Zambrano, 2017).

Los elementos del turismo son representados por los atractivos culturales y naturales, la infraestructura básica como vías de acceso y servicios básicos, planta turística como hoteles, restaurantes, entre otros, de los cuales depende la percepción y experiencia que se lleven lo turistas del destino.

4.2. Marco Referencial

Dentro de lo que comprende el marco referencial se ha tomado como referencia los siguientes casos de estudio:

Cuadro 1. Matriz de Proyectos Referentes al tema de investigación

Nombre del Proyecto	Lugar	Objetivos	Metodología	Resultados
“Plan de Negocios para la implementación de productos turísticos en la FINCA “LUZÓN” de la Parroquia Purunuma, Cantón Gonzanamá, provincia de Loja”	Parroquia Purunuma, Cantón Gonzanamá, provincia de Loja”	Elaborar un plan de negocios para la implementación de productos turísticos en la finca “Luzón” de la parroquia Purunuma, cantón Gonzanamá, provincia de Loja.	- Método Deductivo. -Método Inductivo. -Método Analítico. -Método Descriptivo.	-Elaborar un Paquete Turístico para la finca. -Implementación de infraestructura adecuada para la prestación de servicios turísticos. -Elaborar la promoción y difusión para la finca. -Diseñar la propuesta de señalética turística para la Finca.
Plan de Negocios para Productos Turísticos en la finca Los Riofrío” de la Parroquia Timbara, Cantón Zamora	Parroquia Timbara, Cantón Zamora	Elaborar un Plan de negocios para productos turísticos en la finca “Los Riofrío” de la parroquia Timbara, Cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe	-Método Analítico. -Método Deductivo. -Método Inductivo. -Método Descriptivo.	-Elaborar un paquete turístico para la finca. -Crear un paisaje fotográfico. -Implementar la Infraestructura adecuada para la prestación de servicios turísticos. -Elaborar la promoción y difusión para la finca. -Capacitar al talento humano en atención al cliente y brindar un buen servicio.
Plan de negocios turístico de Hacienda Yangana lodge	Parroquia Yangana, Cantón Loja.	Diseñar un Plan de Negocios turístico de la hacienda “Yangana Lodge” de la parroquia Yangana, cantón y provincia de Loja que permita	- Estudio de mercado. - Técnica de encuesta - FODA - Entrevista. - Métodos descriptivo, analítico, cualitativo observación directa.	- Creación de la marca de la finca. - Promoción y difusión. - Creación de un lodge en la hacienda

		establecer sus operaciones de servicios turísticos.		
Plan de Negocios para productos turísticos de la finca Cafetalera "EL AGUACATE" Parroquia El Valle, Cantón Loja	Parroquia El Valle, Cantón Loja	-Realizar un diagnóstico de la situación actual de la Finca El Aguacate.	-Método inductivo, deductivo, descriptivo y analítico -Fichas de inventario. -Encuesta -Entrevista -Observación directa -FODA	-Creación de una cabaña ecológica. -Capacitación para atención al cliente -Promoción y difusión. -Socialización del proyecto
Plan de Negocio para un proyecto de turismo rural sostenible	España, Logroño	Diseñar un plan de negocios para desarrollo sostenible rural.	- Análisis científico, analítico, observación directa y entrevistas - Estudio técnico, administrativo y financiero.	- Plan de marketing - Creación de una infraestructura adecuada para productos turísticos

Fuente: Tesis similares al proyecto de investigación.

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

4.2.1. Datos Generales del cantón Gonzanamá.

Otros estudios nos indican que la palabra Gonzanamá proviene de las lenguas del grupo idiomático de los Cayapas en donde el sonido de k se confunde con el de g y la u se cambia por el sonido, desapareciendo la t a manera de zinc según esta etimología, Gonzanamá significaría:

- KONTZE - cerro
- N A - chaparro, madera, árbol;
- MA -sol

"cerro cubierto por vegetación y bañado por el sol."

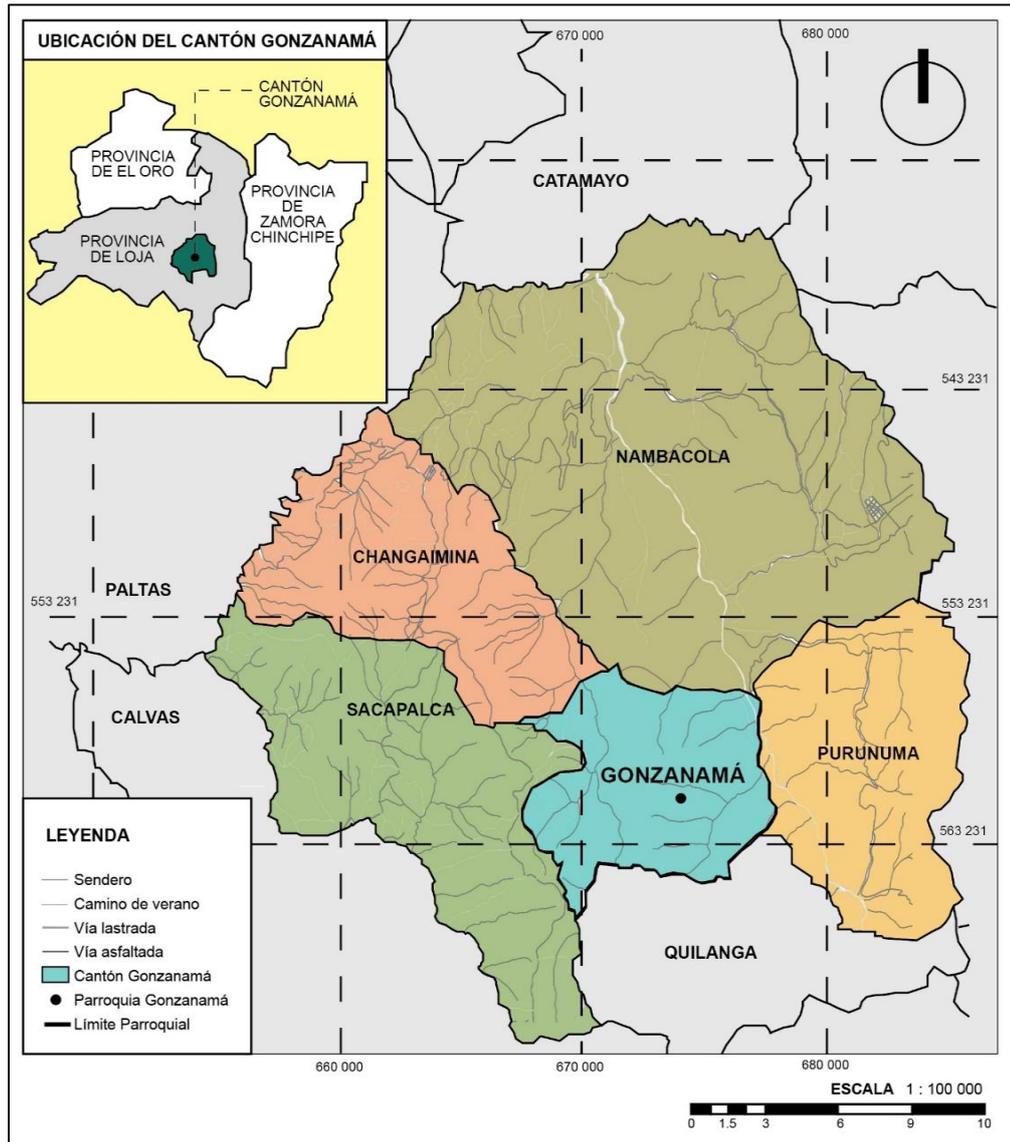
Uniendo estas dos concepciones semánticas, se deduce que Gonzanamá significa: cerro cubierto de vegetales y bañado por el sol donde vivió siempre un hombre fuerte, duro, protegido por el dios de las aguas, por el dios omnipotente señor del buen suceso, ya que, sin agua sin sol, sin dios no hay vida, y vida cristiana como del pueblo Gonzanameño; sus parroquias son una urbana que es Gonzanamá y cuatro rurales: Changaimina, Nambacola, Purunuma y Sacapalca.

Los platos típicos del sector son pocos, pero de un extraordinario sabor y apropiados para satisfacer exigentes paladares. Entre los principales anotamos los siguientes: arveja con guineo, caldo de gallina, sango de maíz, tamales de carne, humas, repe blanco, longaniza, queso, bollos de cema, bizcochuelos; postres como: dulce de leche, dulce de guayaba, miel con quesillo, higos con miel y queso, empanadillas; bebidas: leche de tigre, diamantina, jugo de caña.

4.2.1.1. Ubicación

Gozanamá está ubicada en el corazón de la provincia de Loja, es uno de los 16 cantones que conforman esta hermosa provincia; es conocido como "Capital agrícola, ganadera y artesanal" de la provincia de Loja, ya que, la

mayor parte de su territorio es utilizado para agricultura y ganadería; además sus mujeres, que siempre tienen una actitud vigorosa, elaboran preciosas prendas en los telares. Posee bellos encantos naturales, los más visitados son: El cerro Colombo, aguas sulfurosas del barrio La Banda, Cóndor Huasi, La Piedra grande, entre otras; además, cuenta con importantes sitios arqueológicos.



Fuente: Sistema de información geográfica (SIG)

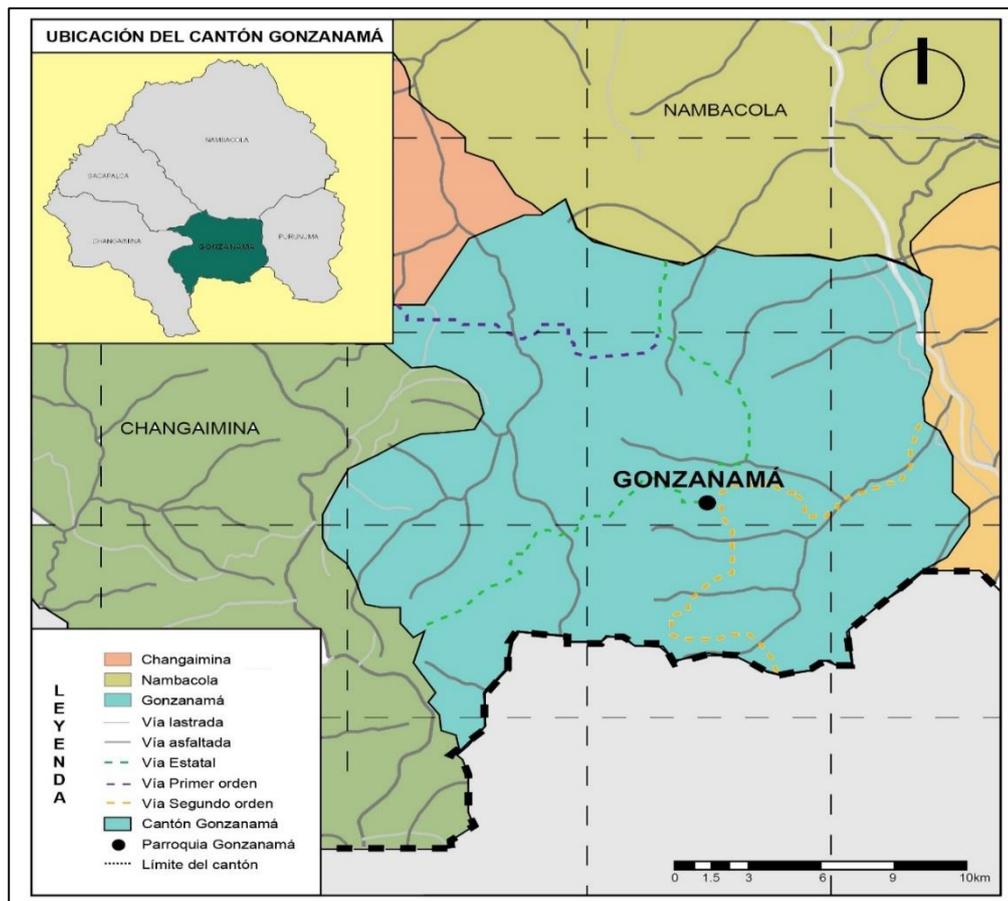
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 1. . Ubicación Geográfica del Cantón Gonzanamá

4.2.1.2. Extensión Territorial y Límites

Su extensión territorial es de 1.104, aproximadamente. El cantón Gonzanamá limita: con Catamayo, al norte; con Quilanga, al Sur; con Loja y Catamayo, al Este; y, con Calvas y Paltas al Oeste.

Se encuentra situado a los 4011" y 4021" de latitud sur y a los 79017" y 79035" de longitud occidental.



Fuente: Sistema de información geográfica (SIG)

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 1. Mapa político del Cantón Gonzanamá

Fiestas Importantes y Celebraciones del Cantón Gonzanamá

- Fiesta de San José: 19 de marzo.
- Feria Agrícola Ganadera y artesanal: Último domingo de marzo.

- Romería de la Virgen de la Caridad: 15 de junio.
- Festividades del Sagrado Corazón de Jesús: Primer domingo de Julio.
- Fiesta de La Virgen del Carmen: 16 de Julio.
- Fiesta del Señor del Buen Suceso: 20 de agosto.
- Fiesta de Cantonización: 30 de septiembre.

Gonzanamá también es considerada un cantón muy religioso por la gran devoción de sus feligreses y cuenta con las siguientes fiestas religiosas en honor a sus santos que son:

- Fiesta religiosa comercial en homenaje a la Santísima “Virgen del Carmen”: 16 de julio.
- Fiesta religiosa comercial en honor al Señor del Buen Suceso patrono del lugar: 20 de agosto
- Festividades religiosas del Patriarca San José: 19 de marzo.

4.2.2. Datos Generales de la parroquia Gonzanamá.

Lo que hoy es el cantón Gonzanamá, desde el 30 de septiembre de 1943, fecha que se celebra su cantonización, formando parte del cantón Loja, siendo una de sus más antiguas parroquias. Desde la Colonia, en el espacio geográfico de Gonzanamá se constituyó también la estructura de la hacienda, como modalidad de la tenencia de la tierra. Varias familias lojanas de ancestro español mantuvieron en la actual geografía gonzanameña, sus haciendas y casas solariegas, siendo la base de una grande producción agrícola y ganadera, cuyo prestigio es proverbial hasta la fecha (Bravo, Ordoñez, & Riascos, 2008).

Según el historiador José María Vargas, “En la provincia de Calvas, diez leguas de la ciudad de Loja, está cerca del pueblo llamado Gonzanamá, una piedra grande, donde hay una huella y pisada de hombre, que según parece no es hecha de la naturaleza ni de - 5 - arte humana, sino

milagrosamente como se ha dicho de otros que allí quedó estampada de aquel hombre blanco y barbado que presumimos era apóstol o discípulo" (Vargas, 1966). La población de Gonzanamá, se funda sobre asentamientos indígenas que existían antes de la llegada de los incas. El Dr. Pío Jaramillo Alvarado, historiador, indica que antes de la llegada de los incas y los españoles, a esta zona la habitaron grupos indígenas como los anamaes, descendientes de una tribu del Brasil, él sostiene que los anamaes tuvieron como cacique a "Gonza", derivándose de ahí la población de Gonzanamá. Después de la conquista de los españoles, vinieron al cantón los religiosos Dominicanos que fundaron la Doctrina de Santo Domingo de Gonzanamá integrada por grandes confederaciones indígenas. Durante la época de la colonia, hombres y mujeres Gonzanameñas hacen conciencia del valor de la libertad y deciden independizarse del dominio español, llegando en forma valiente y unánime a suscribir el acta de Independencia el 17 de febrero de 1822.

4.2.3. Datos Generales de la Finca "DELITA".

La finca "DELITA" se encuentra ubicada en el barrio La Banda de la parroquia Gonzanamá del cantón Gonzanamá de la provincia de Loja, la finca pertenece a la Lic. Elva Bravo y al Sr. Jerzey Bravo, la extensión de la finca es de 22 hectáreas, las cuales están divididas por secciones para la crianza de ganado, siembra de diferentes productos del lugar.

La finca cuenta con algunos atractivos entre ellos los principales encontramos la cascada del barrio La Banda, sus aguas sulfurosas, entre otros atractivos, a su vez esta finca cuenta con riego durante las fechas del 9 al 14 y del 23 al 28 de cada mes continuo, el mismo que tiene 12 días de riego al mes.

La finca "DELITA" es considerada como una finca de producción agrícola y ganadera la cual esta privilegiada por su ubicación dentro del marco turístico y en ella se pueden realizar muchas actividades.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo de la investigación los siguientes métodos y materiales nos permite establecer las herramientas necesarias para lograr los objetivos propuestos.

5.1. Materiales

5.1.1. Recursos Materiales

- ✓ Papel bond
- ✓ Carpeta
- ✓ Textos
- ✓ Flash memory
- ✓ Esferos
- ✓ Lápices

5.1.2. Materiales de oficina

- ✓ Hojas de papel bond
- ✓ Esferográficos
- ✓ Impresiones
- ✓ Cuadernos
- ✓ Grabadora
- ✓ Calculadora
- ✓ Borradores

5.1.3. Recursos tecnológicos.

- ✓ Computadora
- ✓ Cámara fotográfica
- ✓ Internet

5.2. Métodos

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó los siguientes métodos:

- ❖ **Método Deductivo:** método que ayudó en la recolección y redacción de la información en la investigación del diagnóstico de la finca Delita.
- ❖ **Método Inductivo:** dicho método se lo utilizó para generalizar los factores y datos contemplados; información para el desarrollo del tema de investigación.
- ❖ **Método Descriptivo:** este método se aplicó para indagar datos y características de la población en general dentro del campo de estudio y la realización de fichas Mintur.
- ❖ **Método Analítico:** mismo que ayudó conocer más del lugar de estudio; cuyo análisis permitió realizar la matriz FODA. Además de utilizo para la interpretación de las encuestas y entrevistas aplicadas a los turistas.

5.3. Técnicas

Encuesta:

Esta técnica fue aplicada a la población económicamente activa del cantón Gonzanamá y posibles usuarios de la finca turística que en este caso sería la ciudad de Loja.

Entrevista:

Se aplicó a los actores involucradas en las actividades que se llevan a cabo dentro de la finca como es el propietario y trabajador.

Observación directa:

Se utilizó la técnica de observación directa, para la realización de las fichas de inventario de atractivos turísticos, ya que se visitó el lugar para analizar el estado actual y; para determinar las principales necesidades y cuál sería el aporte como profesional en el área turística que se puede dar para que la propuesta del Plan de Negocios para productos turísticos que la finca requiere se ejecute satisfactoriamente.

5.4. Población y muestra

La población para la obtención de la muestra fue la población del cantón Gonzanamá del censo 2010; para lo cual se le realizó una proyección hasta el 2018.

Cuadro 2. Población Proyectada

AÑOS	No. HABITANTES
2010	12.716
2011	12.483
2012	12.255
2013	12.031
2014	11.810
2015	11.594
2016	11.382
2017	11.174
2018	10.969

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

5.4.1. Tamaño de la muestra

Para la aplicación de la muestra se tomará en cuenta la siguiente fórmula:

DATOS:

z= Nivel de confianza 1,96

q= Probabilidad de éxito 0,5

p= probabilidad de fracaso 0,5 **N**= Población 10.969

e= Margen de error de estimación 0.05

Desarrollo de la fórmula, reemplazando datos:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{[(N - 1)E^2] + (Z^2 * P * Q)}$$
$$n = \frac{10.969 * (1.96)^2 * 50\% * 50\%}{[(10.969 - 1)(5\%)^2] + (1.96)^2 * (50\%) * (50\%)}$$
$$n = \frac{10.969 * 3,8416 * 0,50 * 0,50}{[(10.969 - 1)(0,05)^2] + (1.96)^2 * (0,50) * (0,50)}$$
$$n = \frac{10.534,6276}{28.3804}$$
$$n = 371$$

De la fórmula aplicada a la muestra de una población de 10.969 personas; dando como resultado aplicar 371 encuestas.

5.5. Metodología por Objetivos

Para el cumplimiento del primer objetivo: “**Realizar un diagnóstico de la situación actual de la Finca Delita**” se realizó mediante la aplicación de los métodos deductivo y analítico mismos que permitieron conocer los datos generales y características de la población; situación económica y principalmente la situación actual del lugar de estudio.

Se aplicó encuestas en la Ciudad de Loja; de la cual se obtuvo información del festival de artes vivas, además se recopiló información vía online la que permitió conocer acerca de las preferencias al momento de visitar la Finca;

también se realizó entrevistas, aplicadas al administrador de la Finca y a dos trabajadores de la misma; con la finalidad de obtener información interna del sitio de estudio; además,

se utilizó la técnica de la observación directa recorriendo la Finca ubicada en la parroquia Gonzanamá; lugar en el que se realizó el levantamiento de información que sirvió para llenar las fichas de inventarios de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo.

Se realizó la matriz FODA misma que permitió determinar las características externas (oportunidades y amenazas); e internas (fortalezas y debilidades); además se aplicó la Matriz Evaluadora de Factores Externos (MEFE) que permitió evaluar la información externa y la Matriz Evaluadora de Factores Internos (MEFI) con la cual se analizó la información interna de la Finca; con las cuales se logró determinar los objetivos estratégicos para realizar la propuesta.

Para el desarrollo del segundo objetivo **“Proponer un plan de negocios para productos turísticos de la Finca “DELITA” de la parroquia Gonzanamá”**; se aplicó los métodos deductivo, inductivo, descriptivo, analítico, estos ayudaron a simplificar la información obtenida en el primer objetivo y a estructurar la propuesta. También se utilizó, los datos proporcionados a través de las encuestas, entrevistas, los mismos que permitieron realizar los diferentes estudios que contemplo la propuesta del plan de negocios.

Finalmente, en el tercer objetivo **“Proponer las estrategias para la implementación del plan de negocios de los productos turísticos de la Finca “DELITA” de la parroquia Gonzanamá”**. Se aplicó las estrategias que ayuden a determinar la viabilidad del proyecto. Se realizó la evaluación económica y financiera, Valor actual neto (VAN), Tasa interna de retorno (TIR) y Periodo de recuperación de la inversión (PRI).

6. RESULTADOS

Diagnóstico de la situación actual de la Finca Delita

6.1. Análisis externo

6.1.1. Factor demográfico

Cuadro 3. Estructura de Población

Sexo	Casos	%	Acumulado %	Categorías	T.C.
1. Hombre	6.390	50,25 %	50,25 %	Hombre	-1,87%
2. Mujer	6.326	49,75 %	100,00 %	Mujer	-1,78%
Total	12.716	100,00 %	100,00 %		-1,83%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Según el Censo de población y de vivienda INEC 2010, en el cantón Gonzanamá cuenta con 12.716 habitantes de los cuales 6.390 son hombres que corresponde al 50,25% de la población; en tanto 6.326 son mujeres correspondientes al 49,75 % restante de la población; existe un decrecimiento de un 1,83% debido a varios factores uno de estos es la migración.

Cuadro 4. Estructura de Población del Cantón Gonzanamá Proyectada

Proyección de la Población del Cantón Gonzanamá	
Años	No. Habitantes
2010	12.716
2011	12.483
2012	12.255
2013	12.031
2014	11.810
2015	11.594
2016	11.382
2017	11.174
2018	10.969

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Para realizar la proyección de la estructura de la población del cantón Gonzanamá se tomó como referencia la tasa de crecimiento del último censo; la tasa de crecimiento es de -1,83%; es decir existe un déficit de la población en este cantón.

Edad

Para el análisis de la estructura de la población, la población total se la ha dividido según la edad, el sexo y el área de residencia, es decir urbana o rural. De esta manera se tiene que hay un predominio de la población del cantón es joven, que va desde los 0 años hasta los 14 años tanto para el área urbana como para la rural. Estas edades comprenden tasas entorno al 10% y suman en promedio el 30% de la población. Por tanto, se puede afirmar que el cantón Gonzanamá posee una importante población joven.

Cuadro 5. Edades de la población de Gonzanamá

POBLACION DEL CANTON GONZANAMÁ; POR AREA, SEXO Y EDADES, SEGÚN CENSO 2010											
RANGOS DE EDAD	AREA URBANA (GONZANAMÁ)					AREA RURAL					TOTAL CANTONAL
	H	%	M	%	TOTAL	H	%	M	%	TOTAL	
Menor de 1 año	11	1.67	11	1.46	22	81	1.41	80	1.44	161	183
De 1 a 4 años	58	8.80	51	6.77	109	418	7.29	402	7.21	820	929
De 5 a 9 años	74	11.23	60	7.97	134	601	10.49	619	11.11	1220	1.354
De 10 a 14 años	54	8.19	59	7.84	113	670	11.69	636	11.41	1306	1,419
De 15 a 19 años	61	9.26	82	10.89	143	561	9.79	504	9.04	1065	1,208
De 20 a 24 años	62	9.41	57	7.57	119	337	5.88	292	5.24	629	748
De 25 a 29 años	41	6.22	47	6.24	88	247	4.31	307	5.51	554	642
De 30 a 34 años	31	4.70	43	5.71	74	286	4.99	257	4.61	543	617
De 35 a 39 años	33	5.01	46	6.11	79	271	4.73	255	4.58	526	605
De 40 a 44 años	32	4.86	49	6.51	81	257	4.48	261	4.68	518	599
De 45 a 49 años	40	6.07	44	5.84	84	238	4.15	248	4.45	486	570
De 50 a 54 años	32	4.86	45	5.98	77	247	4.31	268	4.81	515	592
De 55 a 59 años	29	4.40	34	4.52	63	269	4.69	278	4.99	547	610
De 60 a 64 años	15	2.28	24	3.19	39	273	4.76	254	4.56	527	566
De 65 a 69 años	26	3.95	30	3.98	56	282	4.92	299	5.37	581	637
> 69 años	60	9.10	71	9.43	131	693	12.09	613	11.0	1,306	1,437
Total	659	100	753	100	1412	5731	100	5573	100	11304	12716

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaboración: GAD -GONZANAMÁ

Del mismo modo, la población mayor a 69 años para el área urbana y rural es significativa y mayor al promedio del resto de población, con tasas del 10%. Respecto al total cantonal, la población comprendida entre 9 años y menor a 69 años abarcaría cerca del 75% del total tanto para hombres y mujeres.

El menor porcentaje de Población por edades son los menores a 1 año y los de mayor porcentaje los de 5 a 9 años (GAD-GONZANAMA, 2014).

Etnias

Existe un bajísimo porcentaje de población nativa, exactamente el 0,12 %, los cuales mantienen su residencia permanente en el cantón Gonzanamá; mientras que el 99,88 % de personas corresponde a población no nacida en la zona.

De acuerdo al PDOT del cantón se observa que el 96,2 % de la población de Gonzanamá se auto-identifica como mestizos; mientras que el 2,94 % como población indígena, afro-ecuatoriano, negro, mulato, montubio y blanco.

Los habitantes del área urbana de Gonzanamá se identifican mayoritariamente como mestizos con el 97 %; el resto de la población urbana se considera indígena, afro-ecuatoriano, negro, mulato, montubio y blanco con el 3 % del total de la población.

6.1.2. Factor Económico

Es el porcentaje que resulta del cociente entre la Población Económicamente Activa (PEA) y la Población Total (PT). El Cantón Gonzanamá cuenta con una TPB del 35.70%.7

Cuadro 6. PEA - Gonzanamá

	Changaimina	Gonzanamá	Nambacola	Purunuma	Sacapalca
Hombre	702	597	1292	238	573
Mujer	188	341	394	82	136
Total	890	938	1686	320	709

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaboración: GAD -GONZANAMÁ

Como se observa, la composición de la PEA hombres respecto a las mujeres tiene una estructura parecida en todas las parroquias, es decir, la PEA de hombres es mayor a la de mujeres.

Este indicador nos proporciona la capacidad de generación de empleo del territorio al relacionar el total de ocupados con la población en edad de trabajar. La tasa global de ocupación mide el nivel de generación de empleo de una localidad y es un indicador directo de la demanda laboral. Indica la proporción del total de personas (PEA) que esta efectivamente ocupada, o entra en algunos de los grupos de ocupación. Las principales actividades económicas del cantón es el sector agrícola y ganadero.

Cuadro 7. Relación entre sectores económicos

PARROQUIAS	PEA POR SECTORES ECONOMICOS					TOTAL
	% PRIMARIO	% SECUNDARIO	% TERCIARIO	NO DECLARADO	TRABAJADOR NUEVO	
GONZANAMA	31.66	3.52	54.37	7.46	2.99	100
CHANGAIMINA	65.62	1.46	16.07	14.72	2.13	100
NAMBACOLA	74.08	2.25	13.52	9.19	0.95	100
PURUNUMA	55.94	1.56	8.13	33.75	0.63	100
SACAPALCA	74.89	0.99	9.03	14.67	0.42	100
EMPLEO NORMAL	60.438	1.956	20.224	15.958	1.424	100
DESVIACION ESTANDAR	15.94	0.88	17.32	-	-	-
UMBRAL DE ESPECIALIZACIÓN	76.38	2.84	37.54	-	-	-

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Elaboración: GAD -GONZANAMÁ

La estructura de la PEA por sectores económicos constituye una primera aproximación a la especialización económica del cantón Gonzanamá, misma que son analizadas a través de las ramas de actividad.

Así, se tiene que para el sector primario ninguna de las parroquias tiene una especialización alta puesto que la proporción de PEA es menor al umbral de especialización (76,38 %). Solo Nambacola y Sacapalca se aproximan a dicho umbral con el 74 % y 75 %, respectivamente.

En el sector secundario, Gonzanamá tiene una especialización alta de la PEA en este sector; las demás parroquias baja.

Finalmente, para el sector terciario, es de nuevo Gonzanamá la única parroquia que tiene una especialización alta en dicho sector puesto que la proporción de empleo es mayor al umbral de especialización. Del mismo modo, las cuatro parroquias restantes, es decir, Changaimina, Nambacola, Purunuma y Sacapalca, poseen una baja especialización en el sector terciario.

Por ello se debe tomar el turismo ya que en la actualidad se encuentra en un proceso de cambio, crecimiento y diversificación, así como de una sofisticación creciente de la demanda que exige experiencias personalizadas y de calidad. De este modo el turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos de mayor índice de crecimiento en el mundo. Por esta razón, el turismo puede transformarse en un motor de progreso socioeconómico, a través de la creación de empleo, empresas, emprendimientos, infraestructura y divisas de exportación tanto para países Desarrollados Como para aquellos en vías de desarrollo.

6.1.3. Factor Político-Legal

Se identifican los actores, públicos y privados con sus roles más representativos, siendo este el principal actor el Gobierno autónomo

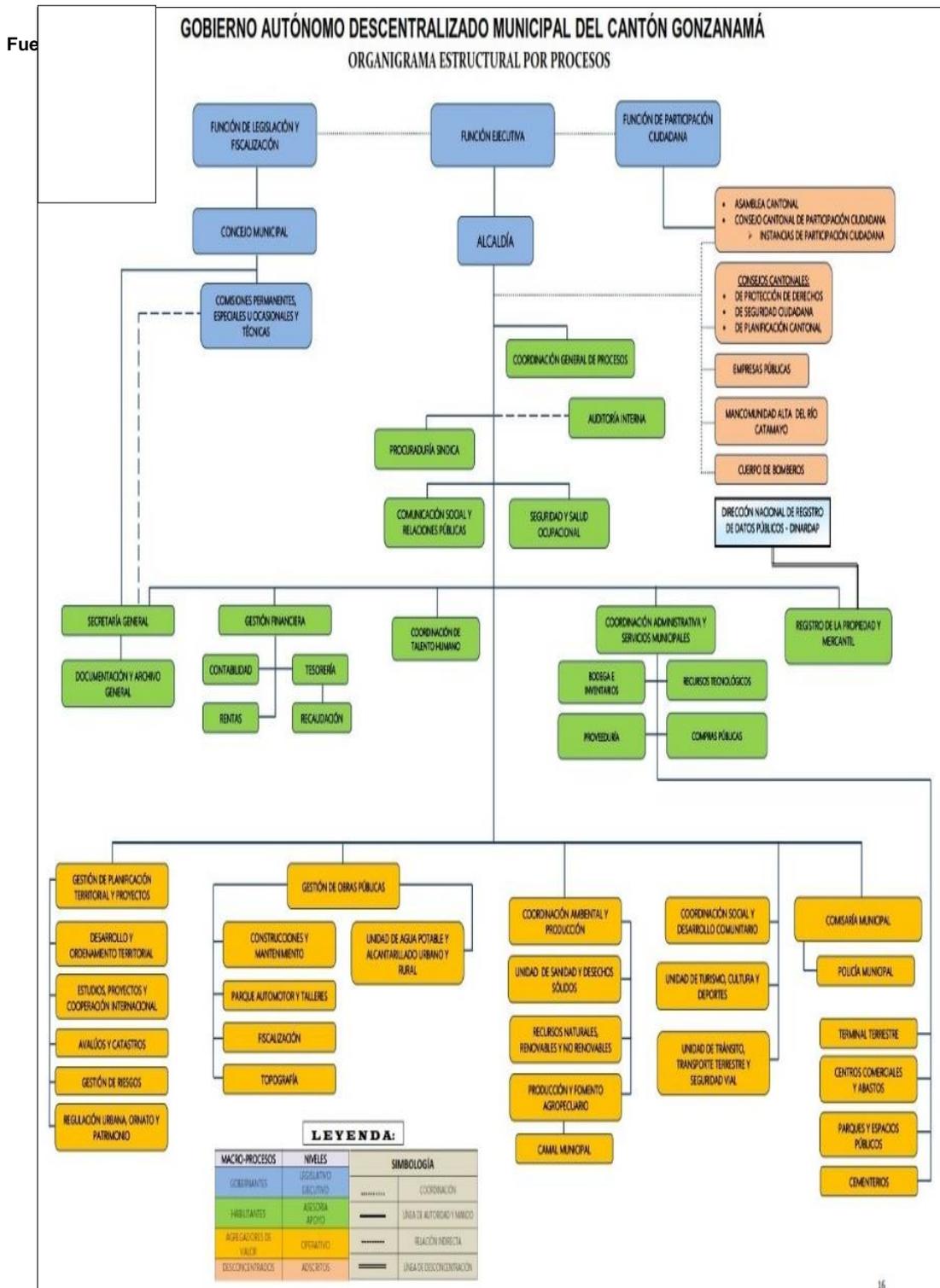
descentralizado del cantón Gonzanamá. Por lo tanto, a continuación, se muestran las principales autoridades y organización del cantón.

Cuadro 8. Autoridades del cantón

Alcalde	Ing. Paulo Patricio Herrera Rojas
Vicealcalde	Dr. Calixto Carrión Chamba
Secretaria	Dra. Dolores Elizabeth Quito Cango
Concejal Urbano	Sr. Luis Ochoa Rodríguez
Jefatura política del cantón	Sra. Cecilia Cueva Marín
Actores encargados de la evangelización de la parroquia Gonzanamá	
Padre Silvio Vega Vega	

Estructura Organizativa Municipio De Gonzanamá

La organización administrativa de cada municipalidad estará de acuerdo con las necesidades peculiares que deba satisfacer, la importancia de los servicios públicos a prestarse y responderá a una estructura que permita atender todas y cada una de las funciones que a ella competen, para el mejor cumplimiento de los fines municipales.



Fuente: GAD -GONZANAMÁ
Elaboración: GAD -GONZANAMÁ

Figura 3. Estructura Organizativa Municipio De Gonzanamá

Estructura Orgánica

Directivo: Le compete tomar las decisiones, impartir las instrucciones para que ellas se cumplan, coordinar en forma general las actividades y supervigilar el eficiente cumplimiento de las mismas.

Asesor: Le corresponde prestar asistencia técnica a los niveles directivo y operativo en cuestiones de planeación, programación y proyección de las actividades municipales, en materias legales y asuntos de organización administrativa.

Operativo: Le compete la ejecución de las distintas funciones en cada os ramos propios de la actividad municipal.

6.1.4. Factor Socio-Cultural:

Se entiende por factor socio-cultural la realidad social de un medio o cultura determinada; siendo en la ciudad de Loja dentro del contexto sociocultural tenemos:

Educación

El nivel de instrucción del cantón Gonzanamá se puede define por el predominio de los niveles de primaria, secundaria y educación básica, cuyos porcentajes suman el 75% de los casos analizados. Este porcentaje se explica por el predominio de una población joven en el cantón. Por su parte, solo el 6% no posee ningún nivel de instrucción y en cuanto a la educación superior se caracteriza también por ser baja con el 6% del total.

Cuadro 9. Nivel de instrucción

NIVEL DE INSTRUCCIÓN MÁS ALTO AL QUE ASISTE O ASISTIÓ			
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	CASOS	%	ACUMULADO %
Ninguno	751	6	6
Centro de Alfabetización/(EBA)	263	2	9
Preescolar	106	1	10
Primario	5395	46	56
Secundario	1508	13	69
Educación Básica	1875	16	85
Bachillerato - Educación Media	613	5	91
Ciclo Pos bachillerato	96	1	91
Superior	688	6	97
Postgrado	37	0	98
Se ignora	272	2	100
Total	11 604	100	100

Fuente: GAD -GONZANAMA
Elaboración: SEMPLADES, 2011

Pobreza:

El análisis de la pobreza es bastante relevante para conocer la estructura del tejido social del cantón Gonzanamá. En este sentido según la tabla, se constata que el 65.61% de la población se encuentra en extrema pobreza y el 17.80% por debajo de la línea de pobreza. Solo el 10.79% se ubica por encima de la línea de pobreza.

Cuadro 10. Índice de pobreza del Cantón

Variable	Casos	Población Total	%
PERSONAS BAJO LA LINEA DE POBREZA	2263	12716	17.80
PERSONAS SOBRE LA LINEA DE POBREZA	1372		10.79
EXTREMA POBREZA	8343		65.61
EXTREMA POBREZA Y BAJO LA LINEA DE POBREZA	10606		83.41

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)
Elaboración: GAD -GONZANAMÁ

Desempleo:

Según la definición que proporciona el INEC, la tasa de desempleo es el porcentaje de la población económicamente activa que no tiene empleo

pero que busca trabajo de forma activa y que no haya sido despedida temporalmente o que tenga la esperanza de ser contratada de nuevo.

El cuadro siguiente proporciona una información importante ya que muestra que en promedio el desempleo se ubica en el 1%, lo que significa que prácticamente todas las personas se encuentran trabajando en el Cantón Gonzanamá. La menor tasa de desempleo le corresponde a Purunuma con una tasa de desempleo del 0.63, acercándose al pleno empleo; y la de mayor tasa a Gonzanamá con el 3%, valor más cercano a la media nacional del 4-6%. Valores que se corresponden con la tasa de participación global antes analizada, donde Purunuma tenía la mayor tasa de ocupación y Gonzanamá la de menor.

Cuadro 11. Tasa de desempleo

Parroquia	Desempleo	Tasa de Desempleo
GONZANAMA	28	2.99
CHANGAIMINA	19	2.13
NAMBACOLA	16	0.95
PURUNUMA	2	0.63
SACAPALCA	3	0.42
TOTAL	68	1.50

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)
Elaboración: GAD –GONZANAMÁ

Migración:

La tasa de migración por parroquias mide el porcentaje de población que ha emigrado respecto de la población total. La media parroquial se sitúa en 2.37%, esto quiere decir que de cada 100 habitantes cerca de 3 personas han emigrado a algún rincón del país o al extranjero. El valor mínimo lo tiene la parroquia de Purunuma con el 1.64% y el máximo la ciudad de Gonzanamá con el 3.33%. La distribución por genero se caracteriza por un mayor porcentaje de hombres en todas las parroquias siendo de nuevo la parroquia de Gonzanamá la de mayor porcentaje con el 4.56%.

6.1.5. Factor Tecnológico

De forma general se puede mencionar que la tecnología avanza constantemente y siempre está en proceso de innovación. En los últimos años la tecnología ha brindado una serie de alternativas que permite mejorar los procesos productivos y la prestación de servicios.

En el Ecuador, facilitar el acceso a las tecnologías y dotar de conectividad es una prioridad para los países en desarrollo ya que recientes estudios señalan que esto mejora el entorno socio-económico y las posibilidades de desarrollo.

Actualmente el Ecuador ocupa el puesto 108 en el ranking países con tecnología y según los datos del INEC el 85,1% de los hogares en el país tiene televisión y el 80,1% acceso a la telefonía móvil; además, 3 de cada 10 ecuatorianos ha ingresado a internet desde el hogar o centros de acceso público.

6.1.6. Factor Ambiental:

En actualidad la naturaleza está emitiendo signos de alerta a los que cada uno de los seres humanos debemos reaccionar. Sobre el calentamiento global, contaminación del aire y agua, deforestación y exterminio del petróleo, son algunas de las realidades científicamente comprobadas, que cada día atentan contra la vida del planeta día a día y con más intensidad en el futuro.

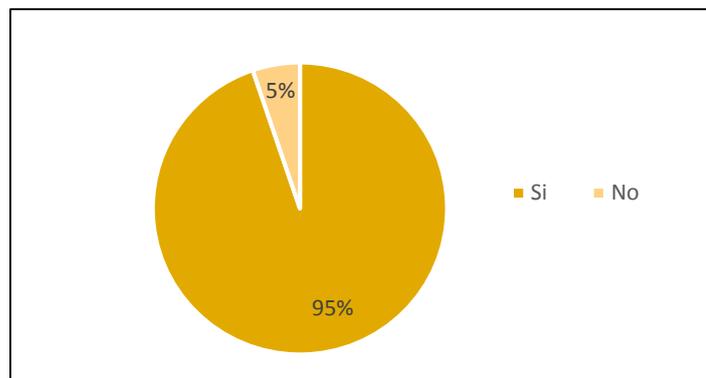
En el cantón existe ecosistemas que puedan brindar potencialmente servicios ambientales a la población dentro del territorio, con especial énfasis en: protección de fuentes de agua, protección forestal, bioconocimiento, biotecnología, cambio climático, turismo, soberanía alimentaria, protección ecosistemas frágiles.

6.1.7. Resultados De Encuesta Realizada Sobre Emprendimiento Turístico

Los resultados se han tomado en cuenta a la proyección de la población del Cantón Gonzanamá dando como resultado de 371 encuestas aplicadas de las cuales se ha obtenido los siguientes datos.

PREGUNTA 1:

¿Ha realizado alguna vez turismo en una finca?



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 2. Porcentaje de turismo en finca

Cuadro 12. Datos de respuestas a pregunta 1

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	352	94.8%
No	19	5.2%
Total	371	100

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

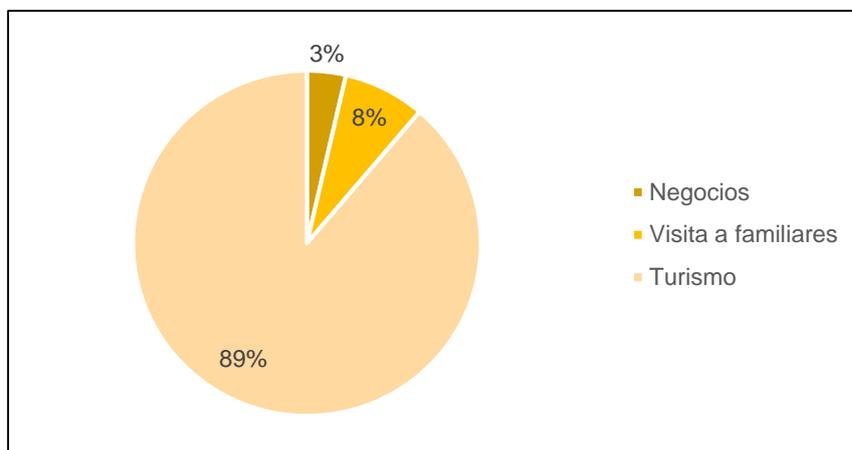
Análisis e interpretación:

Del 100% de encuestas aplicada el 94,8% estaría dispuestos a visitar una finca turística en el cantón Gonzanamá y el 5,2% se negaría a visitarla. Por lo tanto, de acuerdo a estos resultados obtenidos para la prestación de servicios turísticos en la Finca "DELITA" se puede determinar que el 94.8% de las personas encuestadas representen la demanda real del proyecto.

PREGUNTA 2:

¿Por qué motivo visita el cantón Gonzanamá?

Negocios Vistas familiares Por turismo



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 3. Porcentaje de motivo de visita

Cuadro 13. Datos de respuestas a pregunta 2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Negocios	13	3.6%
Visita a familiares	27	7.8%
Turismo	312	88.6%

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

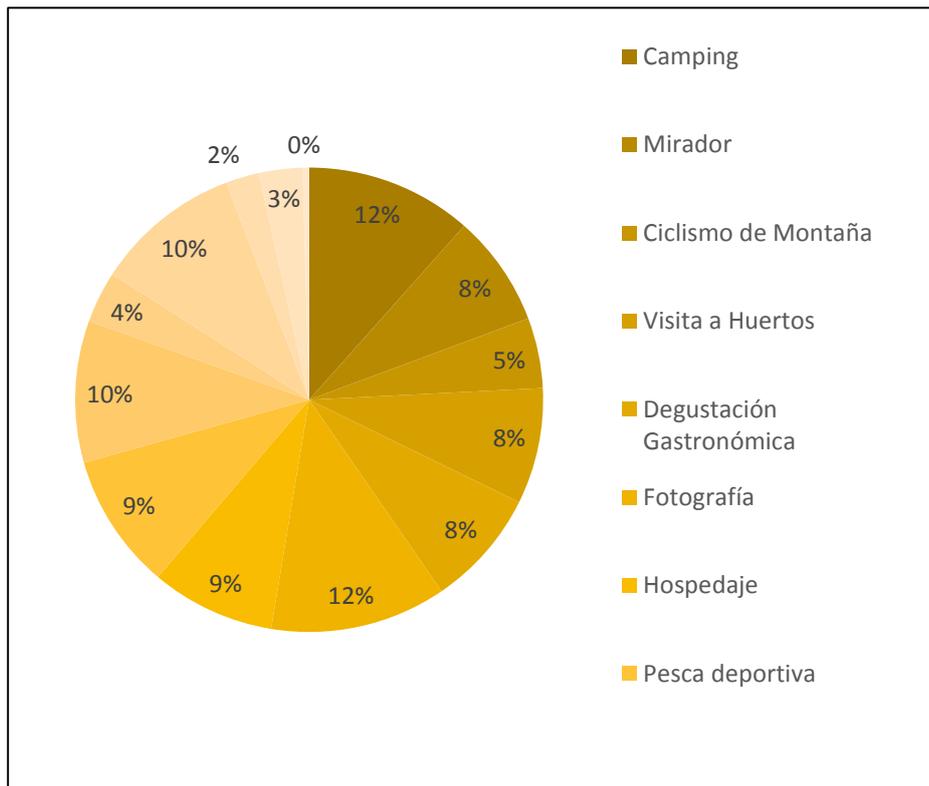
Análisis e interpretación:

Considerando el 94,8% equivalente a 352 personas de quienes estarían dispuestos a visitar la finca, el 88,6% visita el cantón Gonzanamá por turismo, el 7,8% va al lugar cuando visita a sus familiares y el 3,6% por negocios, es así que creemos que la finca puede ser explotada turísticamente.

PREGUNTA 3:

¿Qué actividad le gustaría realizar en una finca turística? (puede marcar más de una)

- | | | | |
|---|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| 1.Camping | <input type="checkbox"/> | 7.Hospedaje | <input type="checkbox"/> |
| 2.Mirador | <input type="checkbox"/> | 8.Pesca deportiva | <input type="checkbox"/> |
| 3.Ciclismo de montaña | <input type="checkbox"/> | 9.Caminatas | <input type="checkbox"/> |
| 4.Visita a huertos frutales | <input type="checkbox"/> | 10.Visitar establos de ganado | <input type="checkbox"/> |
| 5.Degustación gastronómica | <input type="checkbox"/> | 11.Cabalgatas | <input type="checkbox"/> |
| 6.Fotografía | <input type="checkbox"/> | | |
| 12.Participar en producción derivados de leche vacuna | | | <input type="checkbox"/> |
| 13.Participar en actividades agropecuarias | | | <input type="checkbox"/> |



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
 Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 4. Porcentaje de actividades en fincas turísticas

Cuadro 14. Datos de respuestas a pregunta 3

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1.Camping	189	53.7%
2.Mirador	127	36.2%
3.Ciclismo de Montaña	80	22.8%
4.Visita a Huertos	132	36.7%
5.Degustación Gastronómica	134	38%
6.Fotografía	200	56.7%
7.Hospedaje	141	40%
8.Pesca deportiva	155	44%
9.Caminatas	162	46%
10.Visita a establos	59	16.7%
11.Cabalgatas	166	47.3%
12.Producción de derivados de leche	38	10.7%
12.Actividades Agropecuarias	49	14%
13.Otros	7	2.1%

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

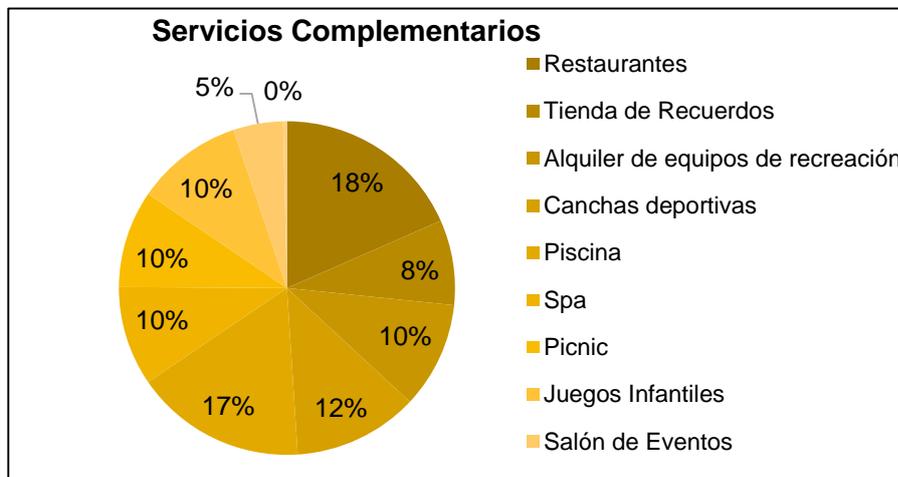
Análisis e interpretación:

De las 13 actividades planteadas el 56% desearía realizar fotografía. Un 53,7% camping; 47,3% cabalgatas, el 46% estaría dispuesto practicar caminatas; el 44% pesca deportiva, y el 40% de encuestados desea hospedaje ; la degustación de gastronomía desea el 38%, el 37,6% le gustaría visitar los huertos, el 36,2 % también desearía la presencia de miradores, el 22,8% le gustaría practicar el ciclismo de montaña, la visita a establos cuenta con un 16,7% y el 14% actividades agropecuarias el 10,7% le gustaría la existencia de producción de los derivados de la leche y tan solo el 2,1% desearía otras actividades distintas.

PREGUNTA 4:

¿Qué servicios complementarios le gustaría encontrar? (puede marcar más de una)

- | | | | |
|--------------------------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| 1. Restaurante | <input type="checkbox"/> | 6. Piscina | <input type="checkbox"/> |
| 2. Salón de Eventos | <input type="checkbox"/> | 7. Área de Spa | <input type="checkbox"/> |
| 3. Tiendas de recuerdos | <input type="checkbox"/> | 8. Área de picnic | <input type="checkbox"/> |
| 4. Alquiler de equipos de recreación | <input type="checkbox"/> | 9. Juegos infantiles | <input type="checkbox"/> |
| 5. Canchas deportivas | <input type="checkbox"/> | | |
- Otros (especifique) _____



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 5. Porcentaje de servicios complementarios

Cuadro 15. Datos de respuestas a pregunta 4

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1. Restaurantes	250	70.9%
2. Tienda de recuerdos	112	31.8%
3. Alquiler de equipos de recreación	140	39.7%
4. Canchas deportivas	163	46.4%
5. Piscina	224	63.6%
6. Spa	131	37.1%
7. Picnic	128	36.4%
8. Juegos Infantiles	140	39.7%
9. Salón de eventos	65	18.5%
Otros: Alquileres de motos y cuadrones, Discoteca	5	1.4%

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

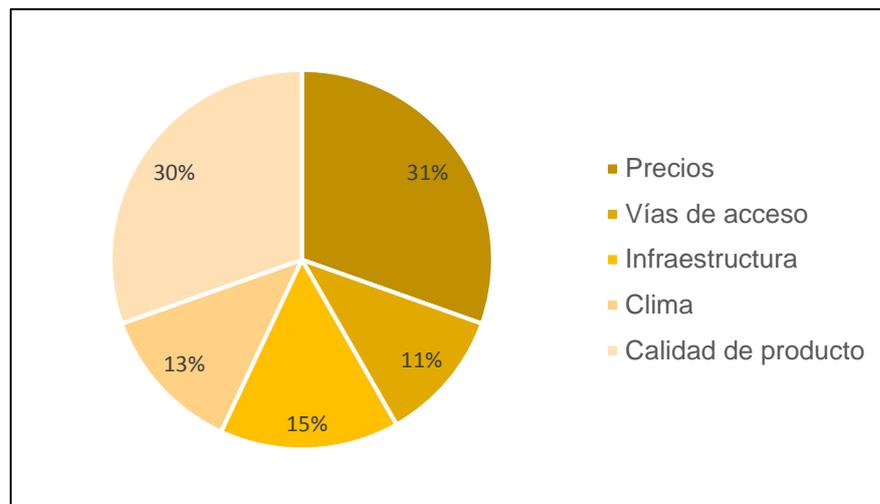
Análisis e interpretación:

El 70,9% anhela encontrar en el servicio de restaurantes, un 63,6% el gustaría encontrar en la finca piscina, el 46,4% canchas deportivas, un el 39,7% le gustaría contar con el alquiler de equipo de recreación y juegos infantiles, el 37,1% desearía el servicio de spa un 36,4% picnic, el 31,8% tienda de recuerdos el 18,5% salón de eventos y tan solo el 1,4% anhela contar con otros servicios como el alquileres de motos y cuadrones y discoteca. Con estos resultados se puede evidenciar que las actividades turísticas que mayormente demandarían los visitantes al momento de ir a la finca “DELITA” son el restaurante y la piscina.

PREGUNTA 5:

¿Cuál de los siguientes aspectos, tomaría en consideración para visitar la finca?

Precios Vías de acceso Infraestructura
Clima Calidad de Producto y Servicio



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 6. Porcentaje aspectos tomados en consideración en una finca

Cuadro 16. Datos de respuestas a pregunta 5

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precios	107	30.5%
Vías de acceso	40	11.3%
Infraestructura	54	15.2%
Clima	44	12.6%
Calidad de producto	107	30.5%

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Análisis e interpretación:

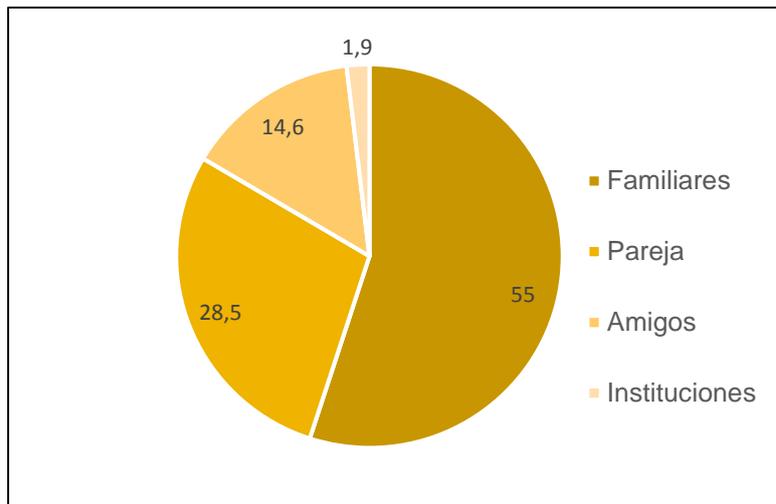
Un 55% de encuestados le gustaría visitar la finca con sus familiares, el 28,5% con su pareja un 14,6% con amigos y el 1,9% desearía viajar. Lo que refleja claramente que la mayoría de encuestados prefiere realizar su visita en compañía de familiares y su pareja.

PREGUNTA 6:

¿Con quién le gustaría visitar este lugar?

Familiares Pareja

Amigos Instituciones educativas



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 7. Porcentaje de personas con las que les gustaría visitar el lugar

Cuadro 17. Datos de respuestas a pregunta 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Familiares	194	55%
Pareja	100	28.5%
Amigos	51	14.6%
Instituciones	7	1.9%
Total	371	100%

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

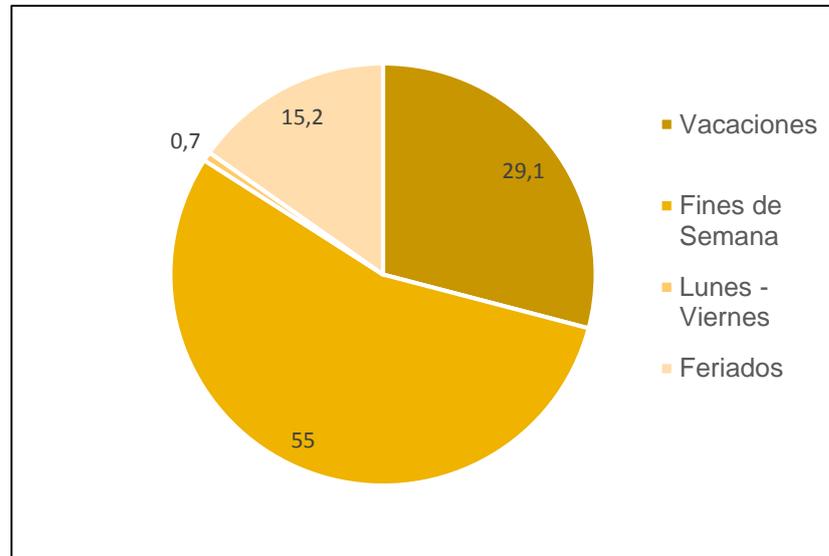
Análisis e interpretación:

Un 55% de encuestados le gustaría visitar la finca con sus familiares, el 28,5% con su pareja un 14,6% con amigos y el 1,9% desearía viajar. Lo que refleja claramente que la mayoría de encuestados prefiere realizar su visita en compañía de familiares y su pareja.

PREGUNTA 7:

¿Qué días le gustaría visitar la finca? Elija una opción

Vacaciones Fines de semana Lunes –Viernes Feriados



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 8. Porcentaje de preferencias de días de visita

Cuadro 18. Datos de respuestas a pregunta 7

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones	102	29.1%
Fin de semana	194	55%
Lunes - viernes	2	0.7%
Feriados	54	15.2%
Total	371	100%

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

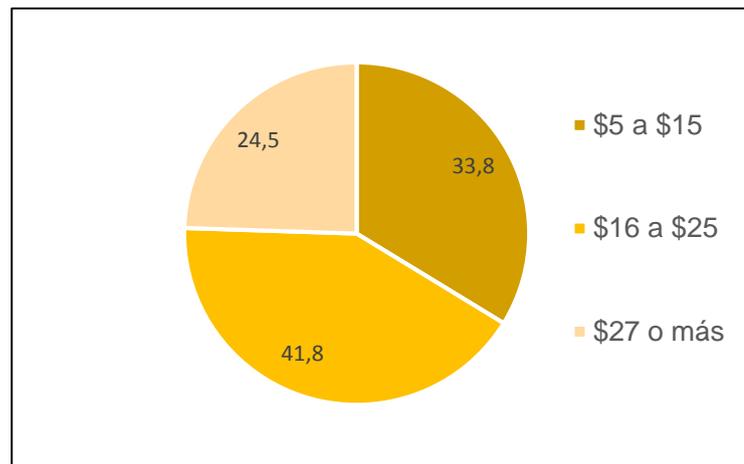
Análisis e interpretación:

La finca sería visitada los fines de semana en un 55% y el 29,1% durante las vacaciones el 15,2% en feriados y un 0,7% entre semana. Es así que los días que mayormente les gustaría ir a la finca son los fines de semana y las vacaciones.

PREGUNTA 8:

¿Cuánto estaría dispuesto a gastar al ser uso de las actividades turísticas de esta finca?

De \$5 a \$15 De \$16-\$26 De \$27 o mas



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 9. Porcentaje de valores a pagar por ingreso a finca turística

Cuadro 19. Datos de respuestas a pregunta 8

Variable	Frecuencia	Xm	F(Xm)	Porcentaje
\$5 a \$15	119	10	1190	33.8%
\$16 a \$25	147	20.5	3013.5	41.8%
\$27 o más	86	27	2322	24.5%
Total	371			100%

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

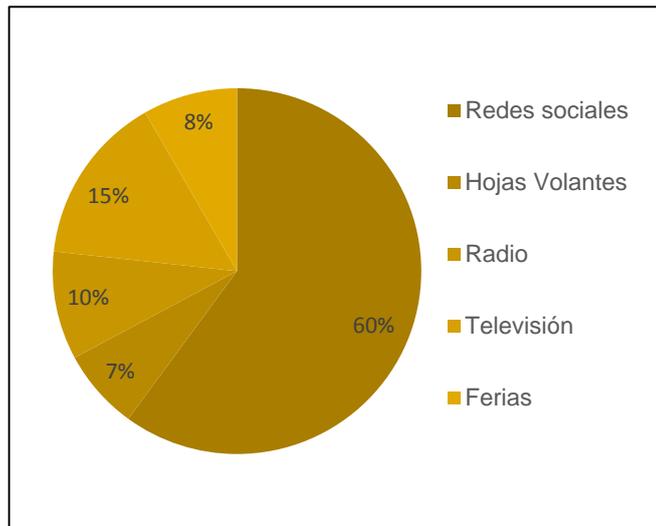
Análisis e interpretación:

Por día el 41,7% de encuestados estaría dispuesto a gastar entre \$16 a \$26 dólares, de \$5 a \$15 dólares un 33,8% y el restante que es el 24,5 %. Por lo que el promedio de gasto dentro de la finca esta entre \$16 a \$25.

PREGUNTA 9:

¿Por qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre la finca?

Redes Sociales Hojas volantes Radio
 Televisión Ferias



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
 Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 10. Porcentaje de información por medios de comunicación

Cuadro 20. Datos de respuestas a pregunta 9

INFORMACIÓN	%	CANTIDAD
Redes Sociales	211	60%
Hojas Volantes	25	7%
Radio	35	10%
Televisión	53	15%
Ferias	28	8%
Total	352	100%

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
 Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

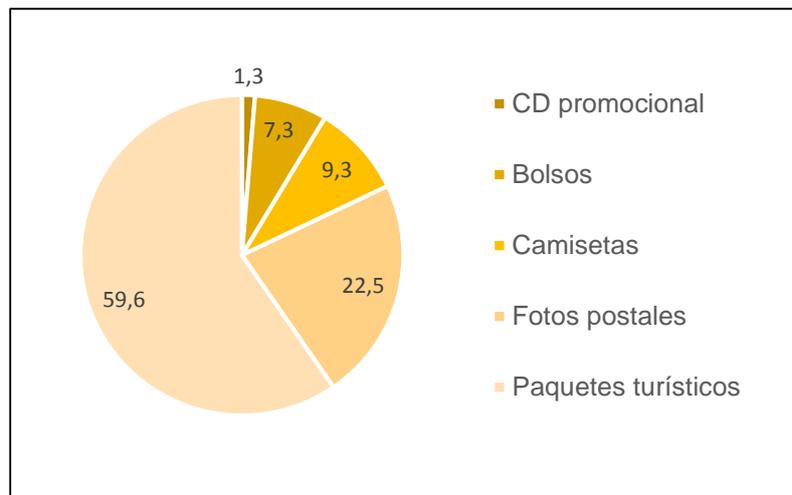
Análisis e interpretación

Para la promoción los medios de comunicación se utilizaría las redes sociales ya que el 60% de encuestados prefiere este medio, el 15% por televisión en un 10% mediante la radio el 8% por medio de ferias y el 7%a restante en hojas volante. Es así que los medios de comunicación que les gustaría recibir la información sobre la finca son las redes sociales y la televisión.

PREGUNTA 10:

¿Cómo le gustaría que se promocione la finca?

CD promocional Bolsos Camisetas Fotos
Postales Paquete turístico



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 11. Porcentaje de elementos promocionales

Cuadro 21. Datos de respuestas a pregunta 10

Variable	Frecuencia	Porcentaje
CD promocional	5	1.3%
Bolsos	26	7.3%
Camisetas	33	9.3%
Fotos postales	79	22.5%
Paquetes turísticos	209	59.6%

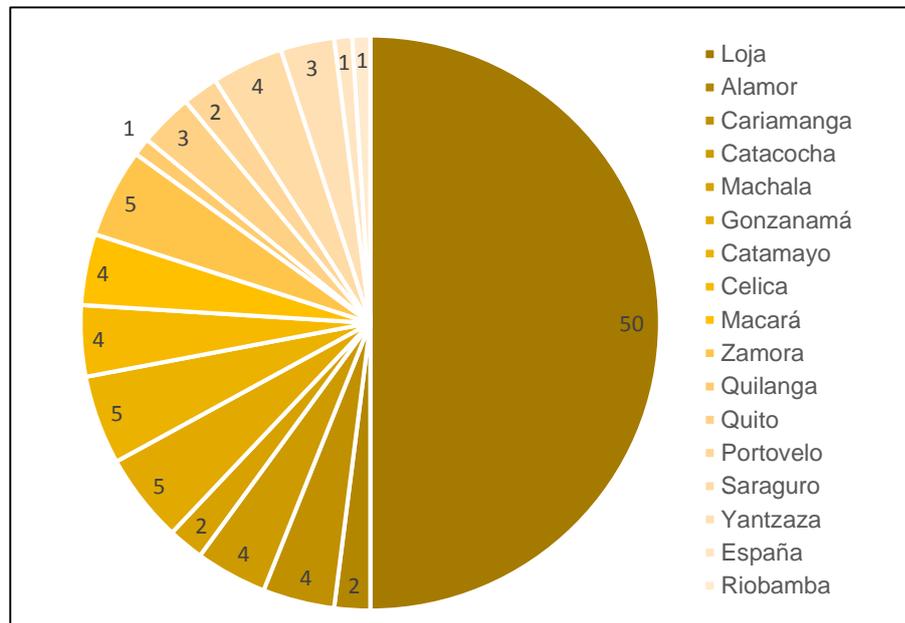
Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Análisis e interpretación

Para la promoción de la finca sería a través de paquetes turísticos ya que el 59,6% de encuestados le gustaría conocerla de esta manera el 22,5% en fotos postales el 9,3% por medio de camisetas promocionales el 7,3% a través de bolsos y el 1,3% restante por CD promocionales.

Información General

Lugar de procedencia (país /provincia/ciudad)



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
 Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 12. Porcentaje de lugar de procedencia

Cuadro 22. Datos de lugar de procedencia de encuestados

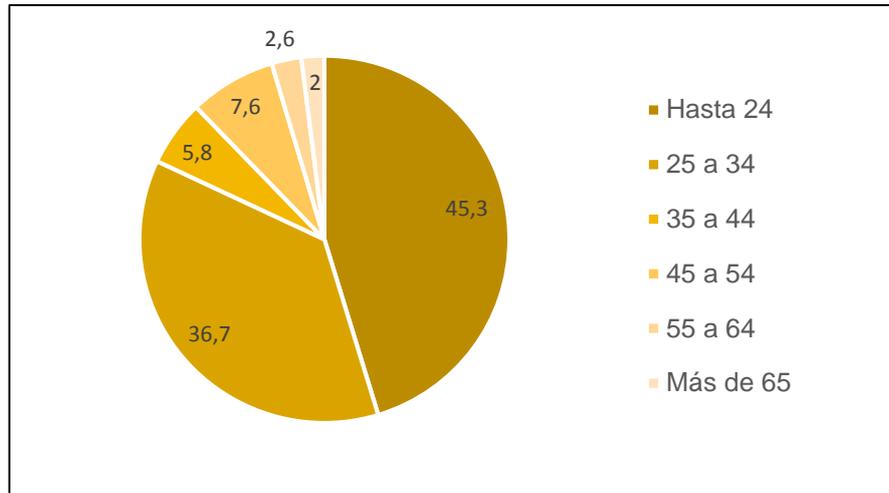
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Loja	176	50%
Alamor	7	2%
Cariamanga	14	4%
Catacocha	14	4%
Machala	7	2%
Gonzanamá	18	5%
Catamayo	17	5%
Celica	14	4%
Macará	14	4%
Zamora	18	5%
Quilanga	4	1%
Quito	10	3%
Portovelo	7	2%
Saraguro	14	4%
Yantzaza	10	3%
España	4	1%
Riobamba	4	1%
TOTAL	100%	352

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
 Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Análisis e interpretación:

El 50% de los encuestados son procedentes de la ciudad de Loja ya que este será el mercado potencial para la finca delita el resto de la población esta dispersado entre Alamor, Cariamanga, Catacocha, Machala, Gonzanamá, Catamayo, Celica, Macará, Zamora, Quilanga, Quito, Portovelo, Saraguro, Yantzaza, Riobamba y España. Con estos resultados se evidencia claramente que todas las estrategias deberán estar enfocadas a captar la demanda turística nacional principalmente de la ciudad de Loja.

Edad



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 13. Porcentaje de edades

Cuadro 23. Datos de edad de encuestados

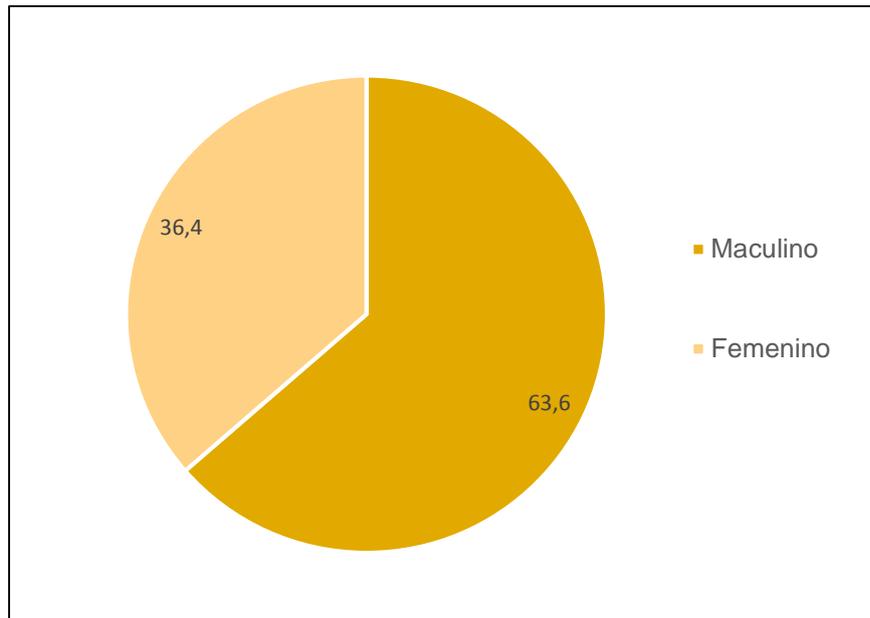
Variable	Frecuencia	Xm	F(Xm)	Porcentaje
Hasta 24	159	24	3.816	45.3%
25 a 34	129	29.5	3805.5	36.7%
35 a 44	20	39.5	790	5.8%
45 a 54	27	49.5	1336.5	7.6%
55 a 64	10	59.5	595	2.6%
Más de 65	7	65	455	2%
TOTAL	352			100%

Fuente: Rodrigo Delgado
Elaboración: Rodrigo Delgado

Análisis e interpretación:

Del 100% de las encuestas aplicadas, el 45,3% corresponde a personas de edad que oscilan hasta los 24 años; seguidamente tenemos un 36,7% en un rango de 25 a 34 años; un 7,6% están entre 35 a 44 años; un 5,8% de 35 a 44 años; un 2,6% de 55 a 64 años y finalmente un 2% desde 65 en adelante; por lo tanto, podemos determinar que el promedio de edad de turista es de 30 años, es decir un público adulto.

Género



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 14. Porcentaje de género

Cuadro 24. Datos de género de personas encuestadas

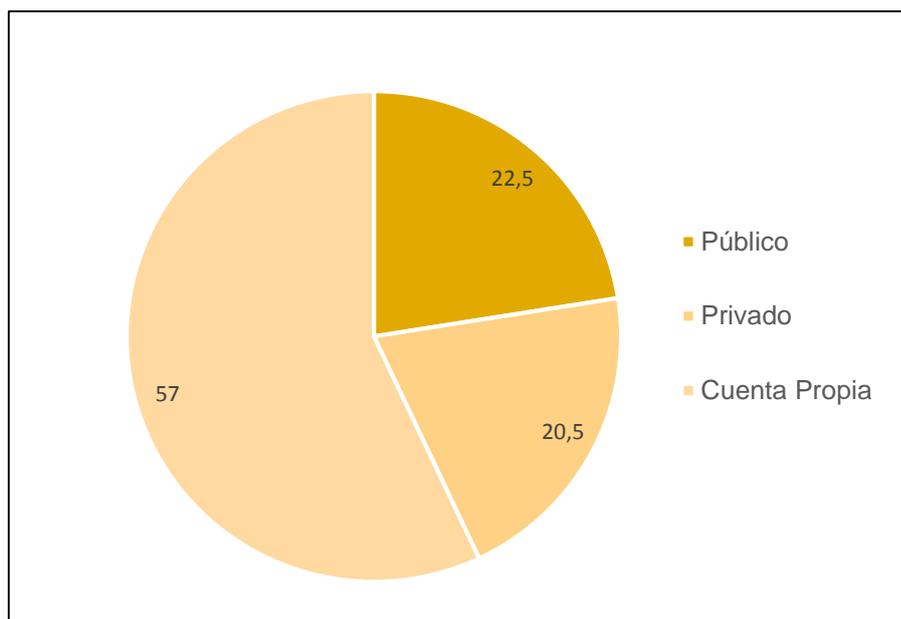
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	224	63.6%
Femenino	128	36.4%
TOTAL	352	100%

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Análisis e interpretación:

Del total de encuestas aplicadas el 63,6% comprende al género masculino y el 36,4% restante al público femenino.

Ocupación



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 15. Porcentaje de ocupación

Cuadro 25. Datos de ocupación de personas encuestadas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Público	79	22.5%
Privado	73	20.5%
Cuenta propia	200	57%
TOTAL	352	100%

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Análisis e interpretación:

Del 100% de la población el 57% menciona que tienen trabajo por cuenta propia; el 22,5% dijo que trabaja en el sector público; el 20,5% es contratado por la empresa privada, es decir los turistas que se pretende que sea la demanda efectiva tiene trabajo por cuenta propia.

6.1.2. Factor Interno

Datos generales:

- ❖ Extensión: posee 22 hectáreas.

Clima:

En la estimable extensión territorial del cantón Gonzanamá, conformado por valles, mesetas, lomas, cañadas y planicies que convergen en cumbres y montañas, donde descansan taciturnas las sierpes naturales, se registra una importante variedad de climas que van desde el tropical, en los valles de Sacapalca, Nambacola y Changaimina, hasta el templado, en las mesetas y el frío en las estribaciones y montañas de Purunuma y Gonzanamá.

Temperatura:

La temperatura promedio es de 17.3°C

Límites

Norte: camino público que conduce a Saguila

Sur: Quebrada denomina "La Banda" que divide terrenos de la propiedad de los herederos Virgilio Herrera y del Convento Parroquial

Este: con la carretera que conduce al barrio "La Banda"

Oeste: Con propiedad de los señores Máximo, Floro, Salvador, y Graciela Carrión, continua con terreno de Vicente Carrión y señor Benigno Carrión

Flora

Cuadro 26. Flora

Nombre Común	Nombre Científico	Familia
ESPECIES FORESTALES		
Pino	Pinus	Pinaceae
Eucalipto	Eucaliptus	Myrtaceae
Faique		Fabaceae
Porotillo	Phaseolus Vulgaris	Fabaceae
Poroto	Phaseolus Vulgaris	Fabaceae
Yuca	Manihot Esculenta	Euphorbiaceae
Maíz	Gramineas	Gramíneas
Guineo	Musa Paradisiaca	Musaceae
Café	Coffea arabaica	Rubiaceae
Uvillas	Vitis/Vinifera	Solanáceas
ESPECIES FRUTALES		
Limón	Citrus aurantifolia	Rutacea
Chirimoya	Annona cherimola	Annonaceae
Naranja	Citrus sinensis	Rutacea
Mandarina	Citrus nobilis	Rutacea
Guaba	Inga edulis	fabáceas

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Fauna

Cuadro 27. Fauna

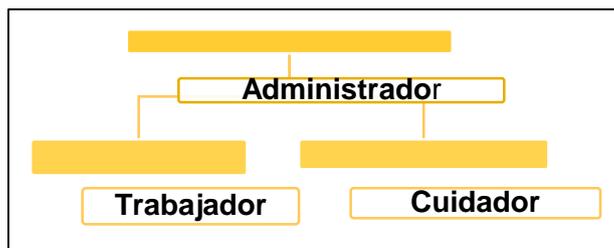
Nombre Común	Nombre Científico	Familia
Aves de corral	Gallus gallus	Phasianidae
Ganado vacuno	Bóvidos	Bóvidos
Ganado porcino	Sus scrofa domesticus	Suidae
Yegua	Equus ferus caballus	équidos
cuyes	Cavia porcellus	Caviidae

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Estructura de la Finca DELITA

En la Finca Delita se encuentra como administrador la Lic. Elva Bravo; que para el cuidado de los cultivos y ganado cuenta con una familia que vive en el lugar.



Fuente: Rodrigo Delgado
Elaboración: Rodrigo Delgado

Figura 16. Organigrama estructural actual de la finca

Cuadro 28. Trabajadores de la Finca "Delita"

Nombre	Cargo
Lic. Elva Bravo	Administrador
Sra. América Torres	Trabajador
Sr. Santos Correa	Cuidador

Fuente: Rodrigo Delgado
Elaboración: Rodrigo Delgado

Dentro de las actividades económicas de la finca; la más importante es la producción y venta de maíz, poroto, chirimoya y yuca;

La finca no cuenta con todos los servicios básicos entre ellos se pueden nombrar uno de los más importantes es el alcantarillado; con el resto de servicios básicos con que si cuenta es el de energía eléctrica y agua potable.

El lugar no cuenta con servicio de internet, pero cuenta con la señal para telefonía móvil Claro y Movistar.

En cuanto a lo ambiental se puede decir que la finca se encuentra en óptimas condiciones

Reseña Histórica de la Finca

La Finca "Delita" era una hacienda de 50 hectáreas que perteneció al Sr. Ricardo Costa que en los años 50 contrae matrimonio con la Sra. Delia

Carrión; años más tarde el Sr. Ricardo fallece, quedando como heredera universal la Sra. Delia, dividió la hacienda en 5 partes cuatro de estas las dio a sus hermanos; en 1964 doña Delia se casa con el Sr. Franco Bravo de dicha unión tienen dos hijos uno de estos es la Sra. Elva que desde el 2008 hasta la actualidad es propietaria de la finca.

Se encuentra ubicada a 2050 msnm, cuenta con una extensión de 22 hectáreas de las cuales 2 hectáreas están destinadas a la producción faunística, en 320 m² se encuentra la casa donde se puede apreciar objetos familiares antiguos, además de una gallera. La mayor parte de la casa de la finca es utilizada para el ganado vacuno; a Otro dato muy importante es que por medio de la finca atraviesa la cascada y agua sulfurosas La Banda que es un atractivo consolidado en la planta turística del cantón.

Análisis General de la Finca

La finca posee características especiales para desarrollar la actividad turística debido a su ubicación y fácil acceso; pero no se ha desarrollado por falta de oportunidades de insertarse en el mercado turístico; para ello en el presente proyecto se propone algunos productos y servicios turísticos que pueden implementarse en la finca y aprovechar su máximo potencial que es el espacio.

Para trasladarse a la finca, se puede tomar el transporte en camionetas de la cooperativa 30 de septiembre cuyo costo es de \$2,00, o se puede realizar un recorrido a pie de 15 minutos para llegar al lugar desde el parque de la ciudadela plazoleta Loja.

Entre los servicios de apoyo que se encuentran cerca de la finca encontramos un UPC que pertenece a la parroquia Gonzanamá, una Gasolinera a 1km de la Finca; mecánica de autos a una distancia de 3 km; en cuanto a salud encontramos una el centro de salud a 3 km de distancia.

6.1.3. Análisis de las entrevistas aplicadas

Para realizar el análisis interno de la Finca “DELITA” y conocer su situación actual fue necesario la realización de entrevistas; este cuestionario fue aplicado a tres personas como se muestra a continuación:

Entrevista N°1

Datos informativos: Lcda. Elva Isabel Bravo Carrión.

Cargo: Propietaria

Fecha de aplicación: 07 de noviembre del 2018

La finca “DELITA” viene trabajando alrededor de 40 años, la principal actividad que se realiza dentro de ella es el cultivo de maíz, este producto es un referente dentro de la finca.

Las actividades que se realizan dentro de la finca se las financian a través de la mano de obra además de prestaciones de entidades bancarias como son Ban Ecuador.

Las actividades turísticas que se llevan a cabo dentro de la finca es principalmente la gallera con la que cuenta, además de su sitio privilegiado y de todas las actividades que se pueden realizar entre estos podemos nombrar; la recolección de frutos, maíz, chirimoyas además cerca de la finca se cuenta con una cascada de agua natural que permite ser un lugar con potencial turístico.

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

Entrevista N°2

Datos informativos: Sr. Santos Correa

Cargo: Cuidador y Peón

Fecha de aplicación: 09 de noviembre del 2018

La Finca DELITA tiene potencial turístico especialmente por la ubicación, ya que se encuentra a 2km del centro del Cantón Gonzanamá y cuenta con una vía con el acceso hasta dentro de la Finca a más de ello con todos los atractivos que cuenta la finca dentro y a su alrededor, pero dicho potencial aún no se ha logrado desarrollar, ya que la propietaria de la finca desconoce los beneficios que puede proporcionar el turismo.

El plan de negocios de la Finca DELITA que se está elaborando sería un buen aporte ya que dentro de este lugar no existe ningún proyecto enfocado hacia el sector turístico.

Entrevista N°3

Datos informativos: Sra. América Torres

Cargo: Cuidado y crianza de animales

Fecha de aplicación: 09 de noviembre del 2018

Las principales actividades que se desarrolla dentro de la finca son la ordeña de ganado, sembrío y cultivo de legumbres y hortalizas, además de árboles frutales, las ventajas son los réditos económicos tanto para los propietarios y las personas que cuidan la finca.

Con el plan de negocios que se está elaborando se podrá aportar a la economía del sector y así poder mejorar el estilo de vida con la que cuentan los habitantes de este lugar.

6.1.4. Fichas de resumen de atractivos internos.

Ficha N° 1. Criadero de Tilapias

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Criadero de Tilapias		Jerarquía: III
CATEGORÍA: Atractivos Naturales	TIPO: Rios	SUBTIPO: Obras de Ingeniería
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Gonzanamá	LOCALIDAD: La Banda
 <p>Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo</p>		<p>UBICACIÓN: Se ubica dentro de la Finca DELITA, en el barrio La Banda de la parroquia Gonzanamá.</p> <p>GEORREFERENCIACIÓN: Latitud Sur: -4.216454° Longitud Oeste: -79.435519°</p>
<p>DESCRIPCIÓN: Es una poza que tiene tres metros de hondo, y de 12x5 de largo, en ella se da la producción y crianza de tilapias la cual cuenta con más de 2000 especies.</p>		
<p>RECOMENDACIONES: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía • Observación 		

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Ficha N° 2. Casa de campo

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Casa de Campo		JERARQUÍA: II
CATEGORÍA: Manifestación Cultural	TIPO: Arquitectura	SUBTIPO: Infraestructura cultural
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Gonzanamá	LOCALIDAD: La Banda
		<p>UBICACIÓN: Se ubica dentro de la Finca DELITA, en el barrio La Banda de la parroquia Gonzanamá.</p> <p>GEORREFERENCIACIÓN: Latitud Sur: -4.218654° Longitud Oeste: -79.435493°</p>
<p>Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo</p>		
<p>DESCRIPCIÓN: Es una casa hecha de adobe y ladrillo. Casa de Campo: Esta ubicada dentro de la finca, cuenta con 2 habitaciones y una cocina, en la parte posterior cuenta con baño y una amplia gallera.</p>		
<p>RECOMENDACIONES: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía • Cabalgatas • Camping 		

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Ficha N° 3. Gallera

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Gallera		JERARQUÍA: II
CATEGORÍA: Manifestación Cultural	TIPO: Acontecimientos Programados	SUBTIPO: Eventos Deportivos
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Gonzanamá	LOCALIDAD: La Banda



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

UBICACIÓN:

Se ubica dentro de la Finca DELITA, en el barrio La Banda de la parroquia Gonzanamá.

GEORREFERENCIACIÓN:

Latitud Sur: -4.218647°
Longitud Oeste: -79.435616°

DESCRIPCIÓN:

Está ubicada dentro de la finca en la parte interna de la casa de campo.
Gallera: Establecimiento donde se realiza el deporte de las plumas, (peleas de gallos).

RECOMENDACIONES:

Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda y zapatos cómodos.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS:

Se puede realizar actividades como:

- Caminatas
- Fotografía

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Ficha N° 4. Cascada y aguas sulfurosas

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada y Aguas Sulfurosas de La Banda		JERARQUÍA: II
CATEGORÍA: Atractivo Natural	TIPO: Ríos	SUBTIPO: Cascada
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Gonzanamá	LOCALIDAD: La Banda
 <p>Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo</p>		<p>UBICACIÓN: Se ubica junto de la Finca DELITA, en el barrio La Banda de la parroquia Gonzanamá.</p> <p>GEORREFERENCIACIÓN: Latitud Sur: -4.220592° Longitud Oeste: -79.434366°</p>
<p>DESCRIPCIÓN: Es una Cascada que se encuentra cerca del centro de la urbe. Cascada La Banda: Es un atractivo del Cantón Gonzanamá en donde principalmente afluyen los turistas en temporada de carnaval.</p>		
<p>RECOMENDACIONES: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía • Cabalgatas • Camping 		

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.1.5. Fichas de inventario de atractivos externos

Ficha N° 5. Mirador la cruz

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Mirador La Cruz		JERARQUÍA: II	
CATEGORÍA: Cultural	Manifestación	TIPO: Arquitectura	SUBTIPO: Monumento
PROVINCIA: Loja		CANTÓN: Gonzanamá	LOCALIDAD: Gonzanamá
		UBICACIÓN: Se ubica en la parte alta del Cantón Gonzanamá.	
		GEORREFERENCIACIÓN: N: Latitud Sur: -4.230454° Longitud Oeste: -79.431615°	
Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo			
DESCRIPCIÓN: Es un monumento de una cruz. Mirador la Cruz: Es un mirador que se encuentra en la parte alta del Cantón, en donde se puede observar todo el Cantón.			
RECOMENDACIONES: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, bloqueador solar.			
ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Se puede realizar actividades como: <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Vista Panorámica 			

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Ficha N° 6. Redondel de la vaca

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Redondel de la Vaca		JERARQUÍA: II
CATEGORÍA: Manifestación Cultural	TIPO: Arquitectura	SUBTIPO: Monumentos
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Gonzanamá	LOCALIDAD: Gonzanamá



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

UBICACIÓN:

Se ubica a la entrada del Cantón Gonzanamá.

GEORREFERENCIACIÓN:

Latitud Sur: -4.229178°
Longitud Oeste: -79.432518°

DESCRIPCIÓN:

Monumento.

Redondel de la Vaca: Es un monumento que se encuentra ubicado al ingreso del Cantón Gonzanamá.

RECOMENDACIONES:

Se recomienda llevar: Cámara fotográfica.

ACTIVIDADES TURÍSTICAS:

Se puede realizar actividades como:

- Caminatas
- Fotografía

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Ficha N° 7. Parque de la ciudadela Plazoleta Loja

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Parque de la Ciudadela Plazoleta Loja		JERARQUÍA: II
CATEGORÍA: Manifestación Cultural	TIPO: Arquitectura	SUBTIPO: Monumentos
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Gonzanamá	LOCALIDAD: Gonzanamá
		<p>UBICACIÓN: Se ubica en la vía principal de acceso al Cantón.</p> <p>GEORREFERENCIACIÓN: Latitud Sur: -4.229474° Longitud Oeste: -79.433559°</p>
<p>Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo</p>		
<p>DESCRIPCIÓN: Plaza. Parque de la Ciudadela Plazoleta Loja: Plaza ubicada dentro del Cantón donde existe mayor influencia de personas.</p>		
<p>RECOMENDACIONES: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, bloqueador solar.</p>		
<p>ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía 		

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Ficha N° 8. Casa del pueblo

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Casa del Pueblo		JERARQUÍA: II
CATEGORÍA: Manifestación Cultural	TIPO: Arquitectura	SUBTIPO: Histórica Vernácula
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Gonzanamá	LOCALIDAD: Gonzanamá
		<p>UBICACIÓN: Se ubica dentro del casco céntrico del Cantón.</p> <p>GEORREFERENCIACIÓN: Latitud Sur: -4.230572° Longitud Oeste: -79.435878°</p>
<p>Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo</p>		
<p>DESCRIPCIÓN: Casa Patrimonial. Casa del Pueblo: Es una casa patrimonial construida de tapia, propiedad de Manuel Carrión.</p>		
<p>RECOMENDACIONES: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica.</p>		
<p>ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía 		

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Ficha N° 9. Bi Santuario Señor del Buen Suceso

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bi-Santuario del Señor del Buen Suceso		JERARQUÍA: III
CATEGORÍA: Manifestación Cultural	TIPO: Acervo cultural y popular	SUBTIPO: Fiestas religiosas, tradicionales y creencias populares.
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Gonzanamá	LOCALIDAD: Gonzanamá
		<p>UBICACIÓN: Se ubica en el centro del Cantón.</p> <p>GEORREFERENCIACIÓN: Latitud Sur: -4.230158° Longitud Oeste: -79.436021°</p>
<p>Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo</p>		
<p>DESCRIPCIÓN: Bi-santuario (iglesia) Bi-Santuario del Señor del Buen Suceso: Es una iglesia en donde se realizan actividades religiosas entre estas las más importantes, El señor del Buen Suceso, La Virgen del Carmen, es por ello que se le denomina Bi-Santuario.</p>		
<p>RECOMENDACIONES: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica.</p>		
<p>ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía • Observación de esculturas 		

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Ficha N° 10. Parque Central

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Parque Central		JERARQUÍA: III
CATEGORÍA: Manifestación Cultural	TIPO: Acontecimientos programados	SUBTIPO: Eventos artísticos
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Gonzanamá	LOCALIDAD: Gonzanamá
		<p>UBICACIÓN: Se ubica en la parte Central del Cantón Gonzanamá.</p> <p>GEORREFERENCIACIÓN: Latitud Sur: -4.230763° Longitud Oeste: -79.435390°</p>
<p>Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo</p>		
<p>DESCRIPCIÓN: Parque. Parque Central: Es un Parque nuevo y modernizado que cuenta con piletas y monumentos de personajes ilustres del Cantón.</p>		
<p>RECOMENDACIONES: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, bloqueador solar.</p>		
<p>ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía • Área de Descanso 		

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Ficha N° 11. Complejo Ferial Señor del Buen Suceso

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Complejo Ferial Señor del Buen Suceso		JERARQUÍA: III
CATEGORÍA: Manifestación Cultural	TIPO: Acontecimientos programados	SUBTIPO: Eventos artísticos
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Gonzanamá	LOCALIDAD: Gonzanamá
		<p>UBICACIÓN: Se ubica a la salida del Cantón Gonzanamá en la vía que conduce hacia Calvas.</p> <p>GEORREFERENCIACIÓN: Latitud Sur: -4.227647° Longitud Oeste: -79.439588°</p>
<p>Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo</p>		
<p>DESCRIPCIÓN: Plaza de Ganado y plaza de toros Complejo Ferial Señor del Buen Suceso: Es un lugar en donde realizan actividades ganaderas, ferias de ganado, además de la feria agrícola ganadera en donde se realiza el rodeo de toros.</p>		
<p>RECOMENDACIONES: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda, bloqueador solar.</p>		
<p>ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía • Cabalgatas • Degustación gastronómica • Observación de espectáculos 		

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Ficha N° 12. Pailas Rotas

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Pailas Rotas		JERARQUÍA: II
CATEGORÍA: Atractivo Natural	TIPO: Ríos	SUBTIPO: Río
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Gonzanamá	LOCALIDAD: Santa Bárbara
		<p>UBICACIÓN: Se ubica en el Barrio Santa Bárbara.</p> <p>GEORREFERENCIACIÓN: Latitud Sur: -4.246824° Longitud Oeste: -79.447765°</p>
<p>Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo</p>		
<p>DESCRIPCIÓN: Atractivo Natural. Pailas Rotas: Atractivo recién potenciado que se encuentra en el Barrio Santa Bárbara.</p>		
<p>RECOMENDACIONES: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía • Camping • Senderismo 		

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Ficha N° 13. Cerro Colambo

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cerro Colambo		JERARQUÍA: II
CATEGORÍA: Atractivo Natural	TIPO: Montañas	SUBTIPO: Alta montaña
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Gonzanamá	LOCALIDAD: Purunuma
 <p>UBICACIÓN: Se ubica en el Barrio Purunuma.</p> <p>GEORREFERENCIACIÓN: Latitud Sur: -4.233127° Longitud Oeste: -79.398370°</p>		
<p>Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo</p>		
<p>DESCRIPCIÓN: Atractivo Natural. Cerro Colambo: Su nombre se debe al coloso Colambo, que tiene la figura de una Enorme Cabeza de Serpiente que alinea la ondulada rocosa de la cordillera de Sabanilla, se levanta a 3097 m s. n. m.</p>		
<p>RECOMENDACIONES: Se recomienda llevar: Cámara fotográfica, ropa cómoda, bloqueador solar y zapatos cómodos.</p>		
<p>ACTIVIDADES TURÍSTICAS: Se puede realizar actividades como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Fotografía • Camping • Escalada 		

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.1.6. Matriz FODA

Cuadro 29. Matriz FODA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ubicada en la urbe del cantón. ❖ Disponibilidad de terreno (22 H). ❖ Gran producción de flora. ❖ Propietarios interesados para la actividad turística. ❖ Sirve para la producción se fauna. ❖ Vista paisajista ❖ Vías de acceso lastradas. ❖ Cuenta con servicios básicos como luz y agua. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Poca actividad turística. ❖ Falta de señalética. ❖ Falta de proyectosturísticos. ❖ No cuenta con los servicios de alcantarillado e internet ❖ Desconocimiento de la Finca por los turistas. ❖ Promoción turística deficiente.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Emprendimientos y crecimiento turístico. ❖ Sector reconocido por la producción de los derivados de leche. ❖ Inexistencia de fincas dedicadas al turismo. ❖ Atractivos turísticos cercanos a la finca. ❖ PEA es joven ❖ Actividades del sector agrícola y ganadera. ❖ Interés en el sector turístico por las autoridades del cantón y el país. ❖ Avances tecnológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Migración por los pobladores nativos. ❖ Pérdida de identidad cultural. ❖ Movilidad de turistas por inexistencia de servicios turísticos en el cantón.

Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.1.4.1. Análisis De La Matriz MEFI

Después de la elaboración de la matriz FODA, analizaremos la siguiente matriz que es de evaluación de los factores internos, es decir, de las fortalezas y las debilidades que posee la finca delita mediante el siguiente procedimiento:

Cuadro 30. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

Factores Internos	Ponderación	Calificación	Resultados
FORTALEZAS			
Ubicada en la urbe del cantón.	0,1	4	0,4
Disponibilidad de terreno (22 H).	0,09	4	0,44
Gran producción de flora.	0,22	3	0,75
Propietarios interesados para la actividad turística.	0,07	3	0,21
Sirve para la producción se fauna.	0,05	3	0,15
Vista paisajista	0,06	3	0,18
Vías de acceso lastradas.	0,05	4	0,2
Cuenta con servicios básicos como luz y agua.	0,14	4	0,56
DEBILIDADES			
Poca actividad turística.	0,04	1	0,05
Falta de señalética.	0,05	2	0,12
Falta de proyectos turísticos.	0,02	2	0,04
No cuenta con los servicios de alcantarillado e internet	0,04	1	0,04
Desconocimiento de la Finca por los turistas.	0,02	1	0,02
Promoción turística deficiente.	0,05	1	0,05
TOTAL	1	36	3,21

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Interpretación: Una vez analizada y evaluada la matriz de factores internos se obtuvo como resultado 3,21 lo que significa que las fortalezas son mayores a las debilidades, sin embargo, se debe proponer estrategias que permitan aprovechar y reforzar las fortalezas para evitar las debilidades.

6.1.4.2. Análisis de la matriz MEFE

Después de la elaboración de la matriz FODA, analizaremos los factores externos que influyen en el desempeño de la organización, para lo cual evaluaremos las oportunidades y amenazas por la parte externa que involucra a la finca y al final de la calificación sacaremos el resultado adecuado.

Cuadro 31. Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE)

Factores Externos	Ponderación	Calificación	Resultados
OPORTUNIDADES			
Emprendimiento y crecimiento turístico	0,09	4	0,36
Sector reconocido por la producción de los derivados de leche.	0,2	3	0,6
Inexistencia de fincas dedicadas al turismo.	0,08	4	0,32
Atractivos turísticos cercanos a la finca.	0,09	3	0,27
PEA es joven	0,2	4	0,8
Actividades del sector agrícola y ganadera.	0,07	3	0,21
Interés en el sector turístico por las autoridades del cantón y el país.	0,05	3	0,15
Avances tecnológicos.	0,04	3	0,12
AMENAZAS			
Migración por los pobladores nativos.	0,05	1	0,05
Pérdida de identidad cultural	0,08	2	0,16
movilidad de turistas por inexistencia de servicios turísticos en el catón	0,05	1	0,05
TOTAL	1	31	3,09

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Interpretación: Una vez analizada y evaluada la matriz de factores externos se obtuvo como resultado 3.09 que significa que las oportunidades son mayores que las amenazas, sin embargo, se debe proponer estrategias que permitan aprovechar las oportunidades de mejor forma y estrategias para evitar en lo mayor posible las amenazas y de esta manera mejorar la calidad de vida y servicio que rodea el atractivo turístico con el fin de brindar seguridad y bienestar.

6.1.4.3. Matriz de estrategias

Cuadro 32. Matriz de Estrategias

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS (F)</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES (D)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Ubicada en la urbe del cantón. ❖ Disponibilidad de terreno (22 H). ❖ Gran producción de flora. ❖ Propietarios interesados para la actividad turística. ❖ Sirve para la producción se fauna. ❖ Vista paisajista ❖ Vías de acceso lastradas. ❖ Cuenta con servicios básicos como luz y agua. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Poca actividad turística. ❖ Falta de señalética. ❖ Falta de proyectosturísticos. ❖ No cuenta con los servicios de alcantarillado e internet ❖ Desconocimiento de la Finca por los turistas. ❖ Promoción turística deficiente.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES (O)</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS F.O.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS D.O.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Emprendimientos y crecimiento turístico. ❖ Sector reconocido por la producción de los derivados de leche. ❖ Inexistencia de fincas dedicadas al turismo. ❖ Atractivos turísticos cercanos a la finca. ❖ PEA es joven ❖ Actividades del sector agrícola y ganadera. ❖ Interés en el sector turístico por las autoridades del cantón y el país. ❖ Avances tecnológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Diseño de paquete turístico. (F2, F4, F6, F7, O1,O3,O4,O7,O8) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Implementación del servicio de alimentación (D1, O1, O3, O7, O8)
<p style="text-align: center;">AMENAZAS (A)</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS F.A.</p>	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS D.A.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Migración por los pobladores nativos. ❖ Pérdida de identidad cultural. ❖ Movilidad de turistas por inexistencia de servicios turísticos en el cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar la promoción y difusión turística de la finca "DELITA". (F1,F4,F7,F8,A3) 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Implementar el servicio de recreación. (D1, D3, A1)

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.2. Proponer un plan de negocios para productos turísticos de la finca “DELITA” de la parroquia Gonzanamá.

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

6.2.1. Descripción del Negocio

La finca “DELITA” localizada en la parroquia Gonzanamá, al noroccidente del cantón Gonzanamá; es una propiedad familiar que inició sus operaciones hace más de 50 años y que en la actualidad se ha dedicado únicamente a la producción agropecuaria, crianza de ganado vacuno y aves de corral.

La idea de emprender en el ámbito turístico en la finca “DELITA” surge como iniciativa de los propietarios hace algunos años atrás y como consecuencia del descubrimiento de nuevas necesidades en el mercado actual dentro de la zona, que bien podrían satisfacerse mediante el ofrecimiento de un servicio adecuado y aprovechando los recursos turísticos que hay sin desarrollas dentro y cerca de la finca.

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

Dentro de los servicios que pretende ofrecer son fotografía, cabalgatas, alimentación y venta de paquetes turísticos, la prestación de estos servicios le permitirá a la finca ser un nuevo espacio turístico, donde el visitante o

turista podrá degustar de una variada gastronomía y a la vez tendrá la posibilidad de disfrutar de la naturaleza con la que cuenta este lugar, logrando satisfacer las expectativas y necesidades con las que cuentan las personas que van a visitar este lugar.

Nombre del negocio

El negocio que se pretende llevar a cabo es familiar; se denomina finca “DELITA”, nombre establecido por una de las propietarias y hace mención a la madre y ex propietaria de la finca.

Visión

Ser reconocido para el 2023 como una empresa líder a nivel Provincial y Nacional, como una finca turística, que presta un trabajo sólido y profesional, con calidad humana y principios éticos, que ofrece servicios y productos de excelencia a sus clientes y brinda posibilidades de desarrollo a nuestra comunidad.

Misión

Satisfacer las necesidades de los turistas, ofreciendo alimentos y servicios con la más alta calidad, en un espacio natural que permita el descanso y recreación de todas las personas que ingresan a las instalaciones para lograr el desarrollo económico y social de la comunidad.

Marca de la finca

La marca está elaborada con algunas actividades que se pueden desarrollar en la finca, los colores utilizados son representativos de la naturaleza que existe en el lugar.



Fuente: Trabajo de campo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 17. Marca

El diseño de la marca está enfocado en las actividades que se pueden desarrollar dentro de la finca “DELITA”.

Logotipo: El nombre de Finca “DELITA” en honor a la madre de la propietaria en el nombre presenta un árbol el cual se define la naturaleza que rodea la finca, la olla y los cubiertos representa el servicio de alimentación que se brindara en la finca, el caballo representa una de las actividades que se podrán desarrollar dentro de la finca

Slogan: El slogan que promocionara e identificara a la finca es “aventura y naturaleza en un solo lugar”, este nos muestra que es un lugar donde se puede realizar actividades recreativas en un entorno natural.

Aventura y naturaleza en un solo lugar

Valores corporativos

- ❖ **Honestidad:** Este valor nos servirá para desarrollar las actividades y las relaciones entre el personal que labora en la Finca y así poder

desenvolver un ambiente de confianza y prestar los servicios apegados siempre al principio de la integridad.

- ❖ **Respeto:** Actuar con respeto y cordialidad ante los clientes y todo el personal de trabajo, principalmente entre los miembros de trabajo y más aun con cada uno de los turistas.
- ❖ **Responsabilidad:** Prestar un servicio de calidad enfocado principalmente en satisfacer las necesidades de los clientes, mediante la calidad del servicio.
- ❖ **Seguridad:** Garantizar el bienestar del cliente y del personal que labora en la finca en la realización de cada actividad y servicio con el que presta la Finca.
- ❖ **Servicio:** Brindar una actitud respetuosa y cordial ante las necesidades que puedan requerir nuestros clientes.
- ❖ **Profesionalismo:** Ejecutar cada una de las tareas asignadas sin escatimar tiempo y esfuerzo.

Objetivos del negocio

- Brindar satisfacción al cliente por la calidad de servicios turísticos que ofrece la finca.
- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes ofreciendo servicio de calidad y eficiente.
- Posicionarse como la mejor finca turística en el sur de la provincia.

Estrategias empresariales

- Posicionarse en el mercado mediante publicidad la misma que permita consolidar la imagen de la finca.
- Ofertar promociones en fechas especiales y de acuerdo a la temporada del negocio.
- Innovar continuamente en los productos y servicios que se ofrece para ofertar variedad a los clientes.

- Ejecutar convenios con entidades a fin de aumentar la demanda de turistas.
- Incentivos al personal ofreciendo oportunidades de crecimiento y superación.

6.2.2. Estudio de Mercado

El estudio del mercado es una parte fundamental para desarrollar el plan de negocio de la finca “DELITA”. La información que se obtendrá en este estudio determinará la viabilidad del proyecto dentro de la parte técnica y financiera.

Análisis de la Demanda

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

❖ Perfil del Visitante.

A través de la aplicación de las encuestas se obtuvo el perfil del visitante que acudirá a la finca “DELITA”, siendo en su mayoría turistas regionales principalmente de las ciudades de Loja, Zamora Chinchipe y de los cantones Cariamanga, Catamayo, Saraguro y Catacocha principalmente con un promedio de edad hasta los 24 años mayoritariamente de género femenino, siendo la principal ocupación personas que trabajan por cuenta propia y en cierto porcentaje empleados públicos, la visita a la finca la realizarán con sus familiares, las principales actividades que les agrada realizar son fotografía, camping, cabalgatas. El visitante para ir a la finca considera principalmente la calidad del producto y los precios, la visita la realizarán principalmente el fin de semana y en temporada de vacaciones, con un promedio de gasto que va desde los 16\$ a 25\$, al momento de recibir información de la finca el visitante prefiere que sea por medio de redes sociales y medios televisivos.

❖ Demanda Potencial

Para poder establecer la demanda potencial se ha tomado en cuenta el total de población de estudio.

Para poder proyectar la población se ha tomado en cuenta la tasa de crecimiento de la Provincia de Loja que equivale al 2,27% hasta el año 2010 según datos proporcionados por el INEC.

La proyección de la demanda potencial se la indicara en el siguiente recuadro:

Cuadro 33. Demanda Potencial

Año	PVC	Tasa de Crecimiento 2,27 %	Demandantes Potenciales
0	10,969	2,27 %	10,969
1	10,969	2,27%	11,218
2	11,218	2,27%	11,473
3	11,473	2,27%	11,733
4	11,733	2,27%	11,999
5	11,999	2,27%	12,271

Fuente: Instituto nacional de estadísticas y censos (INEC)

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

❖ Demanda Real

La proyección de la demanda real se ha proyectado de acuerdo a la pregunta 1 de la encuesta aplicada, ¿Ha realizado alguna vez turismo en una finca?, en donde el 94.8% manifestó haber realizado turismo en una finca.

Cuadro 34. Demanda Real

Año	Demandantes Potenciales	Demandantes Reales 94,8%
0	10.969	10,398
1	11,218	10,634
2	11,473	10,876
3	11,733	11,122
4	11,999	11,375
5	12,271	11,632

Fuente: Instituto nacional de estadísticas y censos (INEC)

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

❖ Demanda Efectiva

Para determinar la demanda efectiva se ha considerado la pregunta 2 donde el 88.6% manifestó que estaría dispuesto a visitar la finca por turismo.

Cuadro 35. Demanda Efectiva

Año	Demanda real 94,8%	Demanda efectiva 88,6%
0	10,398	9,212
1	10,634	9,421
2	10,876	9,636
3	11,122	9,854
4	11,375	10,078
5	11,632	10,305

Fuente: Instituto nacional de estadísticas y censos (INEC)
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.2.2.1. Análisis de la Oferta

De acuerdo al trabajo de campo realizado se ha logrado determinar que el entorno en donde se pretende desarrollar el presente proyecto no existe competidor alguno que brinde este tipo de servicios que va ofrecer la finca "DELITA", es decir este tipo de oferta en el sitio aún no se encuentra consolidada, razón por la cual la oferta para el proyecto sería 0.

Cuadro 36. Demanda Real

Año	Demanda Efectiva	Oferta	Demanda insatisfecha
0	10,398	0	10,398
1	10,634	0	10,634
2	10,876	0	10,876
3	11,122	0	11,122
4	11,375	0	11,375
5	11,632	0	11,632

Fuente: Instituto nacional de estadísticas y censos (INEC)
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.2.2.2. Marketing mix

El marketing mix se establece de mercado fundamentándose en el análisis de las cuatro “P”, producto, precio, place y promoción, además sirve para posicionar los servicios en el mercado objetivo.

❖ Producto

Uno de los productos que ofrecerá la finca “DELITA” será un paquete de un día (Full Day), el mismo que permitirá tener una experiencia interactiva con la naturaleza, con varias alternativas de recreación con servicios de restaurante para el consumo de diferentes platos que se ofrecerá.

La finca “DELITA” brindara además el servicio de restauración, donde se preparará comida típica de la zona, utilizando productos orgánicos que se cultivan en este lugar; ofreciendo así al cliente una exquisita gastronomía para que sus visitantes se sientan como en casa.

Además, la finca “DELITA” contará con un espacio para fotografía donde cada persona podrá tomarse cualquier tipo de fotografía y una vista panorámica hacia la ciudad desde la finca.

La calidad del producto será determinada por el servicio brindado dentro de la finca, para ello contara con personal ampliamente capacitado y confiable en cada una de las áreas, los servicios están dirigidos a todo tipo de turistas con el fin de brindar un buen servicio y así poder incrementar la demanda.

❖ Precio

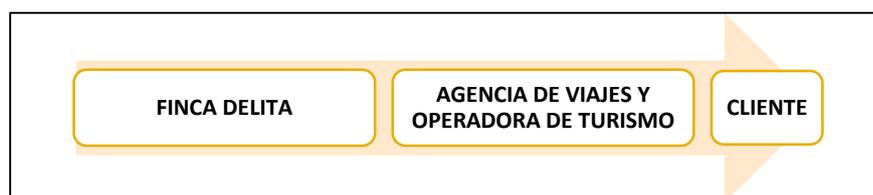
Para el paquete turístico el precio se establecerá de acuerdo a las actividades y servicios que se brindará, se acogerá al margen de utilidad que se espera por la finca.

El paquete que se va ofertar tendrá un valor de \$30,00 dólares por pax; este valor se lo considera razonable y accesible para los futuros turistas que solicitaran de este servicio.

Se adoptará la idea de realizar descuentos y promociones en grupos grandes o en temporadas en las que existe alto flujo de visitantes, para así impulsar a sus clientes a que puedan consumir el producto que se le ofrecerá.

❖ Distribución

Para la venta de paquetes turísticos se utilizará las redes sociales, para poder dar a conocer los servicios que se ofertara, además de visitar diferentes instituciones para poder brindar a grupos información y venta directa, es decir que el turista llegue a las instalaciones y pueda palpar lo que se le va a ofrecer.



Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 18. Canal de Distribución

Productor: El productor es la finca “DELITA” ya que es a quien el cliente solicita los servicios y esta cuenta con la capacidad para ofrecer diferentes productos.

Cliente: Se refiere a todos y cada uno de los visitantes que harán uso de las instalaciones y servicios que se ofrece en la finca “DELITA”.

❖ **Promoción**

En épocas de mayor demanda sean feriados o fines de semana se ofertará a los clientes un descuento del 5% en un cierto límite de consumo, con el fin de aumentar la afluencia de visitas dentro de nuestra finca.

La promoción se la realizara mediante redes sociales, ya que es un mecanismo de fácil acceso para todas las personas por tal motivo se realizará para aumentar la afluencia de visitantes.

Con el fin de ejecutar los resultados adquiridos dentro del primer objetivo; en esta sección se dará cumplimiento al primer objetivo estratégico:

Elaboración de la promoción y difusión para la Finca “DELITA”

Para la difusión en el mercado la finca “DELITA” utilizara redes sociales, entre estas Instagram, Facebook, que son las redes más utilizadas hoy en día para poder realizar la promoción y dar información de la finca.

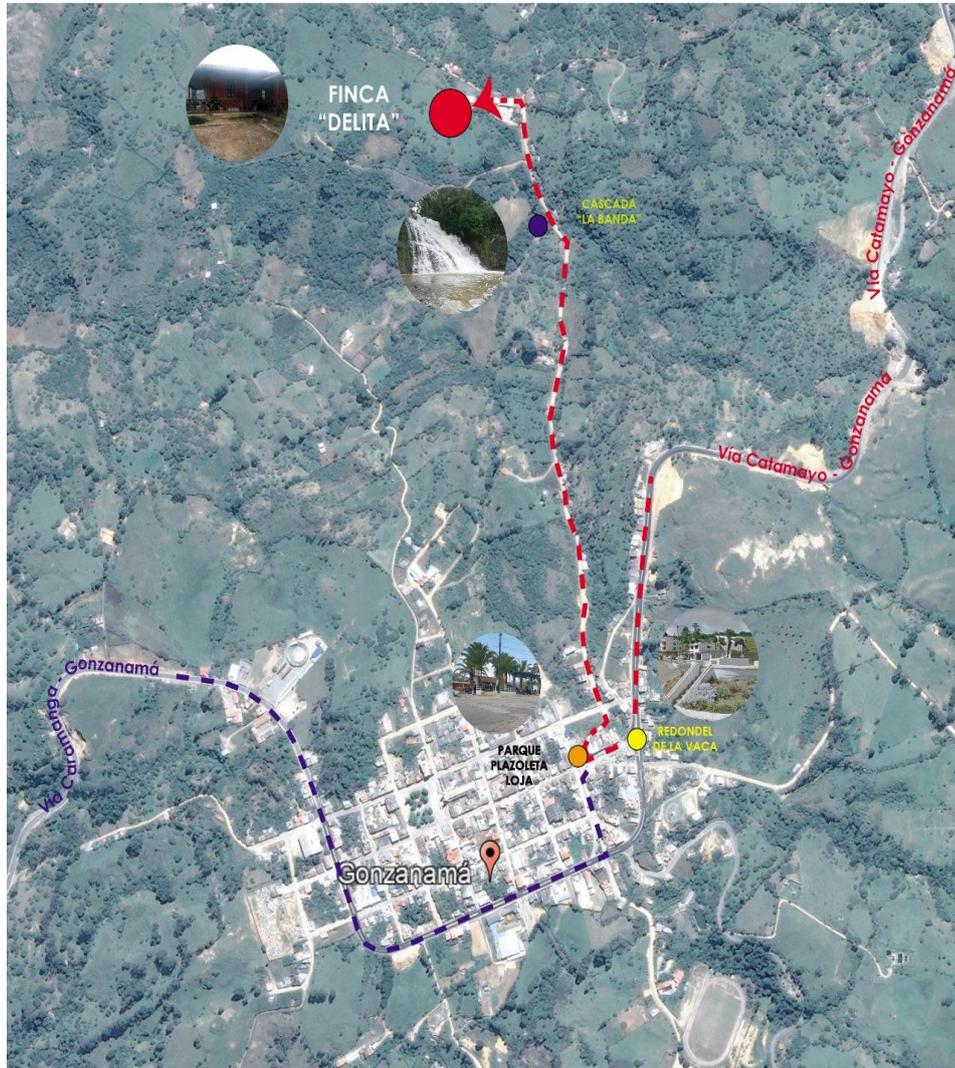
6.2.3. Estudio Técnico

En el estudio técnico se describen los requerimientos físicos que se necesitaran para el funcionamiento del negocio y todo lo referente al proceso productivo que se va realizar.

En esta parte se dará cumplimiento a los objetivos estratégicos: Implementar infraestructura adecuada para la prestación del servicio de alimentación, elaborar un paquete turístico para la finca “DELITA” y realizar la promoción y difusión turística de la finca “DELITA”.

Ubicación del Proyecto La finca “DELITA” se encuentra ubicada en el barrio La Banda de la Parroquia Gonzanamá perteneciente al Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja. Este lugar cuenta con características

especiales que cuenta con la naturaleza en todo su alrededor que hace que sea muy acogedor y permite realizar la actividad turística.



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

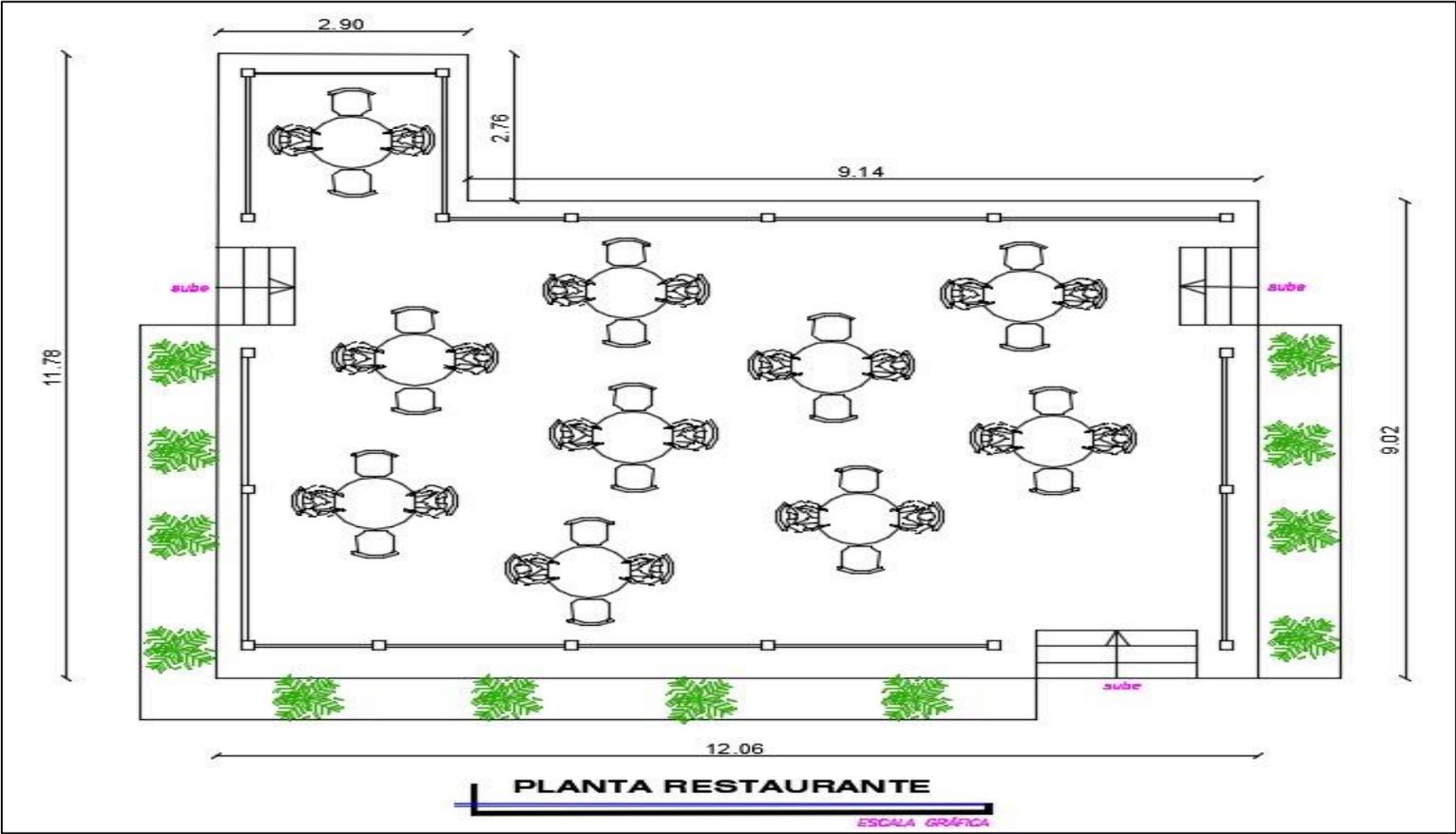
Figura 19. Ubicación Finca "Delita"

6.2.4. Desarrollo de los Objetivos Estratégicos

6.2.4.1. Objetivo Estratégico N° 1: Implementación del servicio de Alimentación.

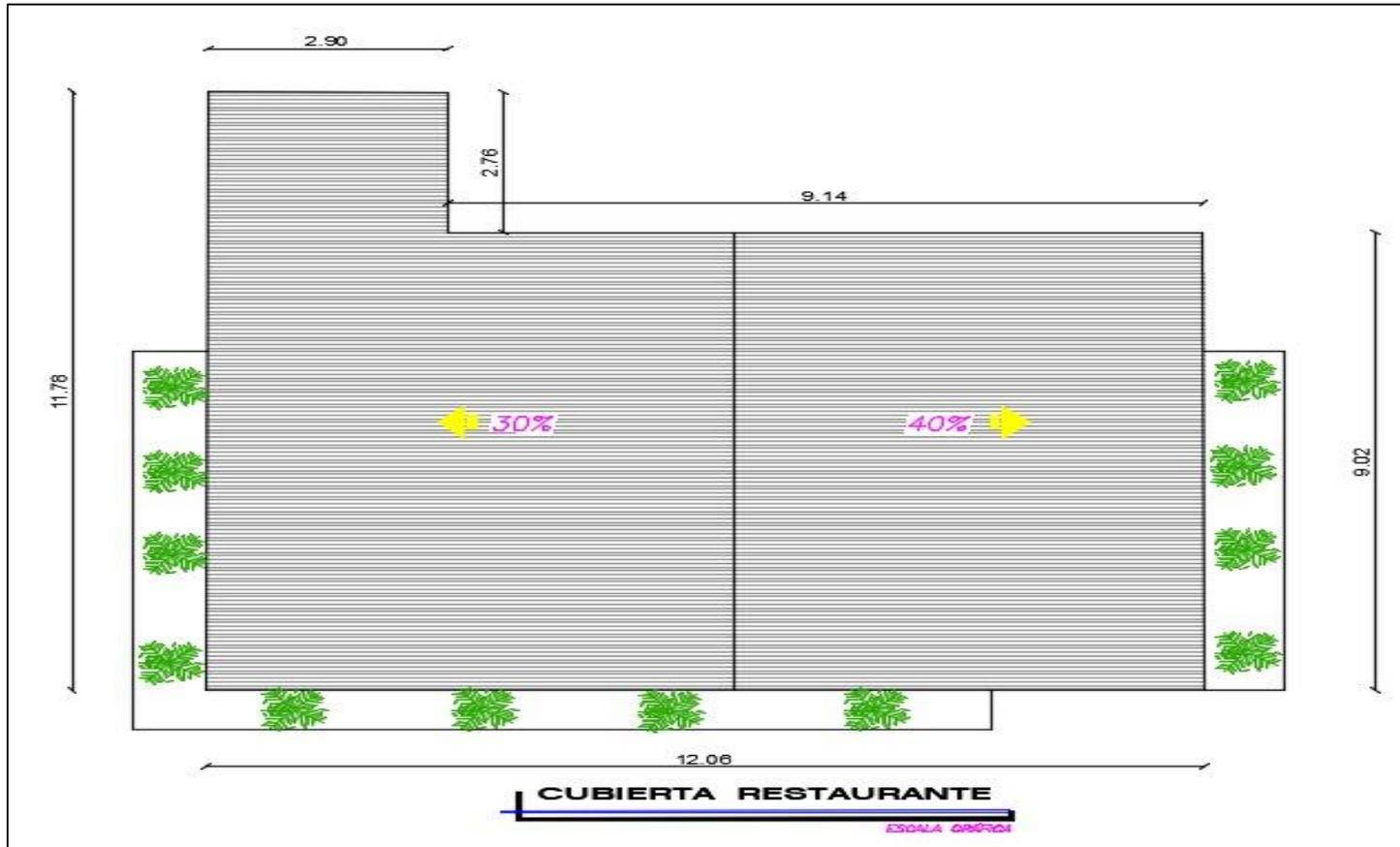
Con la finalidad de promover el desarrollo de la actividad turística en la finca “DELITA” se prevé la implementación de un restaurante para brindar platos exclusivos de la zona, a más de los productos que se producen dentro de la finca.

DISEÑO RESTAURANTE:



Fuente: observación de campo
Elaboración: Arq. Patricia Isabel Delgado Bravo

Figura 20. Planta arquitectónica restaurante



Fuente: observación de campo
 Elaboración: Arq. Patricia Isabel Delgado Bravo

Figura 21. Planta de cubierta restaurante



Fuente: observación de campo
Elaboración: Arq. Patricia Isabel Delgado Bravo

Figura 22. Fachada restaurante



Fuente: observación de campo
Elaboración: Arq. Patricia Isabel Delgado Bravo

Figura 23. Render restaurante

Descripción del restaurante.

La idea de la implementación del restaurante se lo realizará de un diseño rustico, este será construido en parte con materiales propios del lugar como es la madera, material que permitirá darle un estilo ecológico, el color será el propio de la madera lacado, la decoración de la realizará acorde al paisaje en donde será la construcción, la construcción de este servicio se dividirá en:

Cuadro 37. Inversión del restaurante

Terrenos y construcciones	Cantidad	\$ Unitario	Importe	IVA	TOTAL
Restaurante	118,34(m2)	\$200	\$23.668	\$2.840	\$26.508
Parqueadero	362,33(m2)	\$5	\$1.812	\$217	\$2.029
Cocina	44,94(m2)	\$280	\$12.583	\$1.510	\$14.093
Baños	5,16(m2)	210	\$1.084	\$130	\$1.214

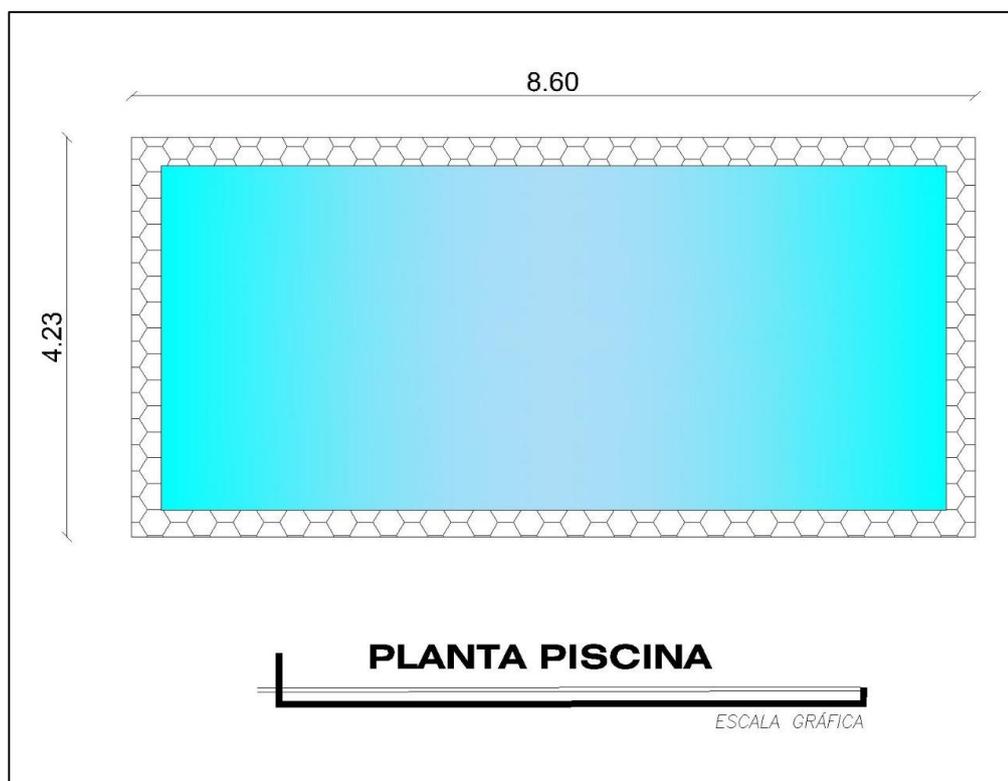
Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.2.4.2. Objetivo Estratégico N°2: Implementar el servicio de recreación.

Para poder promover el desarrollo turístico dentro de la Finca “DELITA” se implementará el servicio de recreación (piscina) para poder brindar servicios adicionales en donde puedan distraerse sus visitantes.

Diseño de Piscina



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 24. Planta de piscina



Fuente: observación de campo
Elaboración: Arq. Patricia Isabel Delgado Bravo

Figura 25. Vista 3D piscina

Descripción de la piscina

La idea de la implementación de la piscina servirá para la recreación de sus visitantes, este será construido con cerámica, material que permitirá darle un color acorde a la naturaleza que se encuentra en su alrededor, la construcción de este servicio se dividirá:

Cuadro 38. Presupuesto piscina

Terrenos y construcciones	Cantidad	\$ Unitario	Importe	IVA	TOTAL
Piscina	36,55	\$300	\$10.965	\$1.316	\$12.281
Vestidores	19,86	210	\$4.171	\$500	\$4.671

Fuente: Arq. Patricia Isabel Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.2.4.3. Objetivo Estratégico N° 3: Diseño de paquete turístico

Con la finalidad de potenciar los atractivos existentes en la finca “DELITA” complementando de igual manera con los atractivos existentes alrededor de ella; se ha creado un paquete turístico, para el cual se diseñará el correspondiente itinerario adjuntando el presupuesto del paquete.

Cuadro 39. Itinerario

	
FULL DAY FINCA “DELITA” AVENTURA Y NATURALEZA EN UN SOLO LUGAR	
ITINERARIO	
HORA	ACTIVIDAD
08H00	Desayuno en el restaurante Finca “Delita”
09H00	Visita a la iglesia central del Cantón Gonzanamá
10H00	Recorrido por el Parque central de Gonzanamá
10H45	Refrigerio
11H00	Recorrido hasta el mirador de la Cruz
12H30	Retorno a la Finca “DELITA”.
13H00	Almuerzo en la finca “DELITA”.
14H00	Recorrido dentro de las instalaciones y guianza donde se explicara cada uno de los servicios que cuenta la finca.
15H00	Recorrido por las plantaciones de maíz, chirimoya.
16H00	Visita a la cascada “La Banda” (fotografía)
16h15	Refrigerio
16H30	Observación de flora y fauna con las que cuenta la finca (fotografía).
17H15	Observación del Cerro El Ahuaca, y vista panorámica del Cantón Gonzanamá.
FIN DE NUESTROS SERVICIOS	

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Guion Turístico

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

Guion Full Day AVENTURA Y NATURALEZA EN UN SOLO LUGAR.

Buenos días, les doy la más cordial bienvenida a la finca "DELITA" mi nombre es Rodrigo Delgado y en esta mañana tengo el grato honor de ser su guía, les indicare los lugares que están dentro de nuestro itinerario y si existe alguna duda o pregunta será un placer poder servirles y ayudarles en todas las inquietudes.

- 08H00** Desayuno en el restaurante Finca "Delita"
- 09H00** Visita a la iglesia central del Cantón Gonzanamá
- 10H00** Recorrido por el Parque central de Gonzanamá
- 10H45** Refrigerio
- 11H00** Recorrido hasta el mirador de la Cruz
- 12H30** Retorno a la Finca "DELITA".
- 13H00** Almuerzo en la finca "DELITA".
- 14H00** Recorrido dentro de las instalaciones y guianza donde se explicará cada uno de los servicios que cuenta la finca.
- 15H00** Recorrido por las plantaciones de maíz, chirimoya.
- 16H00** Visita a la cascada "La Banda" (fotografía)
- 16h15** Refrigerio
- 16H30** Observación de flora y fauna con las que cuenta la finca (fotografía).
- 17H15** Observación del Cerro El Ahuaca, y vista panorámica del Cantón Gonzanamá.



FIN DE NUESTROS SERVICIOS

Figura 26. Paquete Turístico

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

➤ **Que llevar**

- Cámara fotográfica.
- Ropa ligera.
- Gorra, gafas y ropa de baño.
- Protector solar.
- Repelente.

➤ **El paquete incluye:**

- Alimentación
- Desayuno
- Almuerzo.
- Guía.
- Transporte

➤ **El paquete no incluye:**

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

Cuadro N° 40. Costos del paquete turístico

CONCEPTO		PRECIO
Costos generales del paquete		
Guianza		5,00
Transporte		3,00
Total costos generales		\$8,00
Costos Individuales por pax		
Desayuno		\$2,50
Almuerzo		\$5,00
Piscina		\$2,00
Fotografía		\$1,00
Total costos individuales por pax		\$10,50
Totales		
Costos generales del paquete		\$8,00
Costos individuales por pax		\$10,50
Utilidad 50%		\$9,25
Impuesto 12%		\$2,22
Total precio paquete		\$29.97
Precio venta al publico		\$ 30 ,00

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

❖ **Capacidad Instalada**

Cuadro 41. Capacidad instalada

CAPACIDAD INSTALADA			
DENOMINACIÓN	CAPACIDAD	Total, por año (365 días)	PORCENTAJE
Paquete Turístico	10	3650	100%

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

La capacidad instalada es lo máximo que se puede atender al año; es decir corresponde al 100% de la capacidad.

❖ Capacidad Utilidad.

La capacidad utilizada es el porcentaje que realmente voy atender al año.

Capacidad del paquete turístico.

Cuadro 42. Capacidad utilizada de paquete turístico

CAPACIDAD UTILIZADA PAQUETE TURÍSTICO		
CAPACIDAD	DIAS AL AÑO	TOTAL AL AÑO
10	208	2080

Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Para sacar la capacidad utilizada del paquete turístico nos basamos en los paquetes turísticos que vamos a vender cada semana y lo multiplicamos por el número de semanas del año y así nos dará el resultado de la capacidad utilizada para el paquete turístico.

6.2.4.4. Objetivo Estratégico N°3 Realizar la promoción y difusión turística de la finca “DELITA”.

Para dar a conocer en el mercado a la finca “DELITA” se utilizará el internet como medio de difusión, se creará sitios web y se formará parte de las redes sociales más utilizadas hoy en día (Facebook, Instagram), dentro de estos espacios se dará a conocer todos los servicios con lo que la finca cuenta. Con el propósito de promocionar la imagen de la finca y posicionarla en la mente de sus clientes, se elaborará fotos postales y tarjetas de presentación que serán entregadas a los turistas durante su visita.

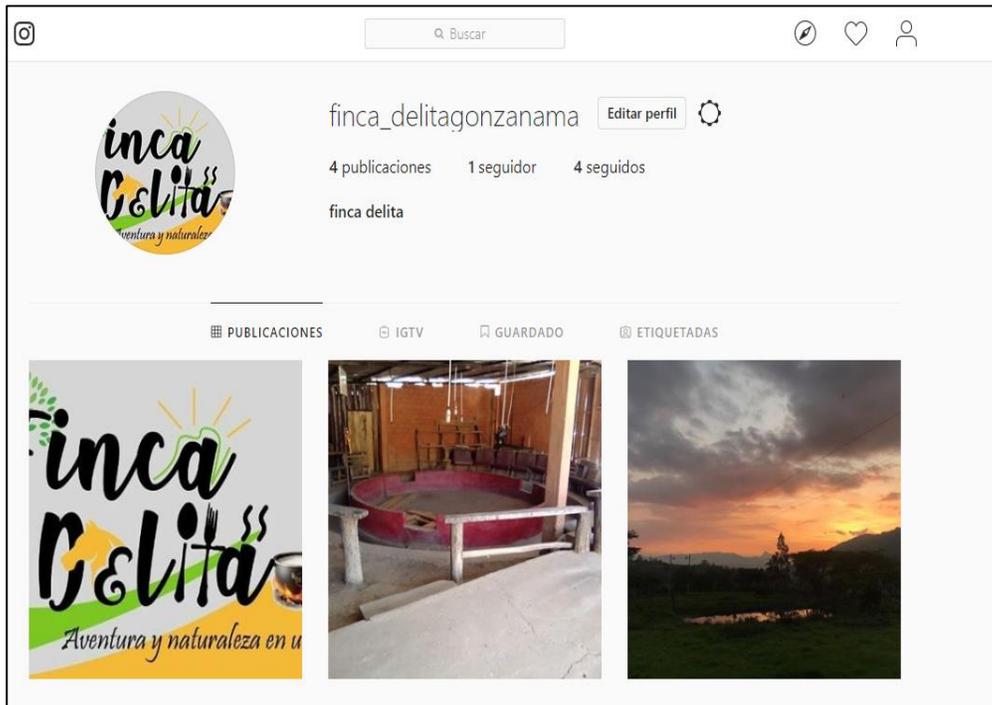
Red social Facebook



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 27. Red Social Facebook

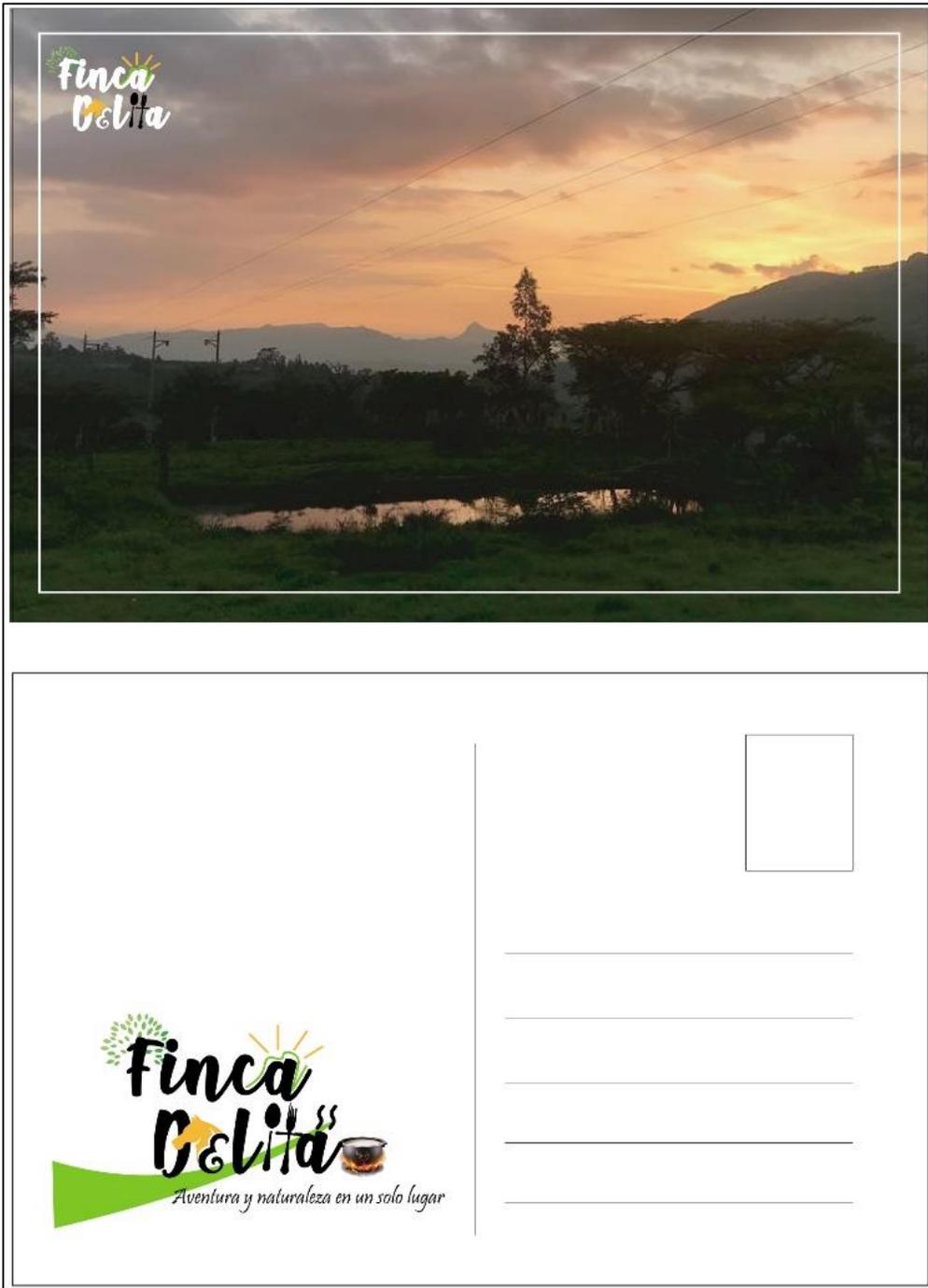
Red social Instagram



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 28. Red Social Instagram

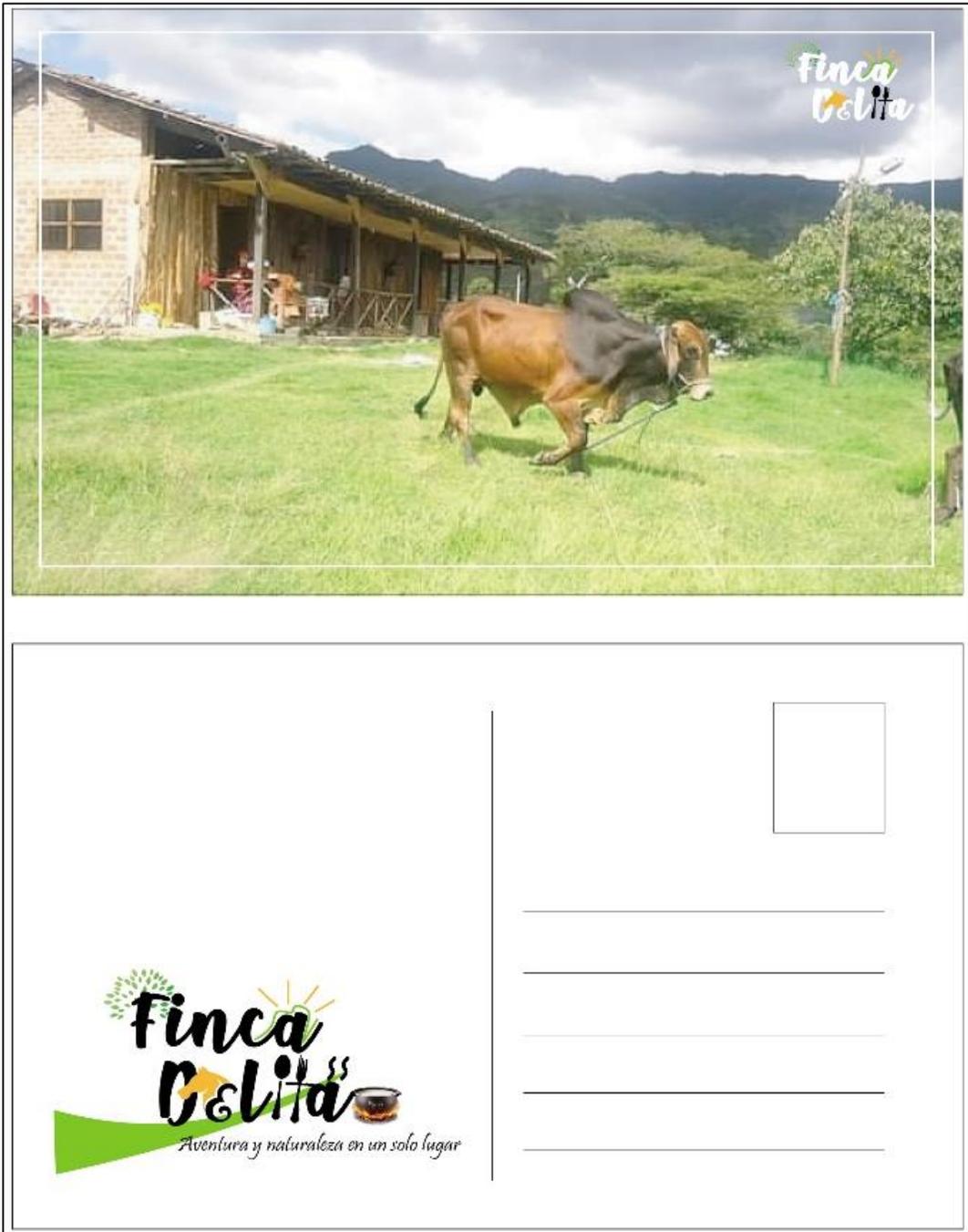
Fotos Postales



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

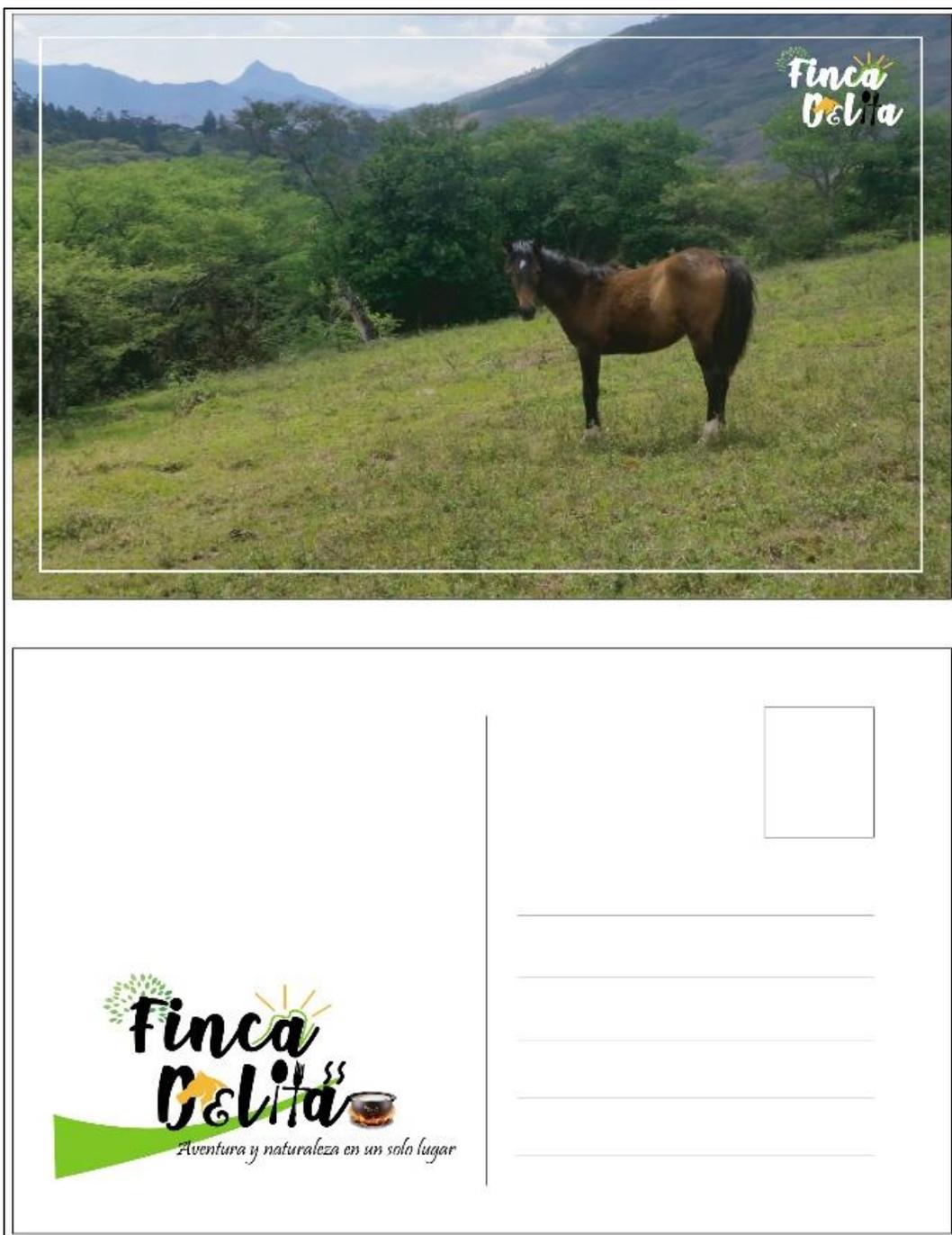
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 29. Postal Paisaje



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 30. Postal Torete



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 31. Yegua y vista del cerro la Ahuaca

Diseño de la Tarjeta de Presentación

La tarjeta de presentación contiene información básica de la finca, la misma que servirá para que el cliente pueda informarse sobre las actividades que se pueden desarrollar dentro de la finca; la impresión se la realizara en papel cuché de 30gr, laminado mate.



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 32. Tarjeta de presentación

6.3. Proponer las estrategias para la implementación del plan de negocios de los productos turísticos de la finca “DELITA”

6.3.1. Estudio Administrativo

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

6.3.1.1. Estructura Organizacional

La estructura organizacional del negocio se definirá en reunir y consolidar un grupo de trabajo a la altura de ofrecer un servicio que permita cumplir cada uno de los objetivos de la finca, con el propósito de generar prestigio y autenticidad.

La finca “DELITA” contara con una estructura organizacional sencilla determinada acorde a como se lo desea llevar a cabo al negocio, los mismos que permitan que el talento humano conozca su posición laboral y las funciones que estos van a cumplir.

❖ Nivel ejecutivo

Se encuentra representado por el administrador, es la persona encargada de establecer estrategias y llevar a cabo la gestión del buen funcionamiento del negocio.

❖ Nivel operativo

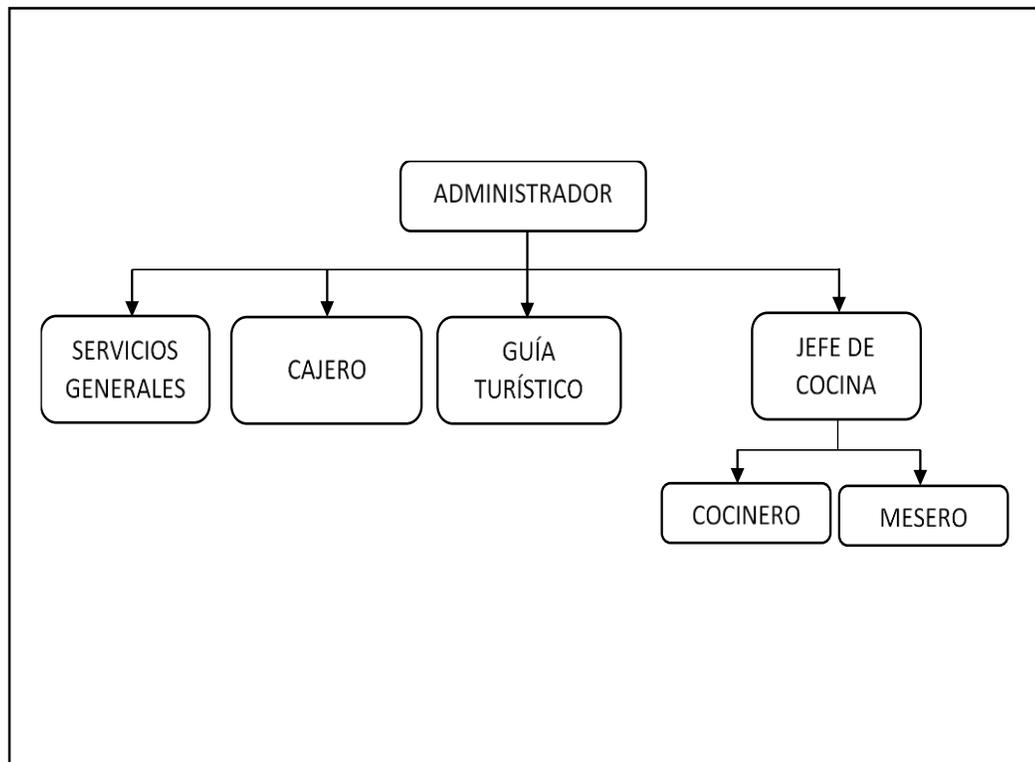
En este nivel se encuentran todos los responsables de ejecutar las actividades y servicios turísticos que la finca “DELITA” ofrecerá al mercado.

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

❖ Manual de funciones de la finca “DELITA”

Con el propósito de que el personal que va laborar en la finca tenga el conocimiento en cada una de sus funciones que cumplirá en su área de trabajo se ha elaborado el siguiente el manual de funciones.

El manual describe la organización formal, especifica claramente los requisitos para cada puesto de trabajo, las funciones y relaciones.



Fuente: Rodrigo Rafael Delgado Bravo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 33. Manual de Funciones

Cuadro 43. Manual de funciones para administrador

I. Identificación	
Denominación del cargo: Administrador	Código: FD- 001
Nivel Jerárquico : Administrativo	Reporta a: -----
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Planificar, organizar, dirigir y controlar el correcto funcionamiento de la finca. ❖ Coordinar estrategias eficaces para consolidar a la finca dentro del campo turístico. ❖ Determinar las distintas funciones que debe desempeñar el personal dentro de la finca. ❖ Realizar periódicamente evaluaciones de desempeño al personal. ❖ Manejar y asignar de manera optimar los recursos de la finca. ❖ Motivar y liderar al personal. ❖ Supervisar las actividades que realiza el personal. ❖ Crear un buen ambiente de trabajo, basado en la comunicación, colaboración y respeto. 	
III. Perfil del puesto	
Nivel académico	Profesional en turismo o carrera a fines al turismo.
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimiento en manejo de empresas turísticas. ❖ Conocimiento en técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo. ❖ Conocimiento en métodos de evaluación de desempeño de personal.
Habilidades y actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Capacidad de liderazgo ❖ Capacidad de motivar ❖ Innovador ❖ Honrado ❖ Responsable ❖ Perseverante ❖ Orientado al cambio
Elaborado por: _____ Revisado por: _____ Aprobado por: _____	

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Cuadro 44. Manual de funciones para cajero

I. Identificación	
Denominación del cargo: Cajero/a	Código: FD- 002
Nivel Jerárquico: Operativo	Reporta a: Administrador
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Brindar toda la información de los servicios, actividades, precios, y formas de pago que se ofrece en la finca. ❖ Realizar la venta de los servicios y actividades turísticas que ofrece la finca. ❖ Informar al cliente sobre promociones que la finca ofrezca. ❖ Mantener buenas relaciones interpersonales con los clientes. ❖ Efectuar las respectivas reservas de los clientes. ❖ Llevar diariamente los registros contables que se realicen en el negocio ❖ Registrar los pagos por consumo de los servicios de la finca. 	
III. Perfil del puesto	
Nivel académico	Profesional en turismo o carrera a fines al turismo.
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimiento en atención al cliente ❖ Conocimiento en el área contable
Habilidades y actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Habilidad para comunicarse afectivamente ❖ Actitud al servicio al cliente ❖ Amable ❖ Puntual ❖ Atento ❖ Honesto ❖ Respetuoso
Elaborado por: _____ Revisado por: _____ Aprobado por: _____	

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Cuadro 45. Manual de funciones Jefe de cocina

I. Identificación	
Denominación del cargo: Jefe de cocina	Código: FD- 003
Nivel Jerárquico : Operativo	Reporta a:Administrador
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Organizar, dirigir y coordinar el trabajo del personal a su cargo. ❖ Realizar junto con el administrador el inventario de cocina. ❖ Planificar menús y calcular las necesidades de alimentos. ❖ Calcular el costo de preparación de cada menú. ❖ Supervisar y controlar el mantenimiento y uso de maquinaria, materiales y menaje. ❖ Vigilar el consumo racional de materia prima para obtener el máximo rendimiento. ❖ Supervisar la cocina a la hora del servicio ❖ Supervisar la limpieza del área de cocina. 	
III. Perfil del puesto	
Nivel académico	Título de tercer nivel en Gastronomía.
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimientos en técnicas culinarias. ❖ Conocimientos en control de aprovisionamientos de materia prima. ❖ Conocimientos en seguridad alimentaria.
Habilidades y actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Capacidad para dirigir equipos de trabajo ❖ Cooperación ❖ Iniciativa ❖ Sociable ❖ Responsable ❖ Voluntad ❖ Constante
Elaborado por: _____ Revisado por: _____ Aprobado por: _____	

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Cuadro 46. Manual de funciones Cocinero

I. Identificación	
Denominación del cargo: Cocinero	Código: FD- 004
Nivel Jerárquico: Operativo	Reporta a: Jefe de cocina
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Garantizar la preparación de los alimentos de manera adecuada y eficiente. ❖ Preparar los alimentos con la debida higiene y cuidado. ❖ Inspeccionar porciones, guarniciones, limpieza y decoración de los platos. ❖ Verificar que el servicio sea el adecuado. ❖ Colaborar con el jefe de cocina en la elaboración de menús. ❖ Solicitar al jefe la materia prima necesaria para la elaboración de los distintos platos. ❖ Recibir, verificar y almacenar mercadería comprada o solicitada. ❖ Controlar la calidad de los productos antes de ser preparados. ❖ Revisar y controlar el material de uso en la cocina. ❖ Colaborar con el mesero a mantener el área de cocina limpia y ordenada. 	
III. Perfil del puesto	
Nivel académico	Profesional en Gastronomía
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimientos de métodos y técnicas de cocción ❖ Conocimientos en planificación de menús
Habilidades y actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Capacidad para trabajar bajo presión. ❖ Creativo. ❖ Disciplinado ❖ Ordenado ❖ Responsable ❖ Puntual
Elaborado por: _____ Revisado por: _____ Aprobado por: _____	

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Cuadro 47. Manual de funciones para mesero

I. Identificación	
Denominación del cargo: Mesero	Código: FD- 005
Nivel Jerárquico : Operativo	Reporta a: Cocinero
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Tomar la orden del cliente y procurar que su entrega sea inmediata. ❖ Servir a las mesas los diferentes platos solicitados por el cliente. ❖ Inspeccionar los platos o menús antes de ser entregados a los clientes. ❖ Conocer los menús para poder sugerir a los clientes el momento de su compra. ❖ Realizar junto con el cocinero el almacenamiento de mercadería comprada o solicitada. ❖ Colaborar al cocinero en la preparación de pedidos. ❖ Lavar, pulir y ordenar la vajilla. ❖ Realizar el montaje de mesas. ❖ Mantener limpia y ordenada el área de cocina y comedor. 	
II. Perfil del puesto	
Nivel académico	Bachiller o tener certificado de haber realizado cursos para servicio.
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimientos de los diferentes tipos de servicios. ❖ Conocimientos en montaje de mesas.
Habilidades y actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Capacidad para trabajar bajo presión ❖ Confiable ❖ Oportuno ❖ Amigable ❖ Leal ❖ Sincero ❖ Organizado
Elaborado por: _____ Revisado por: _____ Aprobado por: _____	

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Cuadro 48. Manual de funciones para Servicios Generales

I. Identificación	
Denominación del cargo: Servicios Generales	Código: FD- 006
Nivel Jerárquico : Operativo	Reporta a:Administrador
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar las actividades operativas y productivas que requiera la finca. ❖ Suministrar información para la elaboración de indicadores de actividad turística de la finca. ❖ Supervisar y apoyar el trabajo de los jornaleros de la finca. ❖ Realizar la asesoría técnica y productiva y consultar al equipo de trabajo de las actividades económicas de la finca. ❖ Desarrollar actividades de limpieza de diferentes servicios dentro del atractivo. ❖ Informar las actividades realizadas al administrador. 	
III. Perfil del puesto	
Nivel académico	Bachiller o tener certificado de haber realizado cursos para servicio.
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimientos de los diferentes tipos de servicios
Habilidades y actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Habilidad para comunicarse afectivamente ❖ Actitud al servicio al cliente ❖ Amable ❖ Puntual ❖ Atento ❖ Honesto ❖ Respetuoso
Elaborado por: _____ Revisado por: _____ Aprobado por: _____	

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Cuadro 49. Manual de funciones para Guía Turístico

I. Identificación	
Denominación del cargo: Guía Turístico	Código: FD- 007
Nivel Jerárquico : Operativo	Reporta a: Administrador
II. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Elaborar y ejecutar paquetes turísticos. ❖ Dirigir y orientar al turista durante su visita a la finca. ❖ Velar por el bienestar de los turistas o visitantes. ❖ Brindar información sobre los puntos de interés en el recorrido. ❖ Explicar a los turistas las normas a cumplir al inicio del recorrido, es decir, el orden y duración de los lugares a visitar. ❖ Coordinar el tiempo necesario para el desarrollo de actividades turísticas en el interior de la finca. ❖ Promover actividades recreativas, logrando así un creativo y enriquecedor tiempo libre del turista. ❖ Cumplir con las actividades que se va realizar dentro de los paquetes. 	
III. Perfil del puesto	
Nivel académico	Profesional en turismo o tener certificado de haber realizado cursos para guía turístico.
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimiento en atención al cliente ❖ Conocimiento en conducción de grupos Conocimientos en aspectos históricos, geográficos, naturales y culturales del núcleo receptor (zona turística)
Habilidades y actitudes	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Capacidad de liderazgo ❖ Facilidad para interrelacionarse con personas de otras culturas ❖ Habilidad para comunicarse afectivamente ❖ Actitud al servicio al cliente ❖ Amable ❖ Puntual ❖ Atento ❖ Honesto ❖ Respetuoso
Elaborado por: _____ Revisado por: _____ Aprobado por: _____	

Fuente: trabajo de campo
Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.3.2. Estudio Financiero

El estudio financiero se desarrolló con el fin de conocer si el proyecto de investigación es o no viable; el mismo que permitió determinar cuál será la rentabilidad real en cuanto a la Finca “Delita”, se realizó el estudio financiero de la siguiente manera.

6.3.2.1. Inversiones

En esta parte el estudio se centra en la valoración de los recursos que se requieren para la instalación y funcionamiento del proyecto. La cantidad que estipula el emprendimiento turístico, está constituida por activos fijos, activos diferidos y capital circulante o de trabajo.

a) Activos Fijos

Son aquellos que están representados por los bienes tangibles y son de la propiedad de la empresa, tienen una vida útil mayor a 1 año generalmente son a largo plazo, los mismos que sirven para la operación del emprendimiento.

- **Construcción:** son bienes destinados para cada área de construcción de servicios turísticos que se va a realizar dentro del lugar, para la cual se debe invertir \$ 54.283,00.

Cuadro 50. Presupuesto de construcción

CONSTRUCCIÓN			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Restaurante (m2)	1	23.668,00	23.668,00
Piscina	1	10.965,00	10.965,00
Parqueadero	1	1.812,00	1.812,00
Cocina	1	12.583,00	12.583,00
Baños/ Vestidores	1	5.255,00	5.255,00
TOTAL			54.283,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

- **Maquinaria y equipo:** son aquellos valores que se designan a la tecnología necesaria para realizar el proceso productivo, para la cual se debe invertir \$ 2.000,000.

Cuadro 51. Presupuesto para maquinaria y equipo

PRESUPUESTO PARA MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina Industrial	1	300,00	300,00
Refrigerador	1	700,00	700,00
licuadora	1	100,00	100,00
Microondas	1	150,00	150,00
Freidora	1	200,00	200,00
Parrilla	1	150,00	150,00
Horno	1	400,00	400,00
TOTAL			2.000,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

- **Muebles y enseres:** son todos los bienes que se necesitan para la adecuación de cada área de la empresa, para la cual se debe invertir \$ 2.940,00.

Cuadro 52. Presupuesto de muebles y enseres

PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesas	10	60,00	600,00
Sillas	40	15,00	600,00
Vajilla	1	500,00	500,00
Ollas	10	30,00	300,00
Cristalería	1	600,00	600,00
Escritorio 3 servicios	1	250,00	250,00
Silla giratoria	1	30,00	30,00
Sillas de madera para bebe	3	20,00	60,00
TOTAL			2.940,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

- **Equipos de oficina:** es aquel monto destinado al equipo técnico que hará posible que las funciones administrativas se lleven a cabo de manera eficaz, para la cual se debe invertir \$ 650,00.

Cuadro 53. Presupuesto de muebles de oficina

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Caja registradora	1	550,00	550,00
Teléfono	1	100,00	100,00
TOTAL			650,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

- **Equipos de computación:** sirve para la realización de tareas en el área administrativa, para la cual se debe invertir \$ 1.060,00

Cuadro 54. Presupuesto de equipo de cómputo

PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTO			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora Samsung	1	800,00	800,00
Impresora de facturas	1	60,00	60,00
Impresora	1	200,00	200,00
TOTAL			1.060,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

- **Equipo de seguridad:** es todo aquello que sirve para prestar suficiente seguridad a la empresa, al cliente o visitante, para la cual se debe invertir \$ 145,00.

Cuadro 55. Presupuesto de equipos de seguridad

EQUIPOS DE SEGURIDAD			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Extintor	3	25,00	75,00
Botiquín	2	35,00	70,00
TOTAL			145,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Resumen de Activos fijos

Cuadro 56. Resumen de activos fijos

ACTIVO	VALOR
Maquinaria y equipo	2.000,00
Construcción	54.283,00
Equipo de oficina	650,00
Equipo de computo	1.060,00
Muebles y enseres	2.940,00
Equipos de seguridad	145,00
TOTAL	61.078,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

b) Activos diferidos

Son todos los gastos para la conformación de la empresa; los mismos que se amortizan para los cinco años de vida útil del proyecto, permitiendo cubrir las obligaciones económicas.

- **Estudio preliminar:** sirve para realizar estudios para determinar la factibilidad del proyecto, para la cual se debe invertir \$ 500,00.

Cuadro 57. Presupuesto de estudio preliminar

ESTUDIOS PRELIMINARES			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estudios preliminares	1	500,00	500,00
TOTAL			500,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

- **Permisos de funcionamiento:** es el permiso otorgado por parte del municipio, para realizar la operación y funcionamiento de la empresa, para la cual se debe invertir \$ 220,00.

Cuadro 58. Presupuesto de permisos de funcionamiento

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Patente municipal	1	120,00	120,00
Permiso de funcionamiento	1	100,00	100,00
TOTAL			220,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

- **Gastos de constitución:** son todos los gastos necesarios para la constitución y operación del negocio, para la cual se debe invertir \$ 180,00.

Cuadro 59. Presupuesto de gastos de constitución

GASTOS DE COSNTITUCIÓN			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Gastos de Organización	1	150,00	150,00
Cuerpo de bomberos	1	30,00	30,00
TOTAL			180,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Resumen de Activos diferidos

Cuadro 60. Resumen de activos diferidos

ACTIVOS	VALOR
Estudio preliminar	500,00
Permisos de funcionamiento	220,00
Gastos de constitución	180,00
TOTAL	900,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

c) Activo circulante o capital de trabajo

Incluye todos los gastos económicos que la empresa deberá realizar cuando empiece a funcionar.

Costo primo

- **Mano de obra directa:** es aquella que está involucrada de forma directa en la fabricación y elaboración del producto terminado; en esta empresa prestaran servicio con un sueldo mensual de \$ 1052.67 y anual de \$ 12.631,98.

Cuadro 61. Presupuesto de mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicios generales	1	200,18	2.402,12
Mesero	1	202,13	2.425,62
Cajero	1	200,18	2.402,12
Cocinero	1	200,18	2.402,12
Gua turístico	1	250,00	3.000,00
TOTAL		1052,67	12.631,98

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Gastos indirectos

- **Menaje:** son utensilios indispensables para la realización adecuada del proceso productivo, el cual se debe invertir \$ 421,00 anual.

Cuadro 62. Presupuesto de menaje

PRESUPUESTO DE MENAJE			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Charoles	5	4,00	20,00
Bandejas de acero	4	12,00	48,00
Manteles	10	7,50	75,00
Servilleteros	10	2,00	20,00
Jarras	6	3,00	18,00
Toallas	20	12,00	240,00
TOTAL		40,50	421,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

- **Material de combustión:** elemento que sirve para dar energía suficiente en este caso el proceso de cocción de la materia prima, el cual se debe invertir \$ 39,60 anual.

Cuadro 63. Presupuesto de material de combustión

MATERIAL DE COMBUSTIÓN					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gas licuado de petróleo	bombona	2	1,65	3,30	39,60
TOTAL				3,30	39,60

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

- **Indumentaria:** es todo aquello que sirve para la elaboración de alimentos y cumplir las funciones del personal de servicios generales, se debe invertir \$ 552,00 anual.

Cuadro 64. Presupuesto de indumentaria

PRESUPUESTO DE INDUMENTARIA				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Delantal	6	4,00	24,00	288,00
Gorros	6	3,00	18,00	216,00
Guantes	2	2,00	4,00	48,00
TOTAL			46,00	552,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

- **Servicios básicos:** son pagos que se realizan de energía eléctrica, agua, teléfono e internet, elementos indispensables para el buen funcionamiento de la empresa, cuyo pago se lo debe realizar mes a mes, valor total es de \$ 51,70.

Cuadro 65. Presupuesto de servicios básicos

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BASICOS				
DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	CONSUMO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Agua potable	m3	30 m3	0,40	12,00
Luz eléctrica	kwh	90 kwh	0,08	7,20
Teléfono	min	150 min	0,05	7,50
Internet	megas	ilimitadas	25,00	25,00
TOTAL				51,70

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Los gastos que deben realizar mensualmente y cuyo valor anual a pagar es de \$ 620,40.

Cuadro 66. Resumen de servicios básicos

RESUMEN DE SERVICIOS BASICOS		
DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua potable	12,00	144,00
Luz eléctrica	7,20	86,40
Teléfono	7,50	90,00
Internet	25,00	300,00
TOTAL	51,70	620,40

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Resumen de gastos indirectos

Cuadro 67. Resumen de gastos indirectos

RESUMEN DE GASTOS INDIRECTOS		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Menaje	40,50	421,00
Material de combustión	3,30	39,60
Indumentaria	46,00	552,00
Servicios básicos	51,70	620,40
TOTAL	141,50	1.633,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Costos de operación

- **Gastos administrativos:** son todos los gastos que incurren en una empresa, se refiere a la remuneración regular asignada por el desempeño de un cargo o servicio profesional. Cuyo valor anual es \$ 3,414.44.

Cuadro 68. Presupuesto de gastos administrativos

ADMINISTRADOR	
DESCRIPCION	TOTAL
Salario	199,00
Décimo cuarto sueldo	16,58
Décimo tercer sueldo	16,58
Aporte personal IESS (11,15%)	22,19
Fondos de reserva (10%)	19,90
Aporte SECAP (0,5%)	1,00
Aporte al IECE (0,5%)	1,00
Vacaciones	8,29
TOTAL REMUNERACIÓN	284,54
No. De obreros	1
TOTAL MENSUAL	284,54
TOTAL ANUAL	3.414,44

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

- **Útiles de oficina:** están constituidos para el funcionamiento de las actividades administrativas de la empresa. Cuyo valor \$ 97,25.

Cuadro 69. Presupuesto de útiles de oficina

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR	VALOR TOTAL
Carpeta de Archivos	2	Unidad	2,50	5,00
Grapadora	1	Unidad	4,00	4,00
Perforadora	2	Unidad	4,00	8,00
Borrador	3	Unidad	0,25	0,75
Clips	2	Unidad	0,75	1,50
Esferos	2	Caja	2,00	4,00
Resma de papel	1	Resma	3,00	3,00
Tinta de impresora	2	Caja	20,00	40,00
Grapas	4	Caja	2,00	8,00
Sello	2	Unidad	10,00	20,00
Factútero	1	Paquete	3,00	3,00
TOTAL				97,25

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

- **Útiles de aseo:** son aquellas herramientas para mantener la limpieza diaria del lugar y dar una buena imagen a la empresa: mensualmente se debe invertir \$ 12,83 y anualmente \$ 154,00.

Cuadro 70. Presupuesto de útiles de aseo

PRESUPUESTO DE UTILES DE ASEO			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Detergente	2	4,00	8,00
Escobas	3	2,00	6,00
Recogedores	2	3,00	6,00
Trapeadores	2	8,00	16,00
Jabón tocador	2	10,00	20,00
Papel higiénico	4	20,00	80,00
Desinfectante	2	5,00	10,00
Basureros	4	2,00	8,00
TOTAL ANUAL			154,00
TOTAL MENSUAL			12,83

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Resumen de costos de operación

Cuadro 71. Resumen de costos de operación

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Sueldo administrativo	284,54	3.414,44
útiles de oficina	8,10	97,25
útiles de aseo	12,83	154,00
TOTAL	305,47	3.665,69

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Gastos de ventas

- **Promoción y difusión:** son gastos que deben realizar para dar a conocer los servicios y productos que ofrece la finca, mensualmente se debe pagar \$ 70,00 y anualmente \$ 840,00.

Cuadro 72. Presupuesto de promoción y difusión

DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR	VALOR MENSUAL
Promoción y difusión	1	Unidad	40,00	40,00
Tarjetas de presentación	1	unidad	30,00	30,00
TOTAL				70,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Resumen Activo circulante o capital de trabajo

Cuadro 73. Resumen del activo circulante

ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO		
Costo Primo		
Mano de obra directa	12.631,98	
SUBTOTAL DE COSTO PRIMO		12.631,98
Gastos Indirectos		
Menaje	421,00	
Material de combustión	39,60	
Indumentaria	552,00	
Servicios básicos	620,40	
SUBTOTAL DE GASTOS INDIRECTOS		1.633,00
TOTAL DE COSTOS DE SERVICIO		14.264,98
Costo de Operación		
Gastos Administrativos		
Sueldo administrativo	3.414,44	
Útiles de oficina	97,25	
Útiles de aseo	154,00	
SUBTOTAL DE GASTOS DE ADMINISTRACION		3.665,69
Gastos de Venta		
Promoción y difusión	840,00	
SUBTOTAL DE GASTOS DE VENTA		840,00
TOTAL DE COSTOS DE OPERACIÓN		4.505,69
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO		18.770,67

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Resumen de Inversión

La inversión inicial para la ejecución del proyecto es de \$ **80.748,67** el cual está dividido en activos fijos, activos diferidos y activos circulantes o capital de trabajo.

Cuadro 74. Resumen de inversión

ACTIVO	VALOR TOTAL	PORCENTAJE
Activos fijos	61.078,00	76%
Activos diferidos	900,00	1%
Activos circulantes	18.770,67	23%
TOTAL	80.748,67	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.3.2.2. Financiamiento de la inversión

Para realizar la inversión en la finca “Delita”, el 38% será por capital propio o fuente interna sumando un total de \$ 30.748,67 y un 62% mediante un préstamo al BanEcuador de \$ 50.000,00, dando un monto total de \$80.748,67 para el funcionamiento correspondiente del emprendimiento.

Cuadro 75. Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
Fuente interna	30.748,67	38%
Crédito o préstamo	50.000,00	62%
TOTAL	\$80.748,67	100%

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Amortización del préstamo

El crédito o préstamo que financiara la inversión está calculado de la siguiente manera: 9% de interés a cinco años plazo en cuotas semestrales.

Cuadro 76. Amortización de préstamo

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO				
INTERESES		9 %		
TIEMPO		5 AÑOS		
PERIODICIDAD DE PAGO		SEMESTRAL		
MENSUAL	CAPITAL	INTERÉSES	CUOTA	CAPITAL
				50.000,00
1	5.000,00	354,17	5354,17	45.000,00
2	5.000,00	318,75	5318,75	40.000,00
3	5.000,00	283,33	5283,33	35.000,00
4	5.000,00	247,92	5247,92	30.000,00
5	5.000,00	212,50	5212,50	25.000,00
6	5.000,00	177,08	5177,08	20.000,00
7	5.000,00	141,67	5141,67	15.000,00
8	5.000,00	106,25	5106,25	10.000,00
9	5.000,00	70,83	5070,83	5.000,00
10	5.000,00	35,42	5035,42	0,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Tabla de interés anual del préstamo

Cuadro 77. Intereses anuales del préstamo

INTERÉSES	
672,917	Año 1
531,250	Año 2
389,583	Año 3
247,92	Año 4
106,25	Año 5
1.593,750	TOTAL

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.3.2.3. Depreciación de activos fijos

Para determinar la depreciación actual y le valor residual se lo desarrolló de la siguiente manera:

Depreciación actual = valor del activo – valor residual / vida útil

Valor residual = valor del activo – depreciación * duración de proyecto.

Cuadro 78. Depreciación de activos fijos

DESCRIPCIÓN	VALOR HISTORICO	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN	VALOR	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria y equipo	2.000,00	10	10%	200,00	180,00
Construcción	54.283,00	20	5%	2.714,15	2.578,44
Muebles y enseres	2.940,00	10	10%	294,00	264,60
Equipo de oficina	650,00	10	10%	65,00	58,50
Equipo de computo	1.060,00	3	33%	353,30	235,57
Equipos de seguridad	145,00	10	10%	14,50	13,05
TOTAL	61.078,00			3.640,95	3.330,16

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Reinversión de Equipo de cómputo

A partir del cuarto del proyecto se realizará una reinversión del equipo de cómputo debido a que su vida útil solo es de tres años.

Cuadro 79. Reinversión de equipo de cómputo

REINVERSIÓN E. COMPUTO PARA CUARTO AÑO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora Samsung	1	800,00	800,00
Impresora de facturas	1	60,00	60,00
Impresora	1	200,00	200,00
TOTAL			1.060,00

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Para desarrollar el valor del equipo de cómputo para el cuarto año se procedió a sumar al precio actual 1.060,00 el 33%.

Cuadro 80. Depreciación de reinversión

DESCRIPCIÓN	VALOR HISTORICO	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN	VALOR	DEPRECIACIÓN ANUAL
Equipo de computo	1.060,00	3	33%	353,30	235,57
TOTAL	61.078,00			3.640,95	3.330,16

6.3.2.4. Presupuesto de costos

Son todos los costos que se incurrirá en el proyecto, se debe elaborar los presupuestos correspondientes para la vida útil del proyecto. Están divididos en costos de operación, producción y gastos de ventas.

Para realizar el presupuesto proyectado, se utilizó la tasa de inflación del 4%.

Cuadro 81. Presupuesto de costos proyectados

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO					
Mano de obra directa	12.361,98	13.137,26	13.662,75	14.209,26	14.777,63
TOTAL COSTO PRIMO	12.361,98	13.137,26	13.662,75	14.209,26	14.777,63
PRESUPUESTO DE FABRICACIÓN					
Menaje	421,00	437,84	455,35	473,57	492,51
Material de combustión	39,60	41,18	42,83	44,54	46,33
Indumentaria	552,00	574,08	597,04	620,92	645,76
Servicios básicos	620,40	645,22	671,02	697,87	725,78
Depreciación construcción	2.578,44	2.578,44	2.578,44	2.578,44	2.578,44
Depreciación de M y E	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Depreciación Equipo de Seguridad	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50
TOTAL COSTO DE FABRICACIÓN	4.180,56	4.496,62	4.617,37	4.741,85	4.870,17
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	17.037,92	17.608,52	18.201,94	18.819,10	19.460,95
COSTOS OPERATIVOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos administrativos	3.370,64	3.676,95	3.786,95	3.900,56	4.017,57
Útiles de oficina	97,25	101,14	105,19	109,39	113,77
Útiles de aseo	154,00	160,16	166,57	173,23	180,16

Deprec. Muebles y enseres	264,60	264,60	264,60	264,60	264,60
Deprec. Equipos de oficina	58,50	58,50	58,50	58,50	58,50
Deprec. Equipos de computación	235,57	235,57	235,57	235,57	235,57
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	4.569,47	4.923,96	5.057,53	5.195,22	5.337,14
GASTOS DE VENTA					
Promoción y publicidad	840,00	861,84	884,25	907,24	930,83
TOTAL GASTOS DE VENTA	840,00	861,84	884,25	907,24	930,83
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses del préstamo	672,92	531,25	389,58	247,92	106,25
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	672,92	531,25	389,58	247,92	106,25
OTROS GASTOS					
Amortización de activos diferidos	276,60	276,60	276,60	276,60	276,60
Amortización de créditos	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
TOTAL OTROS GASTOS	10.276,60	10.276,60	10.276,60	10.276,60	10.276,60
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	15.970,08	16.166,31	16.167,80	16.173,60	16.183,84
TOTAL PRESUPUESTO GENERAL	33.007,99	33.774,82	34.369,74	34.992,70	35.644,79

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.3.2.5. Costos fijos y variables

Cuadro 82. Costos fijos y variables proyectados

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO PRIMO						
Mano de obra directa		12.631,98		13.662,75		14.777,63
PRESUPUESTO DE FABRICACIÓN						
Menaje	421,00		455,35		492,51	
Material de combustión		39,60		42,83		46,33
Indumentaria		552,00		597,04		645,76
Servicios básicos		620,40		671,02		725,78
Depreciación de construcción	2578,44		2578,44		2.578,44	
Depreciación de maquinaria y equipo	180,00		180,00		180,00	
Depreciación de equipo de seguridad	14,50		14,50		14,50	
COSTOS OPERATIVOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Sueldos Administrativos	3.370,64		3.786,95		4.017,57	
Útiles de oficina	97,25		105,19		113,77	
Útiles de aseo		154,00		166,57		180,16
Depreciación de muebles y enseres	264,60		264,60		264,60	
Depreciación equipos de oficina	58,50		58,50		58,50	
Depreciación equipos de computación	235,57		235,57		235,57	

GASTOS DE VENTA						
Promoción y publicidad	840,00		884,25		930,83	
GASTOS FINANCIEROS						
Intereses del préstamo	672,92		389,58		106,25	
OTROS GASTOS						
Amortización de activos diferidos	276,60		276,60		276,60	
Amortización de crédito	10000,00		10000,00		10000,00	
TOTAL COSTO PRODUCCIÓN	19.010,02	13.997,98	19.229,53	15.140,21	19.269,14	16.375,65
	33.007,99		34.369,74		35.644,79	

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.3.2.6. Ingresos

Está conformado por los ingresos que generara la empresa para la venta al público, para calcular los ingresos por alimentación, servicio de piscina y venta de paquetes turísticos, se consideró el 50% del costo total y se procedió a dividirlo por los servicios anuales que generar la empresa, luego se estableció el precio de venta con el cual el servicio saldrá al mercado.

Cuadro 83. Ingresos por servicio de alimentación

SERVICIO DE ALIMENTACION							
AÑO	COSTOS TOTALES	SERVICIOS ANUALES	COSTOS UNITARIO DE SERVICIO	MARGEN DE UTILIDAD	UTILIDAD EN DOLARES	P.V.P	TOTAL DE INGRESOS
1	\$ 16.504,00	3075	\$ 5,37	40%	\$ 2,15	\$ 7,51	\$ 23.105,60
2	\$ 16.887,41	3075	\$ 5,49	40%	\$ 2,20	\$ 7,69	\$ 23.642,38
3	\$ 17.184,87	3075	\$ 5,59	40%	\$ 2,24	\$ 7,82	\$ 24.058,82
4	\$ 17.496,35	3075	\$ 5,69	40%	\$ 2,28	\$ 7,97	\$ 24.494,89
5	\$ 17.822,40	3075	\$ 5,80	40%	\$ 2,32	\$ 8,11	\$24.951,35

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Cuadro 84. Ingresos por servicio de piscina

SERVICIO DE PSCINA							
AÑO	COSTOS TOTALES	SERVICIOS ANUALES	COSTOS UNITARIO DE SERVICIO	MARGEN DE UTILIDAD	UTILIDAD EN DOLARES	P.V.P	TOTAL DE INGRESOS
1	15.973,49	4780	3,34	20%	0,67	4,01	19.168,18
2	16.342,16	4780	3,42	20%	0,68	4,10	19.610,60
3	16.610,88	4780	3,48	20%	0,70	4,17	19.933,06
4	16.892,58	4780	3,53	20%	0,71	4,24	20.271,09
5	1.7187,75	4780	3,60	20%	0,72	4,31	20.625,30

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Cuadro 85. Ingresos por paquete turístico

PRESUPUESTO DE PAQUETE TURISTICO							
AÑO	COSTOS TOTALES	SERVICIOS ANUALES	COSTOS UNITARIO DE SERVICIO	MARGEN DE UTILIDAD	UTILIDAD EN DOLARES	P.V.P	TOTAL DE INGRESOS
1	15.973,49	745	21,44	40%	8,58	30,02	22.362,88
2	16.342,16	745	21,94	40%	8,77	30,71	22.879,03
3	16.610,88	745	22,30	40%	8,92	31,22	23.255,24
4	16.892,58	745	22,67	40%	9,07	31,74	23.649,61
5	17.187,75	745	23,07	40%	9,23	32,30	24.062,85

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Para determinar los ingresos totales se procedió a sumar todos los ingresos de venta por servicios de alimentación, piscina y paquetes turísticos, dando un total anual por los servicios prestados a los turistas.

Cuadro 86. Total de ingresos

INGRESOS TOTALES					
SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alimentación	23.105,60	23.642,38	24.058,82	24.494,89	24.951,35
Piscina	19.168,18	19.610,60	19.933,06	20.271,09	20.625,30
Paquetes turísticos	22.362,88	22.879,03	23.255,24	23.649,61	24.062,85
TOTAL	64.636,66	66.132,00	67.247,11	68.415,60	69.639,50

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.3.2.7. Estado de Pérdidas y Ganancias

El siguiente indicador que permite mostrar la rentabilidad de la empresa para los próximos cinco años, así mismo indica la utilidad neta ejercicio que el negocio considera en cada periodo, es decir las ganancias o pérdidas que la empresa obtuvo o espera tener, permitiendo tomar decisiones acertadas sobre el futuro del emprendimiento.

Cuadro 87. Estado de pérdidas y ganancias

	CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ventas brutas	\$63.343,93	\$64.809,36	\$65.902,17	\$67.047,28	\$ 68.246,71
-	Devolución, rebajas, descuentos	\$17.037,92	\$17.608,52	\$18.201,94	\$ 18.819,10	\$ 19.460,95
=	Ventas netas	\$46.306,01	\$47.200,84	\$47.700,23	\$48.228,18	\$ 48.785,76
-	Costo de producción	\$15.970,08	\$16.166,31	\$16.167,80	\$16.173,60	\$ 16.183,84
=	Utilidad bruta	\$30.335,93	\$31.034,54	\$31.532,43	\$32.054,58	\$ 32.601,91
-	Gastos administrativos y ventas	\$ 4.550,39	\$ 4.655,18	\$4.729,86	\$ 4.808,19	\$ 4.890,29
=	Utilidad operativa	\$ 25.785,54	\$26.379,36	\$26.802,57	\$27.246,39	\$27.711,63
-	Gastos financieros	\$ 5.672,82	\$5.803,46	\$5.896,56	\$ 5.994,21	\$ 6.096,56
-	Otros egresos	\$20.112,72	\$20.575,90	\$20.906,00	\$ 21.252,19	\$21.615,07
=	Utilidad antes de participación a trabajador	\$2.011,27	\$2.057,59	\$2.090,60	\$ 2.125,22	\$2.161,51
-	15% participación de trabajadores	\$18.101,45	\$18.518,31	\$18.815,40	\$19.126,97	\$19.453,56
=	Utilidad antes del impuesto a la renta	\$ 63.343,93	\$64.809,36	\$65.902,17	\$67.047,28	\$ 68.246,71
-	22% de impuesto a la renta	\$17.037,92	\$17.608,52	\$18.201,94	\$18.819,10	\$19.460,95
=	Utilidad antes de la reserva legal	\$46.306,01	\$47.200,84	\$47.700,23	\$48.228,18	\$48.785,76
-	10% reserva legal	\$15.970,08	\$16.166,31	\$16.167,80	\$16.173,60	\$16.183,84
=	Utilidad líquida	\$30.335,93	\$31.034,54	\$31.532,43	\$32.054,58	\$32.601,91

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

6.3.2.8. Punto de Equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio es necesario identificar los costos, tantos fijos como variables del primer año, esto permitirá determinar cuál es la cantidad mínima que se debe vender para estar en equilibrio.

Se emplearon los métodos matemático y método gráfico el mismo que se realizó en función de la capacidad instalada y en función de ventas.

Calculo del punto de equilibrio para El Primer Año.

- **Método Matemático**

1) En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

$$PE = \frac{19.398,93}{63.866,24 - 12.508,46} \times 100$$

$$PE = \frac{19.398,93}{51.357,78} \times 100$$

$$PE = 0,37772132 \times 100$$

$$PE = 37.77\% = 38 \%$$

2) En función de las ventas o ingresos

$$PE = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{ventas totales}}}$$

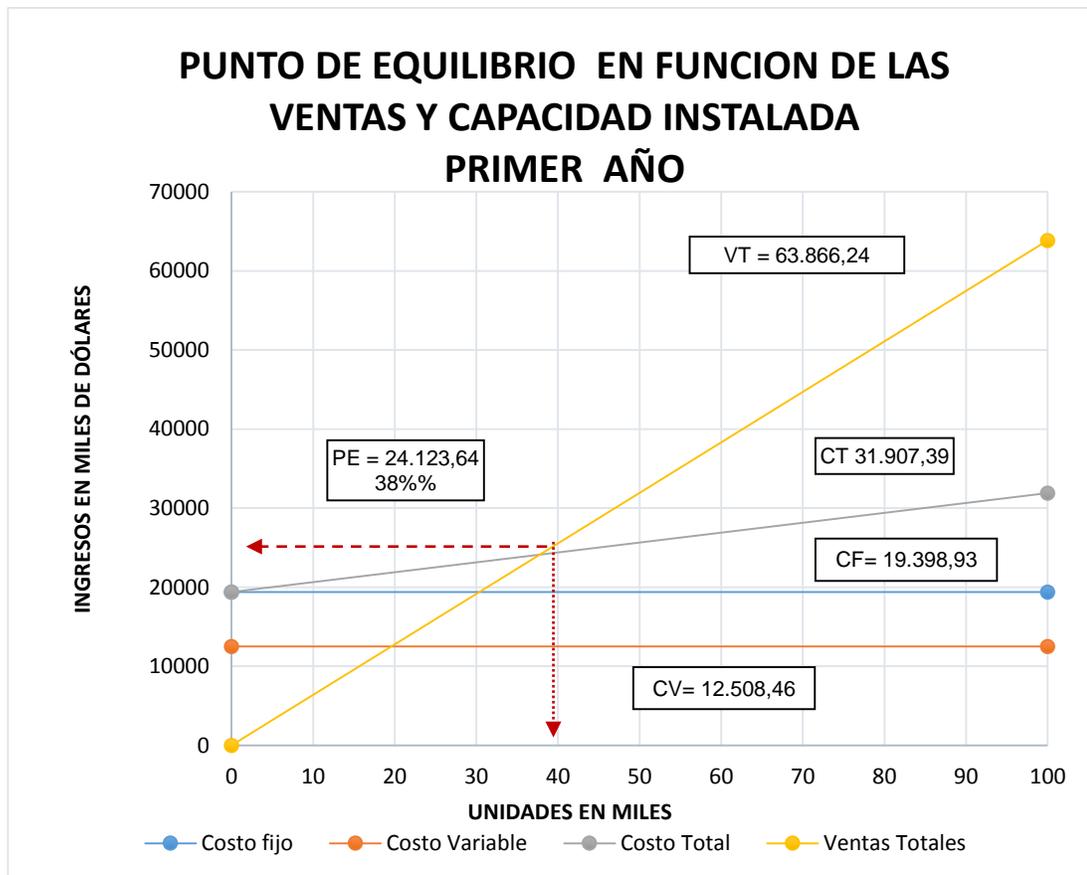
$$PE = \frac{19.398,93}{1 - \frac{12.508,46}{63.866,24}}$$

$$PE = \frac{19.398,93}{1 - 0,195854}$$

$$PE = \frac{19.398,93}{0,80414591}$$

$$PE = 24.123,64$$

- **Método Grafico**



Fuente: trabajo de campo
 Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Figura 35. Punto de equilibrio

La representación gráfica del presente proyecto de tesis indica que se deberá vender el primer año \$ 24.123,64 dólares para no generar pérdidas ni ganancias y si las ventas son superiores a este indicador se obtendrá un beneficio, pero si las ventas son menores a esta cifra se obtendrá pérdidas. Para obtener esta cifra en ventas se utilizará la capacidad instalada de la empresa es 38%.

6.3.2.9. Evaluación financiera

- Flujo de caja

Cuadro 88. Flujo de caja

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS		62.588,91	64.039,84	65.098,94	66.208,90	67.371,68
Crédito BanEcuador	50.000,00					
Capital Propio	29.604,26					
Valor de rescate o residual						
TOTA DE INGRESOS	79.604,26	62.588,91	64.039,84	65.098,94	66.208,90	67.371,68
EGRESOS						
Activo fijo	61.078,00				1.060,00	
Activo diferido	900,00					
Activo circulante	17.626,26					
Reinversión						
Presupuesto general		31.907,39	32.653,08	33.198,85	33.770,57	34.369,24
Depreciación y amortización ad		471,10	471,10	471,10	471,10	471,10
15% utilidad a los trabajadores		4.602,23	4.708,01	4.785,01	4.902,94	4.966,30
25% impuestos a la renta		6.519,82	6.669,69	6.778,77	6.945,83	7.035,60
TOTAL DE EGRESOS	79.604,26	42.558,34	43.559,68	44.291,53	46.208,24	45.900,04
FLUJO DE CAJA	0,00	20.030,57	20.480,16	20.807,41	20.000,67	21.471,64

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

El flujo de caja permite determinar cuál será el flujo neto anual de la empresa del primer año y dan a los propietarios de la finca la suficiente solvencia para poner en marcha la empresa, además representa el movimiento neto de la vida útil del proyecto propuesto.

- **Valor Actual Neto**

Este indicador permite ver la rentabilidad del proyecto a valores monetarios. Para la obtención del VAN se necesita como base fundamental el factor de actualización que refleje el costo del capital invertido en el mercado.

Para poder determinar el valor actual neto se aplicó la siguiente formula:

$$\text{Factor Año 1} = \frac{i}{(1 * i)^n}$$

- F= factor de actualización
- I= Tasa de oportunidad
- n = Número de años

$$\text{Factor Año 1} = \frac{i}{(1 * i)^n}$$

$$\text{Factor Año 1} = \frac{i}{(1 * 8,50\%)^5}$$

$$\text{Factor Año 1} = 0,92166$$

Cuadro 89. Valor actual neto

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 8,5%	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO
0	-80748,67		
1	20583,82	0,92166	18971,27
2	21047,00	0,84946	17878,48
3	21377,10	0,78291	16736,31
4	20579,74	0,72157	14849,81
5	22050,36	0,66505	14664,49
Σ			83100,36
INVERSIÓN			-80748,67
VAN			2351,69

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Se puede concluir luego de haber aplicado el VAN, desde el punto financiero el proyecto es factible y rentable.

- **Tasa interna de retorno**

La tasa interna de retorno permite determinar la rentabilidad neta obtenida en proporción directa del capital invertido, es decir el rendimiento promedio anual que se espera generar por el proyecto.

Cuadro 90. Tasa interna de retorno

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 9%	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 9,5%	VAN MAYOR
0	-80748,67				
1	20583,82	0,9174312	18884,24	0,9090909	18712,57
2	21047,00	0,8416800	17714,84	0,8264463	17394,21
3	21377,10	0,7721835	16507,04	0,7513148	16060,93
4	20579,74	0,7084252	14579,21	0,6830135	14056,24
5	22050,36	0,6499314	14331,22	0,6209213	13691,54
		Σ	82016,55	Σ	79915,49
		INVERSIÓN -	-80748,67	INVERSIÓN -	-80748,67
		VAN tm	1267,89	VAN TM	-833,17

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Para calcular la tasa interna de retorno se realizó mediante la siguiente formula:

$$TIR = T_m + DT \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}}$$

$$TIR = 9 + 1,00 \frac{1.255,94}{1.255,94 - (-831,45)}$$

$$TIR = 9 + 1,00 \frac{1.255,94}{1.255,94 - (-831,45)}$$

$$TIR = 9 + 1,00 \frac{1.255,94}{2.087,39}$$

$$TIR = 9 + 1,00 (0,60) \quad TIR = 8,50 + 1,00 (0,60)$$

$$TIR = 9 + 1,60 \quad TIR = 9,10 \%$$

El TIR del presente proyecto es de 9,10%, siendo mayor a la tasa de oportunidad del mercado que es de 9% lo que permite determinar que el proyecto es factible.

- **Relación de Costo- Beneficio**

La relación de costo beneficio nos permite determinar cuál será la ganancia que se obtendrá por cada dólar invertido.

Cuadro 91. Relación de costo beneficio

AÑOS	INGRESOS	FACTOR 9%	INGRESO ACTUALIZADO	EGRESOS	FACTOR 9,5%	EGRESO ACTUALIZADO
0						
1	63343,93	0,92165899	58381,50	33007,99	0,92165899	30422,11
2	64809,36	0,8494553	55052,65	33774,82	0,84945529	28690,20
3	65902,17	0,78290810	51595,34	34369,74	0,7829081	26908,35
4	67047,28	0,7215743	48379,60	34992,70	0,72157428	25249,83
5	68246,71	0,6650454	45387,16	35644,79	0,66504542	23705,41
TOTAL INGRESOS			258796,25	TOTAL EGRESOS		134975,90
RBC			1,92			
=			0,92			

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Para determinar la relación de costo- beneficio se lo realizo mediante la siguiente formula:

$$\text{Relacion Beneficio - Costo} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

$$\text{Relacion Beneficio - Costo} = \frac{255.630,07}{130.361,79}$$

$$\text{Relacion Beneficio - Costo} = 1,92$$

El proyecto presenta un beneficio costo de \$ 1,92 esto significa que por cada dólar invertido se obtendrá una rentabilidad de 0,92 centavos de dólar.

- **Periodo de Recuperación de Capital**

Tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera el capital invertido, es decir determina los años que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante entradas de efectivo.

Cuadro 92. Periodo de recuperación de inversión

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACT. 9 %	VALOR ACTUALIZADO	PRC
0	-80748,67				
1		20.583,82	0,92166	18.971,27	18.971,27
2		21.047,00	0,84946	17.878,48	36.849,75
3		21.377,10	0,78291	16.736,31	53.586,06
4		20.579,74	0,72157	14.849,81	68.435,87
5		22.050,36	0,66505	14.664,49	83.100,36

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

$$\text{PRC} = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{Primeros flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

$$\text{PRC} = 4 + \frac{79.604,26 - 66.580,59}{14.431,97}$$

$$\text{PRC} = 4 + \frac{13.023,67}{14.431,97}$$

$$\text{PRC} = 4 + 0,90$$

$$\text{PRC} = 4 + 0,90$$

$$\text{PRC} = 4,90 = 4 \text{ años}$$

$$\text{PRC} = 0,90 \times 12 = 10,83 = 10 \text{ meses}$$

$$\text{PRC} = 0,36 \times 30 = 24,9 = 24 \text{ días}$$

Con este cálculo indica que la inversión inicial del proyecto se recupera en 4 años, 10 meses y 24 días siendo a su vez este tiempo inferior a la vida útil del proyecto.

- **Análisis de Sensibilidad**
- **Análisis de sensibilidad de costo total incrementado**

El análisis de sensibilidad permite determinar la solidez del proyecto desde el punto de vista financiero,

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es $>$ a 1 el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es $=$ a 1 el proyecto no sufre ningún cambio.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es $<$ a 1 el proyecto no es sensible.

Cuadro 93. Análisis de sensibilidad de costo total incrementado

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD: INCREMENTO EN LOS COSTOS								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL INCREMENTADO 35,40%	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
					FACTOR ACTUALIZADO 8,0%	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR ACTUALIZADO 8,5%	VALOR ACTUALIZADO
				-79.604,26		-79.604,26		-79.604,26
1	31.907,39	43.202,61	62.588,91	19.386,31	0,92592593	17.950,29	0,92165899	17.867,56
2	32.653,08	44.212,27	64.039,84	19.827,58	0,85733882	16.998,95	0,84945529	16.842,64
3	33.198,85	44.951,24	65.098,94	20.147,70	0,79383224	15.993,89	0,78290810	15.773,80
4	33.770,57	45.725,36	66.208,90	20.483,55	0,73502985	15.056,02	0,72157428	14.780,40
5	34.369,24	46.535,96	67.371,68	20.835,72	0,68058320	14.180,44	0,66504542	13.856,70
SUMA						575,33		-483,16

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Se realizó un análisis de sensibilidad con el incremento del 35,40 % en los costos para determinar cómo variará la rentabilidad del proyecto. El coeficiente de sensibilidad presenta un estudio de 1,0981880. Dicho valor significa que el proyecto soporta hasta la variación señalada.

Para determinar el análisis de sensibilidad con el incremento de costos se realizó la siguiente fórmula:

$$NTIR = T_m + D_t \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}}$$

$$NTIR = 8 + 0,50 \frac{575,33}{575,33 - (-483,16)} \quad NTIR = 8,27 \%$$

1) Diferencia del TIR

- Dif. TIR = TIR proy – Nueva TIR
- Dif. TIR = 9,10% – 8,27%
- Dif. TIR = 0,83

2) Porcentaje de Variación

- % de Var = (Dif. TIR / TIR del proy) x 100
- % de Var = (0,83 / 9,10 %) x 100
- % de Var = 9,08 %

3) Coeficiente de Sensibilidad

- Coefic. de Sensibilidad = % Var / Nueva TIR
- Coefic. de Sensibilidad = 9,08 / 8,27%
- Coefic. de Sensibilidad = 1,0981880

○ **Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos**

Cuadro 94. Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD EN FUNCION DE LA DISMINUCIÓN DE INGRESOS								
AÑOS	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO DISMINUIDO 18,00%	COSTO ORIGINAL	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
					FACTOR ACTUALIZADO 7,5%	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR ACTUALIZADO 8,5%	VALOR ACTUALIZADO
				-79.604,26		-79604,26		-79.604,26
1	62.588,91	51.322,91	31.907,39	19.415,52	0,9302326	18.060,95	0,9216590	17.894,49
2	64.039,84	52.512,67	32.653,08	19.859,59	0,8653326	17.185,15	0,8494553	16.869,84
3	65.098,94	53.381,13	33.198,85	20.182,28	0,8049606	16.245,94	0,7829081	15.800,87
4	66.208,90	54.291,30	33.770,57	20.520,73	0,7488005	15.365,93	0,7215743	14.807,23
5	67.371,68	55.244,78	34.369,24	20.875,53	0,6965586	14.541,03	0,6650454	13.883,18
SUMA						1.794,74		-348,66

Fuente: trabajo de campo

Elaboración: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

Se realizó un análisis de sensibilidad con disminución de ingresos del 18,00 % en los costos para determinar cómo variará la rentabilidad del proyecto. El coeficiente de sensibilidad presenta un estudio de 1,0053860 Dicho valor significa que el proyecto soporta hasta la variación señalada.

Para determinar el análisis de sensibilidad con el incremento de costos se realizó la siguiente fórmula:

$$NTIR = Tm + Dt \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}}$$

$$NTIR = 7 + 1,00 \frac{1.794,74}{1.794,74 - (-348,66)} \quad NTIR = 8,33 \%$$

4) Diferencia del TIR

- Dif. TIR = TIR proy – Nueva TIR
- Dif. TIR = 9,10% – 8,33%
- Dif. TIR = 0,76

5) Porcentaje de Variación

- % de Var = (Dif. TIR / TIR del proy) x 100
- % de Var = (0,76 / 9,10 %) x 100
- % de Var = 8,38 %

6) Coeficiente de Sensibilidad

- Coefic. de Sensibilidad = % Var / Nueva TIR
- Coefic. de Sensibilidad = 8,38 / 8,33%
- Coefic. de Sensibilidad = 1,005386

7. DISCUSIÓN

La finca Delita ubicada en el barrio “La Banda” a 2km del centro del cantón, Gonzanamá de la provincia de Loja, es conocida por su ganadería, cuenta con un agradable clima, posee una vía de segundo orden por donde se ingresa. En su interior encontramos un terreno de (22hectareas) el que nos permitió realizar el estudio para la implementación de actividades turísticas, cuenta con una variedad de cultivos de maíz, chirimoya, limón, poroto; una cascada denominada “La Banda”, una gallera y una amplia producción ganadera, la mayoría de sus habitantes se dedican a la elaboración de quesos, el consumo de este producto es a nivel local, nacional e internacional.

El plan de negocios se lo elaboro con el fin de poner a disposición de la propietaria de la finca Delita para que tome en cuenta todos los beneficios que atraerá y la viabilidad técnica, administrativa y financiera que dotara a este lugar y pueda generar economía que beneficien a la finca y al sector donde se encuentra ubicada a través de la llegada de visitantes; hay que tomar en cuenta que el cantón Gonzanamá posee patrimonios naturales y culturales para crecer turísticamente y realizar actividades agro ecoturísticas.

Se pudo interactuar con varias personas donde se conoció acerca de la finca y del cantón, esto permitió guiarnos en las necesidades de nuestros futuros visitantes y a la vez desarrollar la futura implementación de productos turísticos en la finca “DELITA”, de esta forma se facilitó la construcción de los objetivos, estrategias y la inversión requerida para el funcionamiento del emprendimiento y la rentabilidad esperada por parte de los involucrados, pudiendo obtener en el futuro para este territorio un desarrollo y crecimiento económico.

Con la implementación de esta propuesta investigativa se aprovechará el potencial turístico con el que cuenta la Finca y el Plan de Negocios ayudara a obtener nuevos clientes que serán parte del crecimiento de la empresa. Es importante establecer que este nuevo negocio que está naciendo en esta localidad tendrá la capacidad de poder entregar fuentes de trabajo para las personas que están vinculadas o que vivan en el territorio a través de la organización administrativa y financiera y el personal de servicios, por lo tanto habrá un aporte al desarrollo turístico del cantón Gonzanamá y la provincia de Loja.

8. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el presente trabajo de tesis se llega a las siguientes conclusiones:

- ❖ La finca “DELITA” posee recursos turísticos con gran potencial, propicios para crear nuevas alternativas de turismo, sin embargo, no han sido aprovechados por el propietario.
- ❖ El desconocimiento de la actividad turística y la falta de capacitación en esta rama ha impedido al propietario de la Finca “DELITA” conocer las oportunidades económicas que se pueden emprender en el ámbito turístico.
- ❖ Los productos diseñados para la Finca “DELITA” están orientados para personas de todas las edades interesadas en tener contacto directo con la naturaleza.
- ❖ El desconocimiento que tiene el GAD Cantonal sobre fincas turísticas no aporta para el desarrollo del territorio.
- ❖ Las estrategias de comercialización en cuanto a la promoción y difusión permitirán generar una demanda para que el turista pueda participar de esta modalidad de turismo.
- ❖ La investigación elaborada representa una ventaja para poder desarrollar el turismo, convirtiéndose en un proyecto innovador para la localidad.
- ❖ De acuerdo a la implementación de productos turísticos en la finca “DELITA” generara ingresos directos e indirectos en beneficio de la comunidad y su propietaria.
- ❖ De acuerdo con el estudio financiero realizado los datos arrojados del proyecto se observan que el VAN en la evaluación económica (\$2.351.69) es viable positivo y la TIR, supera las tasas de descuentos.

- ❖ Se concluye que el periodo de recuperación de la inversión será de 4 años 10 meses y 24 días motivo por el cual el proyecto es viable económica y financieramente.

9. RECOMENDACIONES

- ❖ Al propietario de la de la Finca “DELITA” se recomienda que se conserve los atractivos turísticos dentro de la propiedad sirven de actividades turísticas para los visitantes.
- ❖ Al propietario de la Finca “DELITA” la implementación de productos turísticos como iniciativa dentro de la zona, ya que aportara con el incremento de turistas en el sector.
- ❖ Al propietario de la Finca “DELITA” establecer la propuesta de promoción como estrategia para el desarrollo de este emprendimiento con el objeto de fortalecer los servicios que se ofrecerán dentro de la Finca.
- ❖ Al propietario de la Finca “DELITA” crear servicios para personas de todas las edades interesadas en tener contacto directo con la naturaleza.
- ❖ Al propietario de la Finca “DELITA” ejecutar el proyecto ya que desde el punto de vista técnico y financiero de acuerdo a los indicadores analizados es factible, viable y se recomienda al propietario que el proyecto se ejecute.
- ❖ Se recomienda al GAD Cantonal y propietario de la finca “DELITA” desde sus competencias brindar el apoyo necesario para la implementación de los servicios en la Finca, el mismo que permitirá crear nuevos espacios turísticos y establecer nuevos empleos, pero sobre todo dinamizar la economía del sector.
- ❖ A las autoridades del GAD Cantonal de Gonzanamá que ayude al fortalecimiento del talento humano de la Finca “DELITA” y de la localidad a través de talleres sobre emprendimiento turístico.
- ❖ Se recomienda al GAD de Gonzanamá brindar las facilidades y el apoyo para que los productores puedan seguir trabajando en beneficio propio y de la localidad.

- ❖ Se recomienda a las autoridades del Ministerio de Turismo apoyar a la coordinación de Turismo en conjunto con el GAD Cantonal de Gonzanamá para poder potenciar este tipo de proyectos.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Borello, A. (1994). *El Plan de Negocios*.
- Boullón, R. C. (2006). *PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO*. Retrieved from http://www.aptae.pe/archivos_up/0107-planificacion-del-espacio-turistico-roberto-c-ballon.pdf
- Bóveda, J. (2015). *Guía Práctica para la Elaboración de un Plan de Negocios*.
- Burgos, L. (2014). *EL SENDERISMO A TRAVÉS DE LA EDUCACIÓN PRIMARIA AUTORA: LETICIA BURGOS MINGUITO TUTOR ACADÉMICO: ALFREDO MIGUEL AGUADO*. Retrieved from <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/6839/1/TFG-L694.pdf>
- Caisaguano, F. (2018). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TÉ DE CAPULÍ EN EL CANTÓN PÍLLARO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA*.
- Garzozi, R. (2014). *Plan de Negocios para Emprendedores*.
- Giraldo, C. (2015). *Documento de trabajo del libro Enfoques teóricos y miradas contemporáneas del turismo TEORÍAS Y CORRIENTES DEL PENSAMIENTO Y SU RELACIÓN CON EL TURISMO THEORETICAL APPROACHES AND CONTEMPORARY LOOKS OF TOURISM Documento de trabajo del libro Enfoques teóric*. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=2617328>
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *Introducción al turismo*.
- Kekutt, E. B. (2014a). *Turismo: Herramienta Social*. (DUNKEN, Ed.). Buenos Aires. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=ZkEDAwAAQBAJ&pg=PA22&dq=que+es+turismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi8lNyesqTeAhVPOq0KHelcACo4MhDrAQhOMAc#v=onepage&q=que es turismo&f=false>
- Kekutt, E. B. (2014b). *Turismo: Herramienta Social - Kekutt, Elisa Beatriz - Google Libros*. (DUNKEN, Ed.) (DUNKEN). Buenos Aires. Retrieved from

<https://books.google.com.ec/books?id=ZkEDAwAAQBAJ&pg=PA22&dq=que+es+turismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi8INyesqTeAhVPOq0KHlcACo4MhDrAQhOMAc#v=onepage&q=que es turismo&f=false>

- Luna, S. (2014). *Naturaleza, cultura y desarrollo endógeno: Un nuevo paradigma del turismo sustentable*.
- Manzano, A. B. (2013). *LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO "TURISMO DEPORTIVO" 1 MARKETING PRODUCT "SPORTS TOURISM" MARKETING DEL PRODUCTO "TURISMO DESPORTIVO" Dimensión Empresarial* (Vol. 12). Retrieved from <http://ojs.uac.edu.co/index.php/dimension-empresarial/article/viewFile/277/258>
- Martínez, V. (2016). *Significado social de la caza y la pesca deportivas e implicaciones éticas*. Bubok Publishing S.L.
- Navarro, D. (2013). Las instalaciones turísticas de interpretación y los atractivos turísticos culturales en Mendoz. Retrieved from https://digital.cic.gba.gob.ar/bitstream/handle/11746/964/11746_964.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Noguera, J. (2016). EL DESARROLLO REGIONAL COMO RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD. CASO DEL ECOTURISMO EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA 1 REGIONAL DEVELOPMENT AS A SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE UNIVERSITY: THE CASE OF ECO-TOURISM IN THE TUNGURAHUA PROVINCE. Retrieved from <http://orcid.org/0000-0002-4449-8563>
- Olmos, L. (2016). *Estructura del mercado turístico*. Paraninfo. Retrieved from https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=mfj_CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=conceptos+de+turismo&ots=0a0vMDouCF&sig=HTBX6m0gFbJNCuU0ADvzVve7MQM#v=onepage&q=conceptos de turismo&f=false

- Pedraza, O. (2014). *Modelo del plan de negocios: Para micro y pequeña empresa.*
- Pedraza Rendón, O. H. (2014). *Modelo del plan de negocios: Para micro y pequeña empresa.*
- Prácticas, B., & Módulo, P. (2015). *MANEJO DE FINCAS SOSTENIBLES.* Retrieved from http://www.canunite.org/wp-content/uploads/2015/09/1_Module_BestPractices.pdf
- Ramírez, E. (2014). Agroecoturismo: aportes para el desarrollo de una tipología turística en el contexto latinoamericano. *Turismo y Sociedad*, 223–236. <https://doi.org/10.18601/01207555.n15.13>
- Venham, P. (2013). *Senderismo.*
- Vera, I. (2018). *Realidades del turismo local.*
- Zambrano, J. (2017). *ADMINISTRACIÓN DE LA PLANTA TURÍSTICA Y EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE.*

11. ANEXOS

11.1. Anexo 1 Anteproyecto.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL
Y ADMINISTRATIVA**

CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA

TEMA:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA “DELITA” DE LA PARROQUIA GONZANAMÁ, CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA.”

AUTOR:

RODRIGO RAFAEL DELGADO BRAVO

Anteproyecto de tesis previo la obtención del título de Ingeniero en Administración Turística.

LOJA - ECUADOR

2018

1. TEMA

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN LA FINCA “DELITA” DE LA PARROQUIA GONZANAMÁ, CANTÓN GONZANAMÁ, PROVINCIA DE LOJA.”

2. PROBLEMÁTICA

Actualmente a nivel mundial se propone un concepto de hotelería basado en criterios de sostenibilidad siendo soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales, contribuyendo a mitigar el impacto negativo resultado de esta actividad.

Justamente las fincas Agro turísticas se han desarrollado en los territorios del mundo en los últimos años, permiten generar condiciones que faciliten las actividades turísticas, aseguren al visitante a su destino y disfrutar de una experiencia satisfactoria.

En Ecuador, en los últimos años los gobiernos han trabajado para lograr un adecuado sistema de orientación, información y seguridad, sustentando en la instalación de fuentes eficientes como son las fincas Agro turísticas, sin embargo, en los últimos años han tomado mayor iniciativa dentro de la industria turística, sobre todo en zonas vulnerables desde el punto de vista ambiental y cultural.

Esto ha servido mucho para que los visitantes puedan disfrutar y a la vez puedan conservar los recursos naturales con los que se cuenta en nuestro país, debido a que se desarrollan iniciativas eficientes con el uso racional de los recursos, la integración económica de la localidad.

En la provincia de Loja a pesar de poseer recurso turístico para implementación de fincas Agro turísticas, no existen proyectos innovadores como de este tipo, por lo que la población tiene escaso interés en este tipo de proyectos, inclusive las autoridades no aprovechan del todo los recursos naturales, por ende los incentivos de emprendimientos turísticos de esta índole son nulos, visto a ello el cantón Gonzanamá no tiene desarrollo

turístico, al igual que la promoción o difusión de las riquezas naturales y culturales del sitio; debido a esto la demanda decrece.

Dentro de la provincia de Loja encontramos el Cantón Gonzanamá, con una superficie total de 1272 km² es un lugar muy rico en atractivos turísticos en cada una de sus parroquias tanto urbanas como rurales. Las parroquias Nambacola, Gonzanamá, Purunuma, Changaimina, estas poseen lugares de esparcimiento naturales como ríos, cascadas, miradores, atractivos naturales y culturales, fincas que pueden ser aprovechadas para la práctica de diferentes tipos de turismo. Además de su cultura tradiciones, costumbres que hacen que este destino sea interesante para el disfrute de sus visitantes, pero este no cuenta con buen aprovechamiento de las autoridades y pobladores de las zonas.

Este potencial turístico no se ha explotado debido a la carencia de gestión en proyectos turísticos por parte de las autoridades locales lo que no permite adecuadamente el desarrollo de la actividad turística, la facilidad para acceder a los destinos es mínima debido a que existe una baja promoción de estos atractivos tanto naturales como culturales lo que genera el desconocimiento y poca afluencia de turistas, los pobladores se dedican a otras actividades económicas por falta de profesionales en turismo que capaciten a los pobladores para que aprovechen sus riquezas naturales y culturales, el desconocimiento de los atractivos provoca que la parroquia no sea conocida en el ámbito turístico, lo cual repercute en la escasas de participación de otras instituciones y organismos inmersos en la actividad turística.

La Finca "DELITA", es considerada como una finca de producción tanto agrícola como ganadera, la cual cuenta con bellos paisajes que podrá ofrecer al turista un ambiente agradable y acogedor.

Se pudo establecer con el propietario el principal problema del lugar la poca diversificación de actividades agro-turísticas, falta de información referente a los beneficios que genera el buen manejo de turismo para toda la comunidad, además existe la incertidumbre entre los consumidores por ser una actividad desconocida, de igual manera no existe promoción e información de los atractivos a nivel cantonal y provincial, lo que limita el desarrollo turístico empresarial que ocasiona esta problemática.

Una vez identificadas las falencias turísticas que presenta la finca se pretende elaborar un Plan de negocio para la Implementación de productos Turísticos en la finca “DELITA” de la parroquia Gonzanamá, Cantón Gonzanamá, provincia de Loja.

3. JUSTIFICACIÓN:

El presente trabajo se enfoca en desarrollar una propuesta de plan de negocios para la implementación de productos turísticos en la finca Agro turística “DELITA” de la parroquia Gonzanamá, Cantón Gonzanamá, provincia de Loja.

La zona goza de un excelente clima y una hermosa vista panorámica del Cantón alejado de la ciudad y respirando aire puro de su vegetación con un entorno natural extraordinario para quienes aman la naturaleza, además cuenta con una cascada y cultivos propios del lugar, lo cual representa una gran ventaja competitiva. Así poder crear que el cliente regrese para poder disfrutar de todos estos beneficios que se le ofrecerá, para ello se elaborara un plan de negocios que permitirá garantizar la inversión diseñando un producto de calidad que satisfaga las necesidades de los visitantes, sin dejar de lado el respeto y conservación del patrimonio.

Este plan de negocios aportara en un nuevo concepto de turismo para poder crear nuevos espacios para que el visitante pueda interactuar tanto con la gente de la comunidad como de todos los servicios que se les va

ofrecer dentro de la finca ya que contaremos con espacios para acampar en áreas deportivas, piscina, cabañas para hospedarse, senderos, y la parte agrícola que se les dará a conocer y podrán observar las actividades que estos realizan.

Por otro lado, al haber mayor oferta aumentará la demanda y la exigencia de los turistas por un mejor servicio lo que incurrirá a un mejoramiento en los procesos de calidad de servicio conllevando al crecimiento de la Industria y preferencia como destino turístico.

Esta idea surge por el interés personal de poder emprender un nuevo tipo de turismo dentro del cantón y así poder poner en práctica las habilidades obtenidas durante nuestra formación universitaria.

Por otro lado, la realización del presente proyecto servirá como requisito para obtener a mediano plazo el título de ingeniero en administración turística.

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

4.1.1.OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios, para la implementación de productos turísticos para la finca “DELITA” de la Parroquia Gonzanamá, Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar diagnóstico turístico de la situación actual de la finca “DELITA” de la parroquia Gonzanamá.
- Proponer un plan de negocios para productos turísticos de la finca “DELITA” de la parroquia Gonzanamá.

- Proponer las estrategias para la implementación del Plan de Negocios de los productos turísticos de la finca “DELITA” de la parroquia Gonzanamá.

5. MARCO TEORICO

5.1. Marco Conceptual

5.1.1. Plan de negocio.

5.1.2. Concepto

5.1.3. Características

5.1.4. Estructura

- Misión
- Visión
- Objetivos
- Alcance....

5.1.5. Elementos plan de negocio.

5.1.5.1. Innovación.

5.1.5.2. Empresa.

5.1.5.2.1. Implementación Agro turística.

5.1.5.3. Impactos ambientales.

5.1.6. Turismo

5.1.7. Clasificación del turismo

5.1.7.1.1. Turismo de naturaleza.

5.1.7.1.2. Agroturismo.

5.1.7.1.3. Origen del Agroturismo.

5.1.7.1.4. Tipos de Agroturismo.

5.1.7.1.5. La relación de turismo y Agroturismo.

5.1.7.1.6. Impactos del eco-turismo.

5.1.8. Estudio de Mercado

5.1.8.1. Oferta

5.1.8.2. Demanda

5.1.8.3. FODA

5.1.8.4. Estrategia

- 5.1.8.4.1. Concepto
- 5.1.8.4.2. Importancia
- 5.1.8.4.3. Clasificación de estrategias
- 5.1.8.5. Competitividad
 - 5.1.8.5.1. Concepto
 - 5.1.8.5.2. Importancia
 - 5.1.8.5.3. Estrategias competitivas

5.2. Marco Referencial

5.2.1. Datos de la provincia de Loja.

5.2.2. Datos del cantón Gonzanamá.

5.2.3. Ubicación geográfica.

5.2.3.1. Mapa de la provincia de Loja.

5.2.3.2. Mapa del cantón Gonzanamá.

5.2.3.3. Antecedentes históricos.

5.2.3.4. División política.

5.2.3.4.1. Fechas importantes.

5.2.3.4.2. Aspecto Geográfico.

5.2.3.4.3. Superficie.

5.2.3.4.4. Límites

5.2.3.4.5. Altitud.

5.2.3.4.6. Clima.

5.2.3.4.7. Hidrografía.

5.2.3.4.8. Temperatura

5.2.3.4.9. Relieve.

5.2.3.5. Población.

5.2.3.5.1. Población económicamente activa.

5.2.3.5.2. Actividad económica de la población.

5.2.3.5.3. Fuentes de ingresos del cantón.

5.2.3.6. Actividades culturales del Cantón.

5.2.3.6.1. Tradiciones locales.

- 5.2.3.6.2. Fiestas religiosas.
- 5.2.3.6.3. Fiestas cívicas.
- 5.2.3.6.4. Gastronomía.
- 5.2.3.7. Aspectos turísticos.
 - 5.2.3.7.1. Planta turística.
 - 5.2.3.7.1.1. Recreación.
 - 5.2.3.7.1.1.1. Atractivos naturales.
 - 5.2.3.7.1.1.2. Atractivos patrimoniales.
 - 5.2.3.7.1.1.3. Atractivos culturales.
 - 5.2.3.7.1.2. Hospedaje.
 - 5.2.3.7.1.3. Accesibilidad.
 - 5.2.3.7.1.4. Otros

6. METODOLOGIA

El presente trabajo investigativo establecerá herramientas necesarias para lograr los objetivos propuestos por tal razón nos basaremos en la información otorgada por el propietario de la finca “DELITA” y por fuentes de investigación secundarias, para esto es necesario contar con recursos adecuados. La metodología que se utilizara en el plan de negocios para la implementación de productos turísticos en la finca “DELITA” de la Parroquia Gonzanamá, Cantón Gonzanamá, Provincia de Loja, se basara en la aplicación de los siguientes enfoques, métodos y técnicas para el desarrollo de la investigación.

Enfoques

El enfoque del presente trabajo investigativo se utilizarán dos métodos cualitativo y cuantitativo para la realización de entrevistas y encuestas a los visitantes en destino turístico.

Métodos

Método Deductivo: Parte de datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales (Escobar, 2018) . Este método será de gran importancia para la realización del proyecto investigativo, el mismo que se contrastará con los fundamentos teóricos y categorías establecidas en relación al Plan de negocios para la implementación de productos turísticos con el propósito de poder establecer conclusiones evidentes de acuerdo a la problemática determinada.

Método Inductivo: va de lo particular a lo general. Se basa en la observación, el estudio y la experimentación de diversos sucesos reales para poder llegar a una conclusión que involucre a todos esos casos (Escobar, 2018). Mediante este método se podrá establecer cómo los dueños de la finca podrán insertar productos turísticos los cuales serán beneficio de carácter económico, social y ambiental tanto para la finca como para la localidad de la Parroquia Los Encuentros.

Método Analítico: Proceso cognoscitivo que consiste en descomponer un objetivo de estudio mediante la separación de cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual (Roberto Hernández Sampieri, 2006) ...Este método permitirá un análisis de factores internos y externos que indiquen en la finca "DELITA", además se utilizará para la interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas aplicadas a los turísticos, población y autoridades de la localidad.

Método Descriptivo: Consiste en desarrollar una caracterización de las situaciones y eventos de cómo se manifiesta el objeto de investigación, ya que éste busca especificar las propiedades importantes del problema en cuestión, mide independientemente los conceptos y también puede ofrecer la posibilidad de predicciones aunque sean muy rudimentarios (Roberto

Hernández Sampieri, 2006) La aplicación de este método a través de la clasificación de categorías establecidas en la investigación permitirá contar con una visión general de la importancia de proponer un plan de negocios para la implementación de productos turísticos dentro de la finca "DELITA".

Técnicas:

Encuestas: Técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador (Roberto Hernández Sampieri, 2006). En el caso del proyecto propuesto, las encuestas se aplicarán a los turistas y población económicamente activa del cantón Gonzanamá, con el propósito de obtener datos cuantitativos y cualitativos de la demanda e identificar los deseos y preferencias de la mismas y en base a ello proponer algunas pautas para un correcto manejo del plan de negocios y una adecuada aceptación de la finca.

Entrevista: Es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información versará en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando (Escobar, 2018). Con esta técnica se obtendrá información clara y verídica de la finca. Es por esta razón que se aplicara varias entrevistas a las personas involucradas en las actividades que se realizan dentro de la finca.

Observación directa: Es aquella donde se tiene un contacto directo con los elementos o caracteres en los cuales se presenta el fenómeno que se pretende investigar (Roberto Hernández Sampieri, 2006), con esta técnica se lograra evidenciar el estado actual de la finca y a la vez se determinara las necesidades que tiene y que estrategias se deberían implementar para su desarrollo turístico; para determinar las principales necesidades y la cual sería el aporte como profesional en el área turística para que la propuesta

del Plan de Negocios para la implementación de productos turísticos dentro de la finca “DELITA”.

Población y Muestra: Para la obtención de la muestra será de los turistas que ingresaron al Cantón Gonzanamá de la Provincia de Loja; en el año 2018 para lo cual se realizara una proyección del 0,50% que es la tasa de crecimiento turístico establecida en la parroquia.

Metodología por objetivos

- **Realizar un diagnóstico de la situación actual de la finca “DELITA” del Cantón Gonzanamá.**

Para el cumplimiento del primero objetivo, se aplicará el método descriptivo y analítico los cuales servirán para desglosar toda la información que se obtendrá del lugar y permitir a la vez conocer la realidad del mismo que servirá para realizar un análisis completo del diagnóstico del lugar; también contribuirá para la obtención de conclusiones generales para la viabilidad del plan de negocios.

Se empleará la técnica de observación directa, esta permitirá conocer la realidad de la finca, así como también realizar la ficha de atractivos turísticos de Ministerio de Turismo y a la vez validar la jerarquía en la que se encuentra ubicados de los mismos. Además, se usará la ficha descriptiva de atractivos turísticos, la cual servirá para describir los diferentes atractivos que se encuentran dentro del entorno. Se tomará como fuentes principales tesis, trabajos investigativos e información proporcionada por la comunidad.

Se realizará entrevistas al propietario y demás personas vinculadas con el sitio, con el propósito de obtener información valiosa que contribuya al desarrollo del proyecto de investigación, así mismo se aplicaran encuestas a los turistas que se visitan el cantón Gonzanamá y a la población económicamente activa del mismo.

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir la cantidad de personas a encuestar se considerará como universo a la población Económicamente Activa (PEA) del cantón Gonzanamá proyectada en el año 2017, información que será otorgada por el GAD Municipal del Cantón Gonzanamá, dicho dato será proyectado con tasa de crecimiento de turistas de la provincia de Loja que de acuerdo al Ministerio de Turismo. A continuación, se muestra la proyección de población Económicamente Activa del Cantón Gonzanamá.

DEMANDA ACTUAL

TABLA N°6 POBLACIÓN DEL CANTÓN GONZANAMA

AÑOS	No. HABITANTES
2010	12.716
2011	12.483
2012	12.255
2013	12.031
2014	11.810
2015	11.594
2016	11.382
2017	11.174
2018	10.969

Fuente: Resultados del VII Censo de Población del 2010 – INEC
Elaboración: Rodrigo Delgado

Tamaño de la muestra

Para la aplicación de la muestra se tomará en cuenta la siguiente formula

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{[(N - 1)E^2] + (Z^2 * P * Q)}$$

Datos

z= Nivel de confianza 1,96

q= probabilidad de éxito

p= probabilidad de fracaso 0,5

N= población

E= margen de error de estimación

TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{[(N - 1)E^2] + (Z^2 * P * Q)}$$
$$n = \frac{10.969 * (1.96)^2 * 50\% * 50\%}{[(10.969 - 1)(5\%)^2] + (1.96)^2 * (50\%) * (50\%)}$$
$$n = \frac{10.969 * 3,8416 * 0,50 * 0,50}{[(10.969 - 1)(0,05)^2] + (1.96)^2 * (0,50) * (0,50)}$$
$$n = \frac{10.534,6276}{28.3804}$$
$$n = 371$$

De la fórmula aplicada a la muestra de una población de 10.969 personas; me dio como resultado aplicar 371 encuestas.

- **Proponer un plan de negocios para productos turísticos de la finca “DELITA” de la parroquia Gonzanamá.**

Para el cumplimiento del segundo objetivo, se utilizará el método deductivo e inductivo, estos ayudaran, así como el método bibliográfico y la observación directa mediante la visita de campo donde se recopilará la información para la obtención información para el inventario de atractivos turísticos, necesaria para la realización del plan de negocios dentro que se ejecutará dentro de la finca. Metodología será del autor del libro Investigación Fundamentos y Metodología de los siguientes autores (Rosemary Méndez y Franco Sandoval), para la elaboración del plan de negocios para la implementación de productos turísticos en la finca.

- **Proponer las estrategias para la implementación del Plan de Negocios de los productos turísticos de la finca “DELITA” del Cantón Gonzanamá.**

Para dar cumplimiento al tercer objetivo se aplicara el método descriptivo el cual ayudará en la investigación con hechos verídicos y generales del Cantón Gonzanamá, y la finca “DELITA”, donde desarrollará acciones o actividades que puedan mejorar el nivel de economía, social, cultural y ambiental dentro de la localidad, además se realizará la presentación mediante diapositivas con el fin de dar a conocer y difundir la información obtenida, resultados, conclusiones y recomendaciones del proyecto de tesis de manera clara y sencilla a las partes interesadas.

7. CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	Meses																											
	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril			
Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
Elaboración del Proyecto de Tesis			X	X	X																							
Recolección de Información Trabajo de campo Aplicación de encuestas						X	X	X	X																			
Primer Objetivo: o Realizar un diagnóstico la situación actual de la finca "Delita" de la parroquia Gonzanamá.										X	X	X																
Revisión y corrección del primer objetivo											X	X	X															
Segundo Objetivo: o Proponer un plan de negocios para productos turísticos de la finca "Delita" de la parroquia Gonzanamá.														X	X	X												
Presentación del segundo objetivo																	X	X	X									
Tercer Objetivo: o Proponer las estrategias para la implementación del Plan de Negocios de los productos turísticos de la finca "Delita" de la parroquia Gonzanamá.																				X	X	X						
Presentación del borrador de tesis																						X	X					
Corrección del borrador de tesis																								X	X			

Fuente: Rodrigo Delgado
Elaboración: Rodrigo Delgado

8. PRESUPUESTO

Recursos	Gastos
Recursos Humanos Docentes Tesisista	\$00,00
Recursos Materiales Papel Bond Anillados Material de oficina Copias, Laptop internet Cámara Grabadora Impresiones Material bibliográficos	\$300,00
Recursos Empresariales o Institucionales Información Gads Aporte institucional	\$00,00
Transporte	\$800,00
Imprevistos	\$200,00
TOTAL	\$1.300,00

Fuente: Observación directa
Elaboración: Rodrigo Bravo

Financiamiento

El costo del proyecto de investigación será asumido en su totalidad con recursos económicos de la propia tesisista.

9. BILIOGRAFIA

- Gaahost. (2015). Yasuni eco lodge. En M. Agama. Puertp Baquerizo Moreno.
- Madrid Morejon, A. P. (2011). Proyecto de factibilidad para la creación de un ecolodge en la Comuna Tola Chica, parroquia de Tumbaco, provincia de Pichincha.
- productiva, S. d. (2013). Plan de negocios para turismo de naturaleza en Colombia. Colombia.
- RES. (2012). Ecololodge experiencias desde el corazon a la naturaleza.
- telegrafo, E. (2018). Turistas extranjeros.
- Vazconez, C. I. (2015). Guia Ecolodge. Palermo, Argentina.
- Villarán, K. W. (2009). Planes de negocio . Perú: MEDiA.
- Ley de turismo del Ecuado,2014.
- Ministerio del ambiente del Ecuador.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10315/1/Tesis%20Hosteria%20Ecologica%20Turismo.pdf>
<http://www.utpl.edu.ec/arterupestre/introduccion.html>
<http://www.vivaloja.com/content/view/459/217/>
- <http://www.utpl.edu.ec/arterupestre/introduccion.html>
<http://www.vivaloja.com/content/view/459/217/>
Bullon, Roberto. Planificacion del Espacio Turistico. Mexico: Editorial Trillas 2004.
[Slideshare.net/fernando68/plan-estratgico-de-negocio](http://slideshare.net/fernando68/plan-estratgico-de-negocio).

11.2. Anexo 2 Encuesta.

Mucho agradecería a usted me proporcione 10 minutos de su valioso tiempo para responder unas preguntas a fin de conocer su opinión acerca de un emprendimiento turístico para en una finca ubicada en el sector del cantón Gonzanamá, de la provincia de Loja al sur del Ecuador, contando con una amplia área que permite el desarrollo de múltiples actividades turísticas, donde sobresale el cultivo de maíz, frejol, chirimoya, limón, etc. Es conocido por la industria láctea y sus derivados, dotada de todos los servicios básicos para el futuro turista que nos visitara.

1. ¿Estaría dispuesto a visitar un lugar con estas características?

SI NO

En caso *De ser negativa la respuesta le agradecemos su colaboración.*

2. ¿Por qué motivo visita el cantón Gonzanamá?

Negocios Vistas familiares Por turismo

3. ¿Qué actividad le gustaría realizar en una finca turística? *(puede marcar más de una opción)*

- | | | | |
|--|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| Camping | <input type="checkbox"/> | Hospedaje | <input type="checkbox"/> |
| Mirador | <input type="checkbox"/> | Pesca deportiva | <input type="checkbox"/> |
| Ciclismo de montaña | <input type="checkbox"/> | Caminatas | <input type="checkbox"/> |
| Visita a huertos frutales | <input type="checkbox"/> | Visitar establos de ganadería | <input type="checkbox"/> |
| Degustación gastronómica | <input type="checkbox"/> | Cabalgatas | <input type="checkbox"/> |
| Fotografía | <input type="checkbox"/> | | |
| Participar en producción derivados de leche vacuna | <input type="checkbox"/> | | |
| Participar en actividades agropecuarias | <input type="checkbox"/> | | |
| Otros | <input type="checkbox"/> | | |

(especifique) _____

4. ¿Qué servicios complementarios le gustaría encontrar? (puede marcar más de una)

- Restaurante Piscina
Salón de Eventos
Tiendas de recuerdos Área de Spa
Alquiler de equipos de recreación Área de picnic
Canchas deportivas Juegos infantiles
Otros (especifique) _____

5. ¿Cuál de los siguientes aspectos, tomaría en consideración para visitar la finca?

- Precios Vías de acceso Infraestructura Clima
Calidad de producto y servicio

6. ¿Con quién le gustaría visitar este lugar?

- Familiares Pareja
Amigos Instituciones educativas

7. ¿Qué días le gustaría visitar la finca? Elija una opción

- Vacaciones Fines de semana Lunes -Viernes
Feriados

8. ¿Cuanto estaría dispuesto a gastar al ser uso de las actividades turísticas de esta finca?

- De \$5 a \$15 De \$16-\$26 De \$27 o mas

9. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre la finca?

- Redes Sociales Hojas volantes Radio Televisión
Ferias

10. ¿Cómo le gustaría que se promocióne la finca?

CD promocional Bolsos Camisetas Fotos postales
Paquete turístico

INFORMACIÓN GENERAL

Mucho agradeceré responda las siguientes preguntas sobre su persona

11. Lugar de procedencia (país /provincia/ciudad)

12. Edad

Hasta los 24 años Entre 25 y 34 años Entre 35 y 44 años
Entre 45 y 54 años Entre 55 y 64 años Más de 65 años

13. Sexo: Masculino Femenino

14. Ocupación: Sector Publico Sector Privado

Por cuenta propia

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

11.3. Anexo 3 Entrevista.

- 1. ¿Cuál es el rol que usted desempeña en la finca Delita?**
.....
.....
- 2. ¿Qué actividades realiza dentro de la finca?**
.....
.....
- 3. ¿Cuál crees que son las ventajas y desventajas de la finca?**
.....
.....
- 4. ¿Cómo está estructurada la finca?**
.....
.....
- 5. ¿Considera que el último puede intervenir en el desarrollo de la comunidad a la cual pertenece?**
.....
.....
- 6. ¿Qué actividades considera que pueden realizarse en la finca?**
.....
.....
- 7. ¿Cree usted que la finca presta las condiciones para ser visitada?**
.....
.....
- 8. ¿Qué medios usaría para difusión de la finca?**
.....
.....

Entrevista – Elva Bravo

1. ¿Cuál es el rol que usted desempeña en la finca Delita?

Propietaria, intervengo en ciertos roles como diseño o ideas para las mejoras de la misma.

2. ¿Qué actividades realiza dentro de la finca?

Medición de la edificación actualmente construida, para generar una propuesta en una parte de la vivienda.

3. ¿Cuál crees que son las ventajas y desventajas de la finca?

Las ventajas es que se encuentra muy cerca al pueblo y es posible llegar a pie o en vehículo privado o particular, es un lugar tranquilo y con un paisaje bonito para admirar y descansar.

4. ¿Cómo está estructurada la finca?

Se encuentra dividida en dos áreas, la mitad para el cultivo de ciclos cortos, y la otra mitad para pastizales y la crianza de ganado.

5. ¿Considera que el turismo puede intervenir en el desarrollo de la comunidad a la cual pertenece?

El terreno como tal tiene una amplia extensión que permite que la comunidad pueda relacionarse con el lugar y realizar múltiples actividades.

6. ¿Qué actividades considera que pueden realizarse en la finca?

Un punto fuerte es la presencia de la cascada, la que podría servir como balneario, posee una gran extensión de terreno por lo que se puede generar senderos y zonas de camping, barbacoa, mobiliario para

descansar, recorrer y observar la crianza del ganado y el proceso de cultivos de ciclo corto, la gallera en la actualidad existe, pero se podría adaptar a algún tipo de vivienda que sirva como refugio y estadía de algunas personas, la piscina se la podría rehabilitar y hacer uso de la misma.

7. ¿Cree usted que la finca presta las condiciones para ser visitada?

La finca cuenta con la potencialidad, en cuanto a condiciones necesita de alguna inversión para mejorar muchas zonas y hace las personas se sientan más atraídas.

8. ¿Qué medios usaría para difusión de la finca?

Las redes sociales, publicidad en medios de comunicación, y oferta de paquetes turísticos en colaboración con la municipalidad.

Entrevista – América Torres

1. ¿Cuál es el rol que usted desempeña en la finca Delita?

El rol que desempeño al igual que mi esposo es el del cuidado de la finca también contribuyó en la crianza de los animales y cultivos.

2. ¿Qué actividades realiza dentro de la finca?

La mayoría de actividades en las que contribuyo son la ordeña del ganado, el sembrío y cultivo de legumbres y hortalizas, plantas, frutales, etc, El trabajo duro lo realiza mi esposo yo soy un apoyo a las diversas actividades que el realiza.

3. ¿Cuál crees que son las ventajas y desventajas de la finca?

Las ventajas se centran en la economía de todo el cantón ya que nos beneficiemos, y en cuanto a desventajas es la falta de atención por falta de autoridades.

4. ¿Cómo está estructurada la finca?

La finca en la actualidad en su gran mayoría está estructurada por ganado vacuno en los potreros, además de algunos sembríos.

5. ¿Considera que el turismo puede intervenir en el desarrollo de la comunidad a la cual pertenece?

Si podría ayudar al desarrollo de la comunidad ya que este lugar cuenta con varios factores como la ubicación y por los atractivos con los que cuenta el lugar.

6. ¿Qué actividades considera que pueden realizarse en la finca?

Las actividades que se pueden realizar, sería primeramente visitar la hermosa cascada que se encuentra a pocos pasos de la finca, observar el ordeño del ganado para tomar la típica diamantina, excursiones turísticas y mucho más.

7. ¿Cree usted que la finca presta las condiciones para ser visitada?

Las condiciones que presta es que tenemos transporte, buena carretera, o sino se puede ir caminando para poder hacer un buen ejercicio, ya que solo se hace 15 minutos.

8. ¿Qué medios usaría para difusión de la finca?

Los medios para la difusión de la finca, sería las redes sociales y la radio que son los más conocidos.

Entrevista – Santos Correa

1. ¿Cuál es el rol que usted desempeña en la finca Delita?

El rol que desempeño en la finca es de cuidador y peón debido a que los propietarios no residen en el lugar, y junto a mi esposa llevamos las riendas de la finca.

2. ¿Qué actividades realiza dentro de la finca?

En la actualidad desempeño actividades de limpieza de potreros, cuidado del ganado, cercado de potreros, siembra y cosechas de hortalizas.

3. ¿Cuál crees que son las ventajas y desventajas de la finca?

Una de las ventajas es la ubicación y la cercanía que tiene con el pueblo, por la cual es de fácil accesibilidad y en cuanto a desventaja esta la falta de interés de la población y municipalidad por convertirlo en un sitio turístico.

4. ¿Cómo está estructurada la finca?

La finca en la actualidad en su gran mayoría está estructurada por ganado vacuno en los potreros, los parados de cultivos y la parte donde se encuentra la cascada y quebrada.

5. ¿Considera que el turismo puede intervenir en el desarrollo de la comunidad a la cual pertenece?

Claro que puede el turismo beneficiar a la comunidad ya que permitiría realizar otro tipo de actividades económicas para no enfocarse únicamente en la ganadería.

6. ¿Qué actividades considera que pueden realizarse en la finca?

Se puede realizar excursiones turísticas, cabalgatas, visitas a la cascada conocer acerca de agricultura y ganadería para que los turistas se relacionen con estas actividades.

7. ¿Cree usted que la finca presta las condiciones para ser visitada?

Posee las condiciones, pero falta mucho por hacer e invertir para mejorar las instalaciones y aquí brindar un mejor servicio.

8. ¿Qué medios usaría para difusión de la finca?

Las redes sociales y radios que es lo que más utilizamos.

11.4. Anexo 4 Registro Fotográfico.





11.5. Anexo 5 Proformas

pdb

Patricia Delgado Bravo
ARQUITECTA
0967599059



CLIENTE: Rodrigo Rafael Delgado Bravo

FECHA: 14 de Abril de 2019

DETALLE: Rubros Generales de Construcción

PROFORMA #: 103

PROFORMA

ÁREA DE CONSTRUCCIÓN	RUBRO	VALOR
118,34 m2	Construcción de un restaurante	23668.00
36,55 m2	Construcción de una piscina	10965.00
362,33 m2	Construcción de área de parqueaderos	1812.00
44,94 m2	Construcción de área de cocina	12583.00
5,16 m2	Construcción de área de baños	1084.00
19,86 m2	Construcción área de vestidores	4171.00
	VALOR TOTAL	54283.00

FIRMA AUTORIZADA
Patricia Delgado Bravo
ARQUITECTA

ALMACENES LA GANGA



Precio de Bahía con Garantía

CLIENTE

RODRIGO RAFAEL DELGADO
BRAVO

DIRECCIÓN

ESTEBAN GODOY

PROFORMA # 8247

FECHA DE EMISIÓN 31/05/2019

FECHA DE VENCIMIENTO 30/06/2019

Valor Total**\$3,100.00**

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	VALOR
1	COCINA	300.00	300.00
1	REFRIGERADORA	700.00	700.00
1	LICUADORA	100.00	100.00
1	MICROONDAS	150.00	150.00
1	FREIDORA	200.00	200.00
1	PARRILLA	150.00	150.00
1	HORNO	400.00	400.00
1	COMPUTADORA	800.00	800.00
1	IMPRESORA	200.00	200.00
1	TELÉFONO	100.00	100.00

VENDEDOR

TÉRMINOS Y CONDICIONES

ESTE DOCUMENTO Y SUS VALORES SON REFERENCIALES

11.6. Anexo 6 Fichas MINTUR.



		c. Tercer orden	<input type="checkbox"/>	0	0	0	texto			
Observaciones: texto										
b. Acuático (U)	<input type="checkbox"/>	Marítimo	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto		
	<input type="checkbox"/>	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto		
	<input type="checkbox"/>	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto		
Observaciones: texto										
c. Aéreo (U)		Nacional:			<input type="checkbox"/>	Internacional:			<input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones: texto										
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta	<input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi	<input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi	<input type="checkbox"/>	
f. Teleférico	<input type="checkbox"/>	g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bote	<input type="checkbox"/>	i. Barco	<input type="checkbox"/>	j. Canoa	<input type="checkbox"/>	
k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Avioneta	<input type="checkbox"/>	m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique	texto	
Observaciones: texto										
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio		b. Estación / terminal		c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)		
				Diana	Semanal	Mensual	Eventual			
30 de Septiembre		Plazoleta de Gonzanamá		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Carreras y/o fietes a : Loja, Catamayo, Carriamanga y Quilanga		
texto		texto		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto		
texto		texto		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto		
texto		texto		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto		
texto		texto		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
General	<input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Física	<input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Visual	<input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva	<input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	<input checked="" type="checkbox"/>	
d. No es accesible	<input type="checkbox"/>	Observaciones: Accesibilidad para el público en general								
4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/>										
a. Señalización de aproximación al atractivo		<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
Observaciones: texto										
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>										
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>										
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano					
Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	

Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Hostal	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal	<input checked="" type="checkbox"/>	1	18	36				
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input checked="" type="checkbox"/>	1	10	20				
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Observaciones: <i>no</i>					Observaciones: <i>no</i>								
Alimentos y bebidas		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas		<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	2	20	80				
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0				
Observaciones: <i>no</i>					Observaciones: <i>no</i>								
Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados					
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0							
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		Internacionales	<input type="checkbox"/>	0							
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		Operadoras	<input type="checkbox"/>	0							
Observaciones: <i>no</i>					Observaciones: <i>no</i>								
Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	0	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	0	Aventura	0		
Observaciones: <i>no</i>					Observaciones: <i>no</i>								
8.3 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>													
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal		Estado (U)				
a. De apoyo a la gestión turística	<input type="checkbox"/>	Punto de información	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>no</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	i-Tur	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>no</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>no</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>no</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
b. De observación y vigilancia	<input checked="" type="checkbox"/>	Garitas de guardia	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>no</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	<input checked="" type="checkbox"/>	Miradores	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>no</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	<input checked="" type="checkbox"/>	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>no</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	<input checked="" type="checkbox"/>	Torres de vigilancia para actividades	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>no</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
c. De recorrido y descanso	<input type="checkbox"/>	Senderos	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>no</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>no</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>no</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	<input type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	<i>no</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
d. De servicio	<input checked="" type="checkbox"/>	Baterías sanitarias	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	<i>no</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	<input checked="" type="checkbox"/>	Estacionamientos	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	<i>no</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
e. Otros	<input type="checkbox"/>			0	0	<i>no</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

Observaciones: <input type="text"/>			
6.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de merchandising <input checked="" type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>	
Observaciones: <input type="text"/>			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO <input checked="" type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huasquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input checked="" type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>			
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>	d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input checked="" type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huasquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input checked="" type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input checked="" type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input checked="" type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique: <input type="text"/>		
Observaciones: <input type="text"/>			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante: <input type="text"/>	b. Denominación: <input type="text"/>	h. Fecha de declaración: <input type="text"/>	c. Alcance: <input type="text"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA <input checked="" type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado m. cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Potable <input type="checkbox"/>	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Potable <input type="checkbox"/>
Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>	
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público <input type="checkbox"/>
Especifique: <input type="text"/>		Especifique: <input type="text"/>	
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Red pública <input type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Red pública <input type="checkbox"/>

Especifique: <i>texto</i>		Especifique: <i>texto</i>						
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> <i>Cero Recolector</i>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> <i>Cero Recolector</i>						
Especifique: <i>texto</i>		Especifique: <i>texto</i>						
Observaciones: <i>texto</i>								
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de atractivos turísticos	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem direccionales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Paneles de direccionamiento hacia atractivo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información botánica	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de zonificación	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<i>texto</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<i>texto</i>							
Observaciones: <i>texto</i>								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>						
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Bolsa de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Bolsa de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>		0			
Observaciones: <i>texto</i>								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. Privada <input checked="" type="checkbox"/>	Cuidador							
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>	BCU/911							

c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>			
d. Otra <input type="checkbox"/>		texto	
Observaciones: texto			
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>	
Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>	
Fija <input type="checkbox"/>	Lineas telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>	
Móvil <input checked="" type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>	
Satélite <input type="checkbox"/>	Telefonía móvil <input type="checkbox"/>		
Observaciones: texto			
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>			
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>	
		De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>	
Observaciones: texto			
7.6 Multimenazas (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>	
		Erupciones volcánicas <input type="checkbox"/>	
		Incendios forestales <input checked="" type="checkbox"/>	
Sequía <input checked="" type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>	
		Aguajes <input type="checkbox"/>	
		Tsunami <input type="checkbox"/>	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		Institución que elaboró el documento:	
		Nombre del documento:	
		Año de elaboración:	
Observaciones: texto			
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>			
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? <input checked="" type="checkbox"/>		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Año de elaboración: 2015	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD S)? <input checked="" type="checkbox"/>		SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Especificar:	
texto			
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especificar:	
texto			
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? <input type="checkbox"/>		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especificar:	
texto			
Observaciones: texto			
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>			
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
9.1.1 En el Agua (M) <input checked="" type="checkbox"/>			
a. Buceo <input type="checkbox"/>		b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	
		c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>	
		d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	
		e. Surf <input type="checkbox"/>	
f. Kite surf <input type="checkbox"/>		g. Rafting <input type="checkbox"/>	
		h. Snorkel <input type="checkbox"/>	
		i. Tubing <input type="checkbox"/>	
		j. Regata <input type="checkbox"/>	
k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>		l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>	
		m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	
		n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	
		o. Parasailing <input type="checkbox"/>	
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>		q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	
		r. Boya <input type="checkbox"/>	
		s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	
		Otro <input type="checkbox"/> texto	
Observaciones: texto			
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>			
a. Ala Delta <input type="checkbox"/>		b. Canopy <input type="checkbox"/>	
		c. Parapente <input type="checkbox"/>	
		d. Otro <input type="checkbox"/> texto	
Observaciones: texto			
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>			
a. Montañismo <input type="checkbox"/>		b. Escalada <input type="checkbox"/>	
		c. Senderismo <input type="checkbox"/>	
		d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	
		e. Canyoning <input type="checkbox"/>	
f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>		g. Actividades Recreativas <input checked="" type="checkbox"/>	
		h. Cabalgata <input type="checkbox"/>	
		i. Caminata <input type="checkbox"/>	
		j. Camping <input type="checkbox"/>	
k. Pínic <input type="checkbox"/>		l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>	
		m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	
		n. Otro <input type="checkbox"/> texto	
Observaciones: texto			
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>			

9.2.1 Tangibles e intangibles

a. Recorridos guiados b. Recorrido autoguiados c. Visita a talleres artísticos

b. Participación en talleres artísticos d. Visita a talleres artesanales i. Participación en talleres artesanales

e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc. originales. i. Actividades vivenciales y/o lúdicas

g. Presentaciones o representaciones en vivo h. Muestras audiovisuales g. Fotografía

j. Degustación de platos tradicionales l. Participación de la celebración m. Compra de artesanías

n. Convivencia o. Medicina ancestral Otro

Observaciones:

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI NO SI

10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)

¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI NO Especifique:

¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI NO

Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: <input type="text" value=""/>	Ninguna
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text" value=""/>	Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text" value=""/>	Ninguna
d. Material POP <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text" value=""/>	Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text" value=""/>	Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: Radio Cotacachi, La voz del Cotacachi	Anual
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text" value=""/>	Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text" value=""/>	Ninguna

Observaciones:

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI NO Especifique:

Observaciones:

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI NO SI

11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos

a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI NO Tipo: Digital Papel Años de registro:

b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI NO Frecuencia de los reportes:

c. Temporalidad de visita al atractivo

Alta (meses)	Especifique	Numero de visitantes
<input type="checkbox"/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value="0"/>
Baja (meses)	<input type="checkbox"/>	<input type="text" value="0"/>

d. Llegada de turistas

Ciudades de origen	Turista nacional			Turista extranjero		
	Llegadas mensuales	Total anual		Llegadas mensuales	Total Anual	
<input type="text" value=""/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	Países de origen	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	
<input type="text" value=""/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>		<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	
<input type="text" value=""/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>		<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	

Observaciones:

11.2. Frecuencia de visita según informantes clave

Nombre del Informante Clave: Contacto:

Demanda según días de visita Demanda según frecuencia de visita

Lunes a viernes Fines de semana Días feriados Permanente Estacional Esporádica Inexistente

Observaciones:

12. RECURSO HUMANO													
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input type="checkbox"/> 1						d. Número de personas especializadas en turismo <input type="checkbox"/> 1							
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):				f. Número de personas capacitadas por temática (M):				g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M):					
Primaria <input type="checkbox"/> 0		Secundaria <input type="checkbox"/> 2		Primeros Auxilios <input type="checkbox"/> 1		Hospitalidad <input type="checkbox"/> 1		Inglés <input type="checkbox"/> 0		Alemán <input type="checkbox"/> 0			
Tercer Nivel <input type="checkbox"/> 1		Cuarto Nivel <input type="checkbox"/> 0		Atención al Cliente <input type="checkbox"/> 1		Guianza <input type="checkbox"/> 1		Francés <input type="checkbox"/> 0		Italiano <input type="checkbox"/> 0			
Otro <input type="checkbox"/> texto				Sensibilización discapacitados <input type="checkbox"/> de <input type="checkbox"/> 0				Otro <input type="checkbox"/> texto		Chino <input type="checkbox"/> 0		Otro <input type="checkbox"/> texto	
Observaciones: <input type="checkbox"/> texto													
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)													
La Fieca La Banda se encuentra ubicada en el Cantón Gonzanamá													
14. ANEXOS													
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)													
Fuente: <input type="checkbox"/> texto													
b. Ubicación gráfica del Atractivo													
Fuente: <input type="checkbox"/> texto													
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)													
ELABORADO POR:				VALIDADO POR:				APROBADO POR:					
Apellido y Nombre		Rodrigo Delgado		Apellido y Nombre		Ruben Dario Roman Aguirre		Apellido y Nombre		Ruben Dario Roman Aguirre			
Institución		UNL		Institución		UNL-CAT		Institución		UNL-CAT			
Cargo		Estudiante		Cargo		Docente		Cargo		Docente			
Correo Electrónico		rodri.delgado@unl.edu.ec		Correo Electrónico		ruben.roman@unl.edu.ec		Correo Electrónico		ruben.roman@unl.edu.ec			
Teléfono		0991993840		Teléfono		0997558743		Teléfono		0997050745			
Firma				Firma				Firma					
Fecha		26/11/2018		Fecha				Fecha					

ÍNDICE

CARATULA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
1. Título:.....	i
2. Resumen	2
ABSTRACT.....	4
3. INTRODUCCION.....	6
4. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
4.1. Marco Conceptual.....	10
4.1.1. Plan de Negocios.	10
4.1.2. Producto Turístico.	20
4.1.3. Planta Turística.	20
4.1.4. Oferta Turística.....	22
4.1.5. Demanda Turística.	23
4.1.6. Sistema Turístico.....	25
4.1.7. Atractivos Turísticos.	27
4.1.8. FODA.....	28
- Estudio de mercado.....	30
- Técnica dela encuesta.....	30
- FODA.....	30

- Entrevista.....	30
- Métodos descriptivo, analítico, cualitativo observación directa.....	30
- Creación de la marca de la finca.	30
- Promoción y difusión.	30
- Creación de un lodge en la hacienda	30
-Realizar un diagnóstico de la situación actual de la Finca El Aguacate.	31
- Método inductivo, deductivo, descriptivo y analítico	31
- Fichas de inventario.....	31
- Encuesta.....	31
- Entrevista.....	31
- Observación directa.....	31
- FODA.....	31
- Creación de una cabaña ecológica.....	31
- Capacitación para atención al cliente	31
- Promoción y difusión.	31
- Socialización del proyecto	31
España, Logroño.....	31
- Análisis científico, analítico, observación directa y entrevistas.....	31
- Estudio técnico, administrativo y financiero.	31
- Plan de marketing.....	31
- Creación de una infraestructura adecuada para productos turísticos..	31
4.2.1. Datos Generales del cantón Gonzanamá.....	32
4.2.2. Datos Generales de la parroquia Gonzanamá.	35
4.2.3. Datos Generales de la Finca “DELITA”.	36

5. MATERIALES Y MÉTODOS	37
5.1. Materiales	37
5.1.1. Recursos Materiales.....	37
5.1.2. Materiales de oficina	37
5.1.3. Recursos tecnológicos.	37
5.2. Métodos	38
5.3. Técnicas.....	38
5.4. Población y muestra.....	39
5.4.1. Tamaño de la muestra	39
5.5. Metodología por Objetivos	40
6. RESULTADOS	42
6.1. Análisis externo.....	42
6.1.1. Factor demográfico	42
6.1.2. Factor Económico	45
6.1.3. Factor Político-Legal	47
6.1.4. Factor Socio-Cultural:.....	50
6.1.5. Factor Tecnológico	53
6.1.6. Factor Ambiental:	53
6.1.7. Resultados De Encuesta Realizada Sobre Emprendimiento Turístico	
54	
6.1.2. Factor Interno.....	72
Datos generales:.....	72
6.1.3. Análisis de las entrevistas aplicadas.....	76
6.1.4. Fichas de resumen de atractivos internos.....	78

6.1.5. Fichas de inventario de atractivos externos	82
6.1.6. Matriz FODA	91
6.2. Proponer un plan de negocios para productos turísticos de la finca “DELITA” de la parroquia Gonzanamá.	95
6.2.1. Descripción del Negocio	95
6.2.2. Estudio de Mercado	99
6.2.3. Estudio Técnico	104
6.2.4. Desarrollo de los Objetivos Estratégicos.....	106
6.3. Proponer las estrategias para la implementación del plan de negocios de los productos turísticos de la finca “DELITA”	126
6.3.1. Estudio Administrativo	126
6.3.2. Estudio Financiero	135
7. DISCUSIÓN	170
8. CONCLUSIONES	172
9. RECOMENDACIONES	174
10. BIBLIOGRAFÍA	176
11. ANEXOS.....	179
11.1. Anexo 1 Anteproyecto.....	179
11.2. Anexo 2 Encuesta.....	198
11.3. Anexo 3 Entrevista.....	201
11.4. Anexo 4 Registro Fotográfico.....	207
11.5. Anexo 5 Proformas	209
11.6. Anexo 6 Fichas MINTUR.	211
ÍNDICE.....	219

INDICE FIGURAS.....	224
INDICE DE CUADROS.....	224

INDICE FIGURAS

Figura 1. Ubicación Geográfica del Cantón Gonzanamá.....	37
---	----

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Matriz de Proyectos Referentes al tema de investigación	30
Cuadro 2. Población Proyectada.....	39
Cuadro 3. Estructura de Población	42
Cuadro 4. Estructura de Población del Cantón Gonzanamá Proyectada	42
Cuadro 5. Edades de la población de Gonzanamá.....	44
Cuadro 6. PEA - Gonzanamá.....	46
Cuadro 7. Relación entre sectores económicos.....	46
Cuadro 8. Autoridades del cantón.....	48
Cuadro 9. Nivel de instrucción	51
Cuadro 10. Índice de pobreza del Cantón.....	51
Cuadro 11. Tasa de desempleo	52
Cuadro 12. Datos de respuestas a pregunta 1	54
Cuadro 13. Datos de respuestas a pregunta 2	55
Cuadro 14. Datos de respuestas a pregunta 3	57
Cuadro 15. Datos de respuestas a pregunta 4	58
Cuadro 16. Datos de respuestas a pregunta 5	60
Cuadro 17. Datos de respuestas a pregunta 6	61
Cuadro 18. Datos de respuestas a pregunta 7	62
Cuadro 19. Datos de respuestas a pregunta 8	63
Cuadro 20. Datos de respuestas a pregunta 9	64
Cuadro 21. Datos de respuestas a pregunta 10.....	66
Cuadro 22. Datos de lugar de procedencia de encuestados	67
Cuadro 23. Datos de edad de encuestados.....	69
Cuadro 24. Datos de género de personas encuestadas	70
Cuadro 25. Datos de ocupación de personas encuestadas.....	71

Cuadro 26. Flora	73
Cuadro 27. Fauna	73
Cuadro 28. Trabajadores de la Finca "Delita"	74
Cuadro 29. Matriz FODA.....	91
Cuadro 30. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI).....	92
Cuadro 31. Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE)	93
Cuadro 32. Matriz de Estrategias.....	94
Cuadro 33. Demanda Potencial	100
Cuadro 34. Demanda Real	100
Cuadro 35. Demanda Efectiva	101
Cuadro 36. Demanda Real	101
Cuadro 37. Inversión del restaurante	111
Cuadro 38. Presupuesto piscina	114
Cuadro 39. Itinerario	115
Cuadro N° 40. Costos del paquete turístico	118
Cuadro 41. Capacidad instalada	118
Cuadro 42. Capacidad utilizada de paquete turístico.....	119
Cuadro 43. Manual de funciones para administrador.....	128
Cuadro 44. Manual de funciones para cajero	129
Cuadro 45. Manual de funciones Jefe de cocina	130
Cuadro 46. Manual de funciones Cocinero	131
Cuadro 47. Manual de funciones para mesero	132
Cuadro 48. Manual de funciones para Servicios Generales	133
Cuadro 49. Manual de funciones para Guía Turístico.....	134
Cuadro 50. Presupuesto de construcción	135
Cuadro 51. Presupuesto para maquinaria y equipo	136
Cuadro 52. Presupuesto de muebles y enseres	136
Cuadro 53. Presupuesto de muebles de oficina.....	137
Cuadro 54. Presupuesto de equipo de cómputo.....	137
Cuadro 55. Presupuesto de equipos de seguridad	137
	225

Cuadro 56. Resumen de activos fijos.....	138
Cuadro 57. Presupuesto de estudio preliminar	138
Cuadro 58. Presupuesto de permisos de funcionamiento.....	139
Cuadro 59. Presupuesto de gastos de constitución	139
Cuadro 60. Resumen de activos diferidos	139
Cuadro 61. Presupuesto de mano de obra directa.....	140
Cuadro 62. Presupuesto de menaje.....	140
Cuadro 63. Presupuesto de material de combustión	141
Cuadro 64. Presupuesto de indumentaria.....	141
Cuadro 65. Presupuesto de servicios básicos	142
Cuadro 66. Resumen de servicios básicos	142
Cuadro 67. Resumen de gastos indirectos	142
Cuadro 68. Presupuesto de gastos administrativos	143
Cuadro 69. Presupuesto de útiles de oficina.....	144
Cuadro 70. Presupuesto de útiles de aseo	144
Cuadro 71. Resumen de costos de operación	145
Cuadro 72. Presupuesto de promoción y difusión.....	145
Cuadro 73. Resumen del activo circulante.....	146
Cuadro 74. Resumen de inversión.....	147
Cuadro 75. Financiamiento	147
Cuadro 76. Amortización de préstamo.....	148
Cuadro 77. Intereses anuales del préstamo	148
Cuadro 78. Depreciación de activos fijos	149
Cuadro 79. Reinversión de equipo de cómputo	149
Cuadro 80. Depreciación de reinversión	150
Cuadro 81. Presupuesto de costos proyectados.....	150
Cuadro 82. Costos fijos y variables proyectados	152
Cuadro 83. Ingresos por servicio de alimentación	154
Cuadro 84. Ingresos por servicio de piscina	154
Cuadro 85. Ingresos por paquete turístico	155
	226

Cuadro 86. Total de ingresos	155
Cuadro 87. Estado de pérdidas y ganancias	156
Cuadro 88. Flujo de caja	160
Cuadro 89. Valor actual neto.....	162
Cuadro 90. Tasa interna de retorno	162
Cuadro 91. Relación de costo beneficio.....	164
Cuadro 92. Periodo de recuperación de inversión	165
Cuadro 93. Análisis de sensibilidad de costo total incrementado	166
Cuadro 94. Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos	168