



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**AREA JURIDICA, SOCIAL Y  
ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**TEMA**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
CANOPY EN EL CANTÓN PUYANGO  
PARROQUIA EL ARENAL”**

Tesis previa a la obtención del  
Título de Ingeniero en  
Administración Turística

**AUTOR  
LUIS EDUARDO ELIZALDE CORDOVA**

**DIRECTOR  
Ing. Rodrigo Culcay**

Loja – Ecuador  
**2011**

Ing. Rodrigo Culcay,

DOCENTE DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA DEL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA, DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

**INFORMA:**

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación titulado “Proyecto de Factibilidad para la implementación de una empresa de canopy en el cantón Puyango parroquia el Arenal”; el mismo que cumple con todos los requisitos que exige la Universidad Nacional de Loja, previo a la obtención y calificación respectiva, antes de la sustentación de la misma.

Por lo tanto, autorizo su presentación y sustentación.

.....

Ing. Rodrigo Culcay Guerrón

**DIRECTOR DE TESIS**

## **AUTORÍA**

El contenido de la presente tesis, conceptos, opiniones, resultados, conclusiones y recomendaciones, son de absoluta responsabilidad del autor.

.....

**Luis Eduardo Elizalde Córdova**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi más sinceros agradecimientos en primer lugar a Dios, luego a la Universidad Nacional de Loja y a los docentes que en el transcurso de estos años de estudio han sabido impartir de buena forma sus conocimientos y han labrado mi formación profesional, al Ing. Rodrigo Culcay en calidad de Director de Tesis por haberme brindado sus valiosos conocimientos y guiarme en el desarrollo de la misma. También quiero agradecer a mis padres y a mi familia que con su valioso apoyo me alentaron a siempre salir adelante y no rendirme ante las adversidades de la vida

**Luis Eduardo Elizalde Córdova**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios por haberme dado el milagro de la vida, a mis queridos padres Walter y Esthela, que han sacrificado su vida por dejarme la herencia más valiosa que se le puede dejar a un hombre; la educación. De manera especial mis tías Elda y Orfa que ha sido una segunda madre. Por otro lado con especial afecto a mis hermanos y familia en general que han sabido apoyarme incondicionalmente para culminar con éxito la carrera profesional.

**Luis Eduardo Elizalde Córdova**

## INDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN.....	i
AUTORÍA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
INDICE DE CONTENIDO.....	v
INDICE DE CUADROS.....	vi
INDICE DE FOTOGRAFÍAS.....	vii
INDICE DE GRÁFICOS.....	viii
1. RESUMEN.....	1
SUMMARY.....	4
2. INTRODUCCIÓN.....	6
3. REVISIÓN DE LITERATURA.....	9
3.1. CAPITULO I.....	10
3.1.1 Proyectos.....	10
3.1.2. Tipos de Proyectos.....	10
3.1.3. Proyectos de factibilidad.....	10
3.1.4. Marketing.....	11
3.1.4.1 Componentes.....	11
3.1.5 Deportes Extremos.....	12
3.1.6 Canopy.....	13
3.1.7. Perfil de Terreno.....	14
3.1.8. Tipo de Terreno.....	15
3.1.9. Clases de compañías.....	15
3.1.9.1.Compañía en nombre Colectivo.....	15
3.1.9.2.Compañía en Comandita Simple.....	16
3.1.9.3.Compañía por Acciones.....	17
3.1.9.4.Compañía de Responsabilidad Limitada.....	18
3.1.9.5. Compañía Anónima.....	20
3.1.9.6. Compañía de Economía Mixta.....	21
3.1.10. Impactos Potenciales del Turismo en el Medio Ambiente.....	22
3.2. CAPITULO II.....	24
3.2.1 Antecedentes del Cantón Puyango.....	24
3.2.1.1. Fundación.....	25
3.2.1.2. Etimología.....	25
3.2.1.3. Ubicación Geográfica-Regional.....	25
3.2.1.4. Fiestas Cívicas y Religiosas.....	26
3.2.1.5. División Política.....	26
3.2.2. Flora.....	27
3.2.3. Fauna.....	27
3.2.4 Gastronomía.....	28
3.2.5 Transporte.....	29

3.2.6. Lugares Turísticos.....	32
3.2.7. Alojamiento, Alimentos y bebidas.....	34
3.3. CAPITULO III.....	36
3.3.1 Parroquia El Arenal.....	36
3.3.2. Situación.....	36
3.3.3. Servicios Básicos.....	36
3.3.4. Los Barrios.....	37
3.3.5. Síntesis Histórica.....	37
3.3.6. Fuentes de Economía.....	37
3.4. Aguas Sulfurosas de El Arenal.....	37
4. Materiales y Métodos.....	39
4.1. Materiales.....	39
4.2. Métodos.....	39
5. Resultados.....	46
5.1. Diagnostico turístico del Cantón Puyango.....	46
5.2. Resultados de Encuestas .....	60
5.3. Manejo Organizativo de la Empresa.....	66
5.3.1 Organigrama Estructural.....	71
5.3.2 Organigrama Funcional.....	72
5.3.3 Manual De Funciones... ..	73
5.4. Informe de la Socialización.....	75
5.5. Análisis PORTER.....	77
6. Discusión.....	80
6.1. Análisis del Mercado.....	80
6.1.1. Análisis de la oferta.....	80
6.1.2. Análisis de la demanda.....	81
6.1.3. Demanda Insatisfecha.....	82
6.2. Plan de Marketing.....	83
6.2.1. Producto.....	84
6.2.2. Precio.....	84
6.2.3. Plaza.....	85
6.2.4. Publicidad.....	85
6.2.5. Promoción.....	86
6.3. Estudio Técnico.....	87
6.3.1. Localización.....	87
6.3.1.1. Macrolocalización.....	87
6.3.1.2. Microlocalización.....	89
6.3.2. Ingeniería del Proyecto.....	90
6.3.3. Estudio Operativo.....	92
6.3.4. Flujos de Procesos.....	95
6.4. Tamaño del Proyecto.....	96
6.4.1. Capacidad de Carga Turística del Canopy.....	96
6.4.1.1 Capacidad de Carga Física.....	97

6.4.1.2. Capacidad de Carga Real.....	98
6.4.1.3. Capacidad de Manejo.....	104
6.4.1.4. Capacidad de Carga Efectiva.....	104
6.5. Costeo de Equipo.....	105
6.5.1 Implementos para Canopy.....	105
6.6. Estudio Administrativo Proyecto.....	107
6.6.1. Plan Estratégico.....	107
6.6.1.1. Misión.....	107
6.6.1.2. Visión.....	108
6.6.1.3. Análisis F.O.D.A.....	108
6.6.1.4. Matriz de Alto Impacto.....	110
6.6.1.5. Objetivos Estratégicos.....	111
7. Análisis Económico - Financiero.....	112
7.1. Plan de Inversión.....	112
7.1.1. Costos de Producción.....	116
7.1.2. Ingresos.....	117
7.2. Amortización de deuda .....	118
7.3. Estado de resultados... ..	119
7.4. Flujo de caja.....	121
7.5 Evaluación Financiera.....	123
7.5.1 Valor Actual Neto (V.A.N).....	123
7.5.2. Tasa Interna de Retorno (T.I.R).....	124
7.5.3. Relación Beneficio Costo (R.B.C).....	126
7.5.4. Periodo de Recuperación del Capital (P.R.C).....	128
7.5.5. Punto de Equilibrio.....	129
7.5.6. Coeficiente de Sensibilidad .....	132
8. Evaluación de Impacto Ambiental.....	137
9. Conclusiones.....	143
10. Recomendaciones.....	144
11. Bibliografía.....	145
12. Anexos.....	146

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1 Población del Cantón Puyango.....	26
Cuadro N°2 Gastronomía del Cantón Puyango.....	28
Cuadro N°3 Turnos de la cooperativa de transporte COTIAL.....	30
Cuadro N°4. Turnos de la cooperativa de transporte TRANSALAMOR.....	30
Cuadro N° 5Turnos de la cooperativa de transporte LOJA.....	31
Cuadro N°6 Turnos de la cooperativa de transporte CARIAMANGA.....	31
Cuadro N°7. Turnos de la cooperativa de transporte CIFA.....	31
Cuadro N°8. Alojamiento del Cantón Puyango.....	35
Cuadro N°9. Alimentos y Bebidas del Cantón Puyango.....	35
Cuadro N°10. Actualización de la P E A del Cantón Puyango.....	40
Cuadro N°11. Situación Turística.....	48
Cuadro N°12. Ficha de resumen .....	59
Cuadro N°13. Agenda de Socialización.....	76
Cuadro N°14 Análisis de la oferta.....	80
Cuadro N°15 Crecimiento turístico.....	80
Cuadro N°16 Análisis de la demanda.....	81
Cuadro N°17 Cuantificación de la demanda actual .....	81
Cuadro N°18 Proyección de la demanda anual.....	82
Cuadro N°19 Proyección de la demanda insatisfecha.....	83
Cuadro N°20 Publicidad radio Integración.....	86
Cuadro N°21 Publicidad radio Mega Satelital .....	86
Cuadro N°22 Grado de erodabilidad según la pendiente y su significado ...	99
Cuadro N°23 Grado de dificultad según el porcentaje de la pendiente.....	100
Cuadro N°24 Calculo de la capacidad de manejo .....	104
Cuadro N°25 M.A.I.....	105
Cuadro N°26 Equipo de computo.....	112
Cuadro N°27 Muebles y enseres.....	112
Cuadro N°28 Obras preliminares.....	112
Cuadro N°29 Acero de refuerzo .....	113
Cuadro N°30 Cimentación inferior, hormigones, mampostería.....	113
Cuadro N°31 Equipos para canopy .....	113
Cuadro N°32 Herramientas.....	114
Cuadro N°33 Permisos y requisitos.....	114
Cuadro N°34 Abogado .....	114
Cuadro N°35. Arquitecto.....	115
Cuadro N°36. Plan de Inversión.....	115
Cuadro N°37. Proyección de Costos.....	116
Cuadro N°38. Ingresos.....	117

Cuadro N°39. Amortización de deuda.....	118
Cuadro N°40. Estado de Pérdidas y Ganancias .....	120
Cuadro N°41. Flujo de Caja.....	123
Cuadro N°42. V.A.N.....	124
Cuadro N°43. T.I.R.....	125
Cuadro N°44. R.B.C.....	127
Cuadro N°45. P.R.C.....	128
Cuadro N°46. P/E.....	130
Cuadro N°47. Datos para graficar el punto de equilibrio.....	131
Cuadro N°48. Sensibilidad de Ingresos.....	133
Cuadro N°49. Sensibilidad de Egresos.....	135
Cuadro N°50. Matriz de evaluación de impactos ambientales.....	138
Cuadro N°51. Afluencia en los Hoteles de Puyango.....	154
Cuadro N°52. Presupuesto.....	161
Cuadro N°53. Cronograma.....	162
Cuadro N°54. Rol de Pago 2011.....	178
Cuadro N°55. Rol de Pago 2012.....	178
Cuadro N°56. Proyección General de Sueldos.....	178
Cuadro N°57 Pregunta # 1.....	179
Cuadro N°58 Pregunta # 2.....	179
Cuadro N°59 Pregunta # 3.....	180
Cuadro N°60 Pregunta # 4.....	180
Cuadro N°61 Pregunta # 5.....	181
Cuadro N°62 Pregunta # 6.....	181
Cuadro N°63 Pregunta # 7.....	182
Cuadro N°64 Pregunta # 8.....	182
Cuadro N°65 Pregunta # 9.....	183
Cuadro N°66 Pregunta # 10.....	183
Cuadro N°67 Pregunta # 11.....	184
Cuadro N°68 Pregunta # 12.....	185
Cuadro N°69 Pregunta # 13.....	185
Cuadro N°70 Pregunta # 14.....	186
Cuadro N°71 Pregunta # 15.....	187
Cuadro N°72 Pregunta # 16.....	187
Cuadro N°73 Pregunta # 17.....	188
Cuadro N°74 Pregunta # 18.....	189
Cuadro N°75 Pregunta # 19.....	189
Cuadro N°76 Pregunta # 20.....	190
Cuadro N°77 Pregunta # 21.....	190

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía N°1 Fotografía de Canopy.....	13
Fotografía N°2 Iglesia Matriz de Alamor.....	24
Fotografía N°3 Transporte Alamor .....	29
Fotografía N°4 Transporte Alamor .....	29
Fotografía N°5 Hospedaje Alamor.....	34
Fotografía N°6 Hospedaje Alamor.....	34
Fotografía N°7 :Aguas Sulfurosas El Arenal .....	37
Fotografía N°8 Bosque Petrificado de Puyango.....	49
Fotografía N°9 Balneario de la Zota.....	50
Fotografía N°10 Balneario aguas sulfurosas .....	51
Fotografía N°11 Pampas de Guambona.....	52
Fotografía N°12 Bosque de Tagua el Limo.....	53
Fotografía N°13 Balneario de Cochurco.....	54
Fotografía N°14 Cueva Santa.....	55
Fotografía N°15 Reloj de Ocho Esferas.....	56
Fotografía N°16 Piedra Urazhi.....	57
Fotografía N°17 Virgen de la Asunción.....	58
Fotografía N°18 Complejo Turístico Aguas Sulfurosas.....	92
Fotografía N°19 socialización alcalde Víctor Hugo Tinoco.....	167
Fotografía N°20 Socialización fiscalizador de proyectos Israel Roman.....	167

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1. Escudo de la parroquia El Arenal .....	36
Gráfico N°2. Organigrama Estructural.....	71
Gráfico N°3. Organigrama Funcional.....	72
Gráfico N°4. Manual de Funciones.....	73
Gráfico N°5. Manual de Funciones.....	74
Gráfico N°6. Logo de la Empresa.....	83
Gráfico N°7. Macrolocalización del proyecto .....	88
Gráfico N°8. Microlocalización del proyecto .....	89
Gráfico N°9. Trazado del canopy .....	90
Gráfico N°10. Distribución del canopy.....	93
Gráfico N°11. Flujo de Proceso.....	95
Gráfico N°12. Punto de equilibrio.....	131
Gráfico N°13. Clasificación de los impactos Ambientales.....	137
Gráfico N°14. Identificación de los impactos Ambientales.....	140
Gráfico N°15. Jerarquización de los impactos Ambientales.....	140
Gráfico N°16. Actividades y componentes Ambientales.....	141
Gráfico N°17. Resultado de encuesta N°1 .....	179
Gráfico N°18. Resultado de encuesta N°2 .....	179
Gráfico N°19. Resultado de encuesta N°3 .....	180
Gráfico N°20. Resultado de encuesta N°4 .....	181
Gráfico N°21. Resultado de encuesta N°5 .....	181
Gráfico N°22. Resultado de encuesta N°6 .....	182
Gráfico N°23. Resultado de encuesta N°7 .....	182
Gráfico N°24. Resultado de encuesta N°8 .....	183
Gráfico N°25. Resultado de encuesta N°9.....	183
Gráfico N°26. Resultado de encuesta N°10.....	184
Gráfico N°27. Resultado de encuesta N°11 .....	184
Gráfico N°28. Resultado de encuesta N°12 .....	185
Gráfico N°29. Resultado de encuesta N°13.....	186
Gráfico N°30. Resultado de encuesta N°14.....	186
Gráfico N°31. Resultado de encuesta N°15.....	187
Gráfico N°32. Resultado de encuesta N°16.....	188
Gráfico N°33. Resultado de encuesta N°17.....	188
Gráfico N°34. Resultado de encuesta N°18.....	189
Gráfico N°35. Resultado de encuesta N°19.....	190
Gráfico N°36. Resultado de encuesta N°20.....	190
Gráfico N°37. Resultado de encuesta N°21.....	191

## INDICE DE FICHAS

Ficha N°1. Bosque Petrificado de Puyango .....	49
Ficha N°2. Balneario de la Zota .....	50
Ficha N°3. Balneario de las Aguas Sulfurosas .....	51
Ficha N°4. Pampas de Guambona .....	52
Ficha N°5. Bosque De Tagua de El Limo .....	53
Ficha N°6. Balneario de Cochurco .....	54
Ficha N°7. Cueva Santa .....	55
Ficha N°8. Reloj de ocho esferas .....	56
Ficha N°9. Piedra Urazhi .....	57
Ficha N°10. Fiestas Religiosas en honor a la virgen de Asunción .....	58

---

## 1. RESUMEN

### Resumen:

El presente trabajo investigativo se realizó en la parroquia el Arenal, cantón Puyango, provincia de Loja. En el cual se aborda el tema: Proyecto de Factibilidad para la implementación de una empresa de canopy en el cantón Puyango parroquia El Arenal.

Según el Plan de Desarrollo Cantonal De Puyango. El Arenal fue elevado a la categoría de parroquia rural del cantón Puyango, mediante registro oficial Nro.992 publicado el 3 de Agosto de 1988. Son parte de su jurisdicción, los barrios y recintos: Amarillos, Gramalotes, El Colorado, Curiachillo, Guayacán, Machala y Las Vegas. Según el Lic. Víctor Hugo Cajilima, la parroquia El Arenal consta de 1.216 habitantes (INEC), tiene una superficie de 8.264,86 metros cuadrados. Su temperatura oscila entre los 20°C a 22°C.

Para el desarrollo de la investigación se plantearon los siguientes objetivos:

Generar un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de canopy en el cantón Puyango, parroquia El Arenal; realizar un diagnóstico turístico del cantón Puyango para determinar los sectores más visitados por los viajeros; proponer un manejo organizativo de la empresa para tener un buen funcionamiento técnico interno; socializar la investigación a los entes involucrados mediante la difusión de resultados para determinar la aceptación del mismo.

Para el desarrollo de la investigación y el cumplimiento de los objetivos se utilizó un proceso metodológico basado en el estudio preliminar del mercado, análisis de marketing, análisis técnico, análisis legal.

En el Estudio de Mercado se aplicaron 374 encuestas a la población económicamente activa del cantón Puyango, lo que me permitió determinar la demanda que tiene el Canopy, así como gustos y preferencias que tienen las personas al momento de practicarlo, también se entrevistó a los representantes de la empresa Vidaventura que están vinculados con este deporte con la finalidad de tener información sobre la oferta.

En el Estudio Técnico se definió el tamaño, capacidad y localización del proyecto, también se realizó la Ingeniería, los procesos productivos, los equipos y maquinaria para el funcionamiento del proyecto y la Descripción Física del mismo.

El monto total de inversión para implementar el proyecto de factibilidad asciende a un valor de 49.195,47 dólares de los Estados Unidos de Norte América, el mismo que será financiado de la siguiente manera: el 30% con la aportación de los socios y el 70% con crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional, con una tasa de interés del 10% anual y a 10 años plazo.

Los ingresos por ventas para el primer año serán de 18.720,00 dólares de los Estados Unidos de Norte América, frente a un costo de 21.699,41 dólares de los Estados Unidos de Norte América.

---

Desde el punto de vista financiero el proyecto es factible, en vista que los resultados son favorables, que se los detalla a continuación:

Valor Actual Neto (VAN) de 3.129,32 dólares de los Estados Unidos de Norte América. (TIR) Tasa Interna de Retorno de 14,77% con relación a la tasa de oportunidad que se está manejando que es del 13,56 resulta más rentable el proyecto. (RBC) Relación Beneficio-Costo de 2,26 esto quiere decir que por cada dólar que se invierte la ganancia es de 1,26. (PRI). Periodo de Recuperación de la inversión el capital se lo recuperará en 6 años 4 meses 25 días. Coeficiente de Análisis de Sensibilidad con disminución de 13% en los ingresos de 0.02 y el Coeficiente de Análisis de Sensibilidad con un incremento de 13% en los costos de 0.07. El proyecto cuenta con el cálculo de la capacidad de carga para senderos y estudio ambiental.

Los resultados de mayor relevancia del análisis estadístico obtenido del trabajo de campo se evidencian en la discusión de resultados, donde se a considerado el análisis de la oferta, de la demanda, el plan de marketing y estudio técnico

Las conclusiones a las que se ha llegado en la investigación se puntualizan las siguientes:

Que el proyecto resulta factible para su ejecución con los siguientes resultados: Valor Actual Neto es de 3129,32; la Tasa Interna de Retorno es de 14,67%; la Relación Beneficio Costo de 2,26 y el Periodo de Recuperación del Capital es de 6 años, 4 meses y 25 días.

El diagnóstico turístico efectuado permitió conocer que no existe un inventario ni jerarquización de atractivos turísticos en el Cantón Puyango generando falta de información para los visitantes.

Para la ejecución del proyecto se requiere como mínimo cuatro personas que serán las encargadas del funcionamiento, control y administración de la empresa de canopy

Con la implementación de la empresa de canopy serian beneficiados otros sectores de la parroquia el arenal como restaurantes, despensas, transporte y alojamiento comunitario.

La socialización del proyecto con el personal del Ilustre Municipio de Puyango (Alcalde y fiscalizador de proyectos) permitió difundir el contenido y la factibilidad de su ejecución.

En base a las conclusiones se recomienda: Que cualquier persona natural, institución pública o privada que invierta en el proyecto, ya que los indicadores arrojaron valores rentables.

Se sugiere Municipio del Cantón Puyango realice un levantamiento de los atractivos turísticos del Cantón, con información actualizada, para conservarlos y mejorarlos si el caso fuere necesario

---

Se recomienda que el departamento de cultura del municipio realice una promoción masiva de los atractivos turísticos por los diferentes medios de comunicación con el fin que se incremente el flujo turístico.

Al emprender la empresa de canopy se debe emprender en la capacitación a los diferentes sectores involucrados como restaurantes, despensas transporte, hospedaje comunitario, para que brinden una buena atención a los turistas

---

## Summary

In Summary what is important about the Arenal is the fact that was elevated as a rural parish Puyango, published in August 1998 and officially acknowledged by the Law in session 992. As a part of this jurisdiction we can found other locations like: Amarillos, Gramalotes, El Colorado, Guayacán, Machala and las Vegas.

Basically is a community that is base in the agriculture and the business negotiations, and of course the tourism with the great capacity to welcome all kind of travelers.

Victor Hugo Cajilima testified: the Arenal parish occupied a space of 8.264,86 square feet and 1.216 habitants. And his temperature goes between 20 Or 22 grade centigrade

The investigation was made in Loja, canton Puyango, in the parish of Arenal, looking for the following subject:

**“PROYECT: The implementation of a marketplace or a Canopy Company to begging with in the parish of the Arenal, Puyango’s village.”**

To develop this subject we have to see the following objectives:

General Objective :

- To built a marketplace or a canopy company to begging with in the parish of the Arenal, Puyango’s village

Specific objectives

- To realize and give an answer to found the best places to promote more and more tourist visitors.
- To propose a better administration and organization of the technical service.
- To share the investigation with the local authorities in order to made them know and to have a better acceptance.

So, the answer to the first specific objective is to point out better places, so that we can offer to the visitors, day by day, more and more options to come for. For that reason is necessary to survey and let them know the main or the most interesting and beautiful places to discovery

Besides to this work which is in progress, we have to collect information from the government in order to share and compare the information of the most visited places of Puyango.

The second specific object emphasize the necessity to create to schedule that is going to help us with a better administration and organization of the events that every department and new offices that will be created.

---

In the last specific objective will make a petition to the government, and present the results of the investigation to the people who have the responsibility to approve and evaluate this project.

The most difficult thing now is to broadcast the studies of marketing and make new inversions in this our recreation. The Canopy Adventure.

The results of the studies around 374 people economically well of Puyango help us to realize the chances that we can make introducing the Canopy as extreme sport which many people likes. You know people like adventures and “vidaventura” agency wants to be part of this beautiful project.

Seeing the technical studies we can say that was really done. Everything was perfectly worked as the logistic and the environment and the physical space gave us a lot of satisfaction.

The project has to be with the Legal Organization and also have a menu with different options for a better presentation

The inversion of this project is around the USD \$ 49.195,47. The 30 percent has been collected among the members of this association and the 70 percent was a credit given by the National Corporation Financially, with an interest of the 10 percent per year and 10 years of grace

After this we can say: from our financially point of view that this project is a fact. Certainly based on numbers is a new way to get money easily.

## ECONOMIC DATA

Let us see our inversion in numbers:

- Achievement: USD \$ 3.129,32
- Average: 14,77 percent increase which is better than 13,56 percent
- Benefits: inversion of 2,26 which gain 1,26 per dollar.
- Time to get back the capital inversion: 6 years, 4 month and 25 days
- Analysis with decrease: 13 percent = 0,02 percent
- Analysis with an increase: 13 percent = percent

Finally, this project also has the conclusion and the recommendations.

---

## 2. INTRODUCCION

El turismo se ha convertido en una forma de investigación que busca dar a conocer a las personas nuevas formas de convivencia con el hombre y la naturaleza. En la actualidad el turismo es una fuente primordial de ingresos para nuestro país, y aporte sustancial en la economía de todas las personas que intervienen directa e indirectamente de esta labor diaria.

El proyecto de investigación, aborda el “Estudio de la factibilidad de la implementación de una empresa de canopy en las Aguas Sulfurosas de la parroquia el Arenal cantón Puyango”, con el fin de conocer rentabilidad al implementarse la empresa.

Como antecedentes se puede decir que en 1992, fue el comienzo de esta actividad con dos canadienses quienes se tomaron a Costa Rica como base para este proyecto y estuvieron recorriendo el país, buscando un lugar para llevar a cabo este anhelado plan. Su objetivo era la preservación de la naturaleza, sin ser intrusos en el medio natural, y la mejor manera era contemplarla desde las alturas.

Cuando se inventó este sistema de transporte aéreo dentro Costa Rica, nunca se imaginó que con el paso de los años se convertiría en una de las maneras más divertidas de sentir la altura en una mezcla de adrenalina y vértigo.

Cuando uno practica el Canopy rápidamente se puede dar cuenta que este tipo de turismo de aventura es exclusivamente ambientalista, de esparcimiento y recreación, ya que el turista que lo practica se inserta, en el mismo corazón del bosque, y se impregna del naturalismo típico de la zona y de su biodiversidad, conociendo y vivenciando los distintos tipos de ejemplares arbóreos nativos, paseando sobre el dosel del bosque, pudiendo observarlo absolutamente todo, desde el nivel más alto.

Toda investigación está orientada a la resolución de algún problema por consiguiente es necesario exponer los motivos que merece la investigación.

---

Académicamente es de suma importancia que en la actualidad los estudiantes posean ideas innovadoras y sobre todo que las puedan aplicar en su vida profesional. Mediante este proyecto espero aportar con los conocimientos veraces que puedan ser aplicados por las personas interesadas en ejecutarlo; y que además me permitirá obtener el título en Ingeniero en Administración Turística.

En términos económicos la creación de una empresa de canopy beneficiará directa e indirectamente a los moradores del sector y de sus alrededores, tanto para las personas que trabajarían en el canopy es decir: administradores, guías, etc. como personas dedicadas a brindar productos y servicios requeridos por los turistas como hoteles, transporte, alimentación, etc.

Desde el punto de vista social el proyecto tendrá como fin proporcionar a la población un lugar donde realizar un deporte extremo y disfrutar de la naturaleza, de un baño curativo y medicinal en las aguas sulfurosas y en el barro milagroso del complejo turístico el arenal. Además que la población local se interese en dar a conocer la riqueza natural del sector. Y que la juventud encuentre nuevas formas de divertirse.

Motivo por el cual se han formulado los siguientes objetivos: Generar un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de canopy en el cantón Puyango, parroquia El Arenal; realizar un diagnóstico turístico del cantón Puyango para determinar los sectores más visitados por los viajeros; proponer un manejo organizativo de la empresa para tener un buen funcionamiento técnico interno; socializar la investigación a los entes involucrados mediante la difusión de resultados para determinar la aceptación del mismo.

El Arenal es una parroquia perteneciente al cantón Puyango, aquí podemos encontrar Las Aguas Sulfurosas. Estas aguas están ubicadas en el sitio denominado Papayas, en la quebrada Las Vegas, en la margen izquierda de la vía que conduce a la parroquia Ciano, tiene un área de 8.264,86 metros

---

cuadrados; a una altitud de 800 msnm; temperatura promedio de 22°C; a una distancia de 17 Km de la ciudad de Alamor.

El lugar dispone de tres piscinas pequeñas de diferentes dimensiones, que acumulan el agua para ser aprovechada por los bañistas, una quebrada con poco caudal de agua que permite ser utilizada como piscina natural, senderos y árboles nativos. Pero no existe nadie que controle las personas que visitan el lugar, existiendo así el mal uso de las instalaciones como: no caminar por los senderos establecidos, arrojar basura a las piscinas y quebrada, prender fuego en lugares peligrosos, etc. Hay que mencionar que en la parroquia El Arenal no dispone de hoteles ni restaurantes, generando así que las personas lleven sus propios alimentos generando los problemas mencionados anteriormente.

Cada capítulo ayuda a comprender la actividad del canopy y su entorno, de acuerdo a un cronograma que se elaboro previamente, para de esta forma manejar el tiempo y optimizar recursos y de esta manera contribuir a un desarrollo ordenado de nuestro trabajo. Los deportes extremos son una alternativa distinta y divertida de tener contacto con la naturaleza, y para ser mas específico podría decir que: el practicar Canopy es lo más cercano a volar, ya que consiste en desplazarse entre las copas de los árboles a través de cables de acero.

Los alcances que plantea implementación de una empresa de canopy es el desarrollo el turismo en la parroquia, y que los moradores del sector, en especial que la juventud conozca y practiquen las nuevas alternativas que existen para generar recursos económicos, y no solo esperanzarse a la agricultura y la ganadería, que aunque ese ha sido su sustento por años, no podemos negar que actualmente la naturaleza y las tierras son impredecibles.

Las posibles limitaciones que podrían afectar al proyecto serian más de índole natural, ya que en la actualidad nuestro planeta se comporta de una manera impredecible y es muy difícil confiar en él.

---

### 3. REVISIÓN DE LITERATURA

#### 3.1 MARCO CONCEPTUAL

##### 3.1.1 Proyectos

Un proyecto es una [planificación](#) que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas; la razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido. La [gestión de proyectos](#) es la aplicación de conocimientos, [habilidades](#), herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del proyecto.

Un proyecto es reunir varias ideas para llevarlas a cabo, es un emprendimiento que tiene lugar durante un tiempo limitado, y que apunta a lograr un resultado único. Surge como respuesta a una necesidad, acorde con la visión de la organización, aunque ésta puede desviarse en función del interés. El proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, y se puede decir que colapsa cuando desaparece la necesidad inicial, o se agotan los recursos disponibles (Catillo, 2008).

##### 3.1.2 Tipos de Proyectos

Un proyecto también es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único.

Existen múltiples clasificaciones de los proyectos, una de ellas los considera como *productivos* y *públicos* (Catillo, 2008).

- **Proyecto productivo:** Son proyectos que buscan generar rentabilidad económica y obtener ganancias en dinero. Los promotores de estos proyectos suelen ser empresas e individuos interesados en alcanzar beneficios económicos.
- **Proyecto público o social:** Son los proyectos que buscan alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la población, los cuales no necesariamente se expresan en dinero. Los promotores de estos proyectos son el estado, los organismos

---

multilaterales, las ONG y también las empresas, en sus políticas de responsabilidad social.

Otras formas de realizar la clasificación de los proyectos son las siguientes:

- Basándose en el contenido del proyecto.
  - Proyectos de construcción.
  - Proyectos de Informática.
  - Proyectos empresariales.
  - Proyectos de desarrollo de productos.
- Basándose en la organización participante.
  - Proyectos Internos.
  - Proyectos de departamento.
  - Proyectos de unidades cruzadas.
  - Proyectos externos (de imagen corporativa).
- Basándose en la complejidad.
  - Proyectos Simples.
  - Proyectos complejos.
  - Proyectos técnicos.
  - Programas.
  - Mega proyectos.
  - Proyectos de vida.
  - Proyectos escolares.

### **3.1.3 Proyecto de factibilidad**

La factibilidad se refiere a que el proyecto que tienes en mente puede llevarse a cabo. La factibilidad puede ser operativa, técnica y económica (Sernovitz, 2009).

La factibilidad operativa está determinada por la disponibilidad de todos los recursos necesarios para llevar adelante un proyecto. Ej. Quiénes serían tus proveedores, como armarías en depósito de mercaderías, etc.

---

La factibilidad técnica se relaciona con ver si tu equipo cuenta con las herramientas, los conocimientos, las habilidades y la experiencia para hacer que tu proyecto sea exitoso.

La factibilidad económica surge de analizar si los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar las actividades pueden ser cubiertos con el capital del que dispones (Meerman, 2007).

### **3.1.4 Marketing**

Marketing es un conjunto de principios, metodologías y técnicas a través de las cuales se busca conquistar un mercado, colaborar en la obtención de los objetivos de la organización, y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores o clientes (Sernovitz, 2009).

El marketing es la orientación con la que se administra el mercadeo o la comercialización dentro de una organización. Asimismo, busca fidelizar clientes, mediante herramientas y estrategias; posiciona en la mente del consumidor un producto, marca, etc. buscando ser la opción principal y llegar al usuario final; parte de las necesidades del cliente o consumidor, para diseñar, organizar, ejecutar y controlar la función comercializadora o mercadeo de la organización

#### **3.1.4.1 Componentes**

El Marketing es el conjunto de técnicas que a través de estudios de mercado intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto: mediante el marketing podrán saber a qué tipo de público le interesa su producto. Su función primordial es la satisfacción del cliente (potencial o actual) mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas. El marketing mix son las herramientas que utiliza la empresa para implantar las estrategias de Marketing y alcanzar los objetivos establecidos. Estas herramientas son conocidas también como las **Cuatro P** del profesor Eugene Jerome McCarthy.

- 
- **Producto**: Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad.
  - **Precio**: Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.
  - **Plaza o Distribución**: Elemento del mix que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. Cuatro elementos configuran la política de distribución:
  - **Promoción**: La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:
    - Comunicar las características del producto.
    - Comunicar los beneficios del producto.
    - Que se recuerde o se compre la marca/producto.

### 3.1.5 Deportes extremos

Son todos aquellos [deportes](#) o actividades de ocio con algún componente deportivo que comportan una real o aparente peligrosidad por las condiciones difíciles o extremas en las que se practican (Imerú, 2009).

Bajo este concepto se agrupan muchos deportes ya existentes que implican cierta dosis de exigencia física y sobre todo, mental. Se incluyen los deportes más exigentes dentro del excursionismo ([escalada en hielo](#), [escalada en roca](#), etc.), y otros de reciente creación como ([bungee](#), [snowboard](#), [parkour](#) etc.). Un deporte, no considerado extremo, se puede definir así; si se practica bajo condiciones especiales o circunstancias particulares no habituales en él. Por ejemplo, la escalada en roca a unos centímetros del suelo ([bulder](#)) no se considera "deporte extremo", pero si se realiza en una pared vertical rocosa a varios cientos de metros de altura, entonces sí se le aplica el término (Imerú, 2009).

Se puede considerar que una persona practica un "deporte extremo" cuando lo hace por primera vez. Por ejemplo, el [descenso de un río](#) de clase IV (se

---

define de acuerdo al caudal del río) es bastante extremo para quienes nunca antes se habían subido a una balsa y lo sentirán como muy por encima de sus capacidades personales.

El término "deporte extremo" no es adecuado aplicarlo cuando se realiza simplemente una actividad recreativa o turismo alternativo, ni tampoco debe estar definido por las condiciones medioambientales, algo bastante subjetivo y dependiente del grado de preparación. Actualmente, en algunos países se empieza a utilizar el término "deporte de aventura" cuando se practican deportes de más alto riesgo de lo normal sin ser profesionales. Un ejemplo de esto es la diferencia que existe entre "espeleología" y "espeleísmo": el primero se refiere a una actividad científica, mientras que el segundo hace referencia a aquellas personas que lo practican por deporte (Imerú, 2009).

### 3.1.6 Canopy



Fotografía N°1.- canopy

Elaboración: Luis Elizalde

Practicar Canopy es lo más cercano a volar, ya que consiste en desplazarse entre las copas de los árboles a través de cables de acero. Para ello existen plataformas colocadas firmemente en las alturas de los árboles y unidas por cables que son capaces de soportar varias toneladas de peso, lo que hacen de esta actividad una experiencia muy segura.

---

Un Canopy es un paseo por los árboles de un bosque o selva, mediante puentes colgantes, tirolesas, escalerillas y un sin fin de instalaciones que hacen de estos paseos una forma divertida, emocionante y segura de vivir al máximo la naturaleza.

El Canopy también se puede desarrollar en barrancos o cañadas. Hoy en día forma parte de los principales atractivos de parques de aventura en todo el mundo y en desarrollos ecoturísticos ya que es una actividad para chicos y grandes sin importar tu condición física para realizarla.

ADVERTENCIA un canopy es un desarrollo que requiere de una amplia responsabilidad, ya sea para con los usuarios y para con la misma naturaleza a la cual podríamos llegar a dañar si se hace una incorrecta instalación. Las instalaciones de Canopy requieren de estudios y un diseño a conciencia para cuidar la integridad de los usuarios y el entorno, los cuales solo personal altamente calificado podría determinar y definir cual es la manera más segura de desarrollar estas instalaciones.

### **3.1.7 Perfil del terreno**

Lo primero que se tiene que tomar en consideración previamente al diseño de un canopy es el perfil del terreno aquí se plantea los siguientes ejemplos:

#### **Freno de gravedad**

Este perfil es el más común y se practica más seguido en canopy. Genera relativamente pocas fuerzas sobre los anclajes. Con un ajuste de tensión óptimo, se puede lograr una llegada muy segura, ya que la gravedad se encarga de bajar la velocidad de llegada de forma natural. Pero no se debe omitir el sistema de freno, el cual puede ser bastante sencillo en algunos casos pero es indispensable para "prevenir lo imprevisible". Este perfil tiene la desventaja de "dejar" gente colgando en la parte central del cable por falta de velocidad o por frenar prematuramente (Arciniega).

---

## Alta velocidad

Este perfil de alta velocidad se encuentra cuando tenemos un punto de salida alto y una llegada plana. Genera fuerzas grandes sobre los anclajes. Dado que no existe casi ninguna disminución de velocidad en la llegada, es necesario un freno muy elaborado e infalible con resortes de amortiguación o para velocidades de llegada extremas, un sistema de freno magnético con respaldo el cual es el más confiable.

## Cercanía al suelo

Este perfil se encuentra cuando tenemos un terreno sin depresión pero con desnivel constante. Genera fuerzas extremas en los anclajes. Lo mejor en este caso es de agregar torres para así poder lograr un perfil de freno de gravedad. Dado que no existe casi ninguna disminución de velocidad en la llegada, es necesario un freno muy elaborado para la prevención de accidentes.

### **3.1.8 Tipo de Terreno.**

Se puede hablar de los dos tipos más comunes de terreno que son: boscoso y despejado. Por supuesto puede ser cualquier combinación de los dos. En el caso del terreno despejado, es relativamente fácil pasar el hilo guía de un canopy, lo cual no es el caso para los terrenos boscosos. En este último caso, es a menudo necesario emplear técnicas especializadas para pasar la guía. Estos métodos varían entre lanzar a mano plomos con línea amarrada hasta emplear un helicóptero radio guiado o de tamaño real (Arciniega).

### **3.1.9 Clases de Compañías.**

#### **3.1.9.1 Compañía en Nombre Colectivo.**

- En esta compañía rige el principio de conocimiento y confianza entre los socios.
- No admite suscripción pública de capital.
- El contrato de compañía en nombre colectivo se celebra por escritura pública.

- 
- La escritura pública de formación de la compañía será aprobada por un Juez de lo Civil.
  - La compañía se forma entre 2 o más personas.

El nombre de la compañía debe ser una razón social que es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras “y compañía”.

La Ley no señala para esta compañía un mínimo de capital funcional. Los aportes de capital no están representados por títulos negociables.

Para la constitución de la compañía se pagará no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito:

- Por las obligaciones sociales los socios responden en forma solidaria e ilimitada.
- No está sujeta a la superintendencia de compañías.

### **3.1.9.2 Compañía en Comandita Simple**

La compañía tiene dos clases de socios y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables llamados socios comanditados y uno o más socios suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

La compañía existe bajo una razón social que consiste en el nombre de uno o varios de los socios comanditados, al que se agregará las palabras “Compañía en comandita”.

Para esta compañía no existe un mínimo de capital fundacional. La administración estará a cargo de los socios comanditados.

La compañía en comandita simple se constituirá en la misma forma que una compañía en nombre colectivo.

No está sujeta a la superintendencia de compañías.

---

### **3.1.9.3 Compañía en Comandita Por Acciones**

Al igual que la compañía en comandita simple, esta compañía se constituye entre dos clases de socios: comanditados y comanditarios.

La compañía existirá bajo una razón social que se formará con los nombres de uno o más socios solidariamente responsables llamados socios comanditados, seguido de las palabras “compañía en comandita”.

El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social, por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsables (comanditados).

La administración de la compañía corresponde a los socios comanditados.

Respecto a lo no contemplado en las anteriores características, esta compañía se rige por las reglas de la compañía anónima.

Análisis al Mandato Constitucional N° 8: Según el mandato expedido por la Asamblea Constituyente conjuntamente con su secretario, del 30 de abril de 2008, se elimina y prohíbe la tercerización e intermediación laboral al igual que la contratación laboral por horas, y que únicamente se podrá contratar en actividades complementarias como vigilancia, seguridad, alimentación, mensajería y limpieza, en consecuencia la empresa que desee realizar contratos con empresas que se dedique a actividades tales como vigilancia, esta no podrá tener ningún tipo de vinculación con la empresa a la que va a prestar sus servicios.

Empresas que tienen contratos civiles o de servicios profesionales, van a tener que cambiar de contrato, salvo el caso de que estos servicios sean técnicos especializados ajenos a las actividades propias y habituales de la usuaria tales como: contabilidad, publicidad, consultoría, auditoría, jurídicos entre otros.

Ahora bien, las empresas que se encontraban con los trabajadores tercerizados prestando sus servicios por más de 180 días en sus empresas, estas tendrán que asumirlos de manera directa, siempre y cuando las instituciones sean del sector público, empresas públicas estatales,

---

organismos seccionales y por las entidades de derecho privado, que tengan participación accionaria o aportes de recursos públicos. Si los trabajadores tercerizados tienen menos de 180 días laborando para la empresa, esta podrá o no hacerse cargo de este personal, según el mandato.

De las instituciones antes mencionadas se garantiza la contratación colectiva para los trabajadores. Los trabajadores que se encontraban trabajando bajo la modalidad por horas en una empresa, esta tendrá que contratarlos bajo la modalidad de jornada parcial, la misma que el salario básico unificado lo fijará el Ministerio de Trabajo. Los trabajadores que se encontraban trabajando bajo la modalidad por horas con más de 180 días serán contratados de manera obligatoria.

Hace aproximadamente 2 años hubo reformas en cuanto a la tercerizadora, esto es que se dividió en Tercerización de Servicios Complementarios y de la Intermediación Laboral, cada una para un fin específico y distinto.

La primera, la que realiza una persona jurídica legalmente constituida conforme a la Ley de Compañías, esto para la ejecución de actividades complementarias de otra empresa, por lo que la relación laboral sería entre la empresa tercerizadora y el personal; en cambio la Intermediación Laboral consiste en emplear trabajadores con el fin de ponerlos a disposición de una tercera persona puede ser natural o jurídica llamada usuaria la misma que determina tareas y supervisa su ejecución.

#### **3.1.9.4 Compañías de responsabilidad limitada.**

Generalidades: La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae con un mínimo de dos personas y pudiendo tener como máximo un número de quince. En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía.

Requisitos: El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser

---

aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil o por el funcionario, que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías.

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo y con un máximo de quince y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o deberá disolverse. Cabe señalar que ésta especie de compañías no puede subsistir con un solo socio.

Capital mínimo.- El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez.

En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán evaluados por los socios o por los peritos.

**NOTA:** Cuando el objeto social de una compañía comprenda más de una finalidad, le corresponderá a la Superintendencia de Compañías establecer su afiliación de acuerdo a la primera actividad empresarial que aparezca en el mismo.

---

### **3.1.9.5 Compañías Anónimas.**

Generalidades: Esta Compañía tiene como característica principal, que es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, y sus accionistas responden únicamente por el monto de sus aportaciones. Esta especie de compañías se administra por mandatarios amovibles socios o no. Se constituye con un mínimo de dos socios sin tener un máximo.

Requisitos: La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías.

Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

Socios y capital: Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con un mínimo de dos socios, sin tener un máximo de socios.

Capital.- El capital mínimo con que ha de constituirse la Compañía de Anónima, es de ochocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 25% del capital total. Las aportaciones pueden consistir en dinero o en bienes muebles o inmuebles e intangibles, incluso, en dinero y especies a la vez.

---

En cualquier caso las especies deben corresponder al género de comercio de la compañía. La actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, los bienes serán valuados por los socios. La compañía podrá establecerse con el capital autorizado, el mismo que no podrá ser mayor al doble del capital suscrito.

#### **3.1.9.6 Compañías de Economía Mixta.**

Generalidades: Para constituir estas compañías es indispensable que contraten personas jurídicas de derecho público o personas jurídicas semipúblicas con personas jurídicas o naturales de derecho privado. Son empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y la industria.

Requisitos: El trámite para la constitución de esta especie de compañías es el mismo que se utiliza para la constitución de la Compañía Anónima. En esta especie de compañías no puede faltar el órgano administrativo pluripersonal denominado directorio. Asimismo, en el estatuto, si el Estado o las entidades u organismos del sector público que participen en la compañía, así lo plantearan, se determinarán los requisitos y condiciones especiales que resultaren adecuados respecto a la transferencia de las acciones y a la participación en el aumento del capital suscrito de la compañía.

Socios y capital: El capital de esta compañía es de ochocientos dólares o puede serlo también en bienes muebles o inmuebles relacionado con el objeto social de la compañía. En lo demás, para constituir estas compañías, se estará a lo normado en la Sección VI de la Ley de Compañías, relativa a la sociedad anónima. En esta especie de compañías el Estado, por razones de utilidad pública, podrá en cualquier momento expropiar el monto del capital privado.

---

### 3.1.10 IMPACTOS POTENCIALES DEL TURISMO SOBRE EL MEDIO AMBIENTE

#### El Medio Ambiente Natural

##### A Cambios en la flora y la fauna

Molestias en los hábitats reproductivos.

Muerte de animales por caza.

Muerte de animales para la elaboración de souvenirs.

Migración forzada de animales.

Destrucción de vegetación por tala de árboles y plantas.

Cambio en la naturaleza y densidad de la cobertura vegetal por las infraestructuras turísticas.

Creación de santuarios de vida salvaje.

##### B Contaminación.

Contaminación de aguas por descargas de aguas residuales y residuos oleosos.

Contaminación del aire por emisiones de vehículos.

Contaminación acústica por el transporte y las actividades turísticas.

##### C Erosión.

Compactación de suelos con pérdida de fertilidad y exposición a la erosión.

Cambio en el riesgo de ocurrencia de deslizamientos de tierra.

Cambio en el riesgo de ocurrencia de avalanchas.

Daños producidos a las características geológicas.

Daños producidos en los márgenes de los ríos.

##### D Recursos Naturales.

Agotamiento de las aguas subterráneas y superficiales.

---

Agotamiento de los combustibles fósiles por generación de energía para actividades turísticas.

Cambio en el riesgo de ocurrencia de incendios.

E Impacto Visual.

Instalaciones (edificios, aparcamientos, etc.)

Basuras y residuos.

El Medio Ambiente Construido

A Medio Ambiente Urbano

Pérdida de suelo para la actividad agraria.

Cambio de los patrones hidrológicos.

B Impacto Visual

Crecimiento del área construida.

Nuevos estilos arquitectónicos.

C Infraestructuras

Sobrecarga de infraestructuras (carreteras, líneas de tren, aparcamientos de vehículos, redes eléctricas y de comunicaciones, redes de distribución de aguas). Provisión de nuevas infraestructuras. Gestión ambiental para adaptar el espacio de los usos turísticos (vallas publicitarias, señalizaciones, escolleras, espigones).

D Ordenación Urbana

Cambios en el uso del suelo. Cambios en la orientación de la industria urbana. Emergencias de contrastes entre las áreas urbanas turísticas y las habitadas por la población residente.

---

E Restauración

Reutilización de edificios en desuso.

Restauración y preservación de edificios y lugares de interés histórico.

F Competencia

Posible declive de atracciones o regiones a causa de la apertura de otras atracciones o de cambios en los hábitos y preferencias de los turistas.

### **3.2 MARCO REFERENCIAL**

#### **3.2.1 ANTECEDENTES DEL CANTÓN PUYANGO**



Fotografía N°2.-  
Titulo: Iglesia Matriz de Alamor.  
Elaboración: Luis Elizalde

El Cantón Puyango tuvo origen en la gran tribu de los Paltas. De las que se originan Naipiracas, Guambonas, Chitoques, Macullaracas, Urash y más comunidades indígenas que habitaron en lo que hoy se constituyen Alamor y sus parroquias (Plan de Desarrollo del Canton Puyango).

El nombre Alamor se origina en las invitaciones que enamorados se hacían, diciendo “Vamos al lugar ideal”, “Vamos al amor”, estas tierras pertenecieron a los Moncada, Revilla, Apolo, Granda, Guerrero y muchos

---

más. Alamor estaba atravesado por la “Ruta o Camino del Indio” que condujo a Túpac-Yupanqui hacia el río Puyango e Ingachara en su afán de conquistar a los tumbesinos. En 1595 el español Luís Miranda de Escobedo y Barrionuevo compró al Virrey Pezuela de Lima, la mitad de Alamor, un lugar de atardeceres paradisíacos, en 1500 pesos (Plan de Desarrollo del Canton Puyango).

En 1779 Alamor se constituye como parroquia eclesiástica, cuando Loja pasó a ser parte del obispado, de la nueva Cuenca y desde 1852 figura como parroquia eclesiástica y con el nombre de “San Jacinto del Alamor” (Mejoramiento del Complejo Turístico de “Aguas Sulfurosas” parroquia El Arenal cantón Puyango).

### **3.2.1.1 FUNDACIÓN.**

El 17 de Enero de 1947 en la ciudad de Quito, la Asamblea Constituyente, bajo la presidencia del Doctor José María Velasco Ibarra. Aprobó el decreto mediante el cual se eleva a la parroquia de Alamor a la categoría de CANTÓN, con el nombre de Puyango, publicándose el 23 de Enero del mismo año el presente decreto.

### **3.2.1.2 ETIMOLOGÍA.**

PUYA significa púa o punzón, y ANGO tendón, músculo, definiéndose a Puyango como tenacidad, fuerza, vitalidad para el trabajo.

### **3.2.1.3 UBICACIÓN GEOGRÁFICA – REGIONAL**

**Cantón:** Puyango.

**Provincia:** Loja.

**País:** Ecuador.

**Ubicación:** Sur Occidental de la provincia de Loja, a 214 Km. de la capital provincial, en el hemisferio Sur-Occidente, Latitud 4° 2” de latitud Sur y 80° 1” de Longitud Occidente.

**Superficie:** 634 Km<sup>2</sup>

**Límites:** El cantón Puyango limita de la siguiente manera:

**Al Norte:** Con el cantón Las Lajas en la provincia de El Oro.

**Al Sur:** Con los cantones Pindal y Célica de la provincia de Loja.

**Al Este:** Con el cantón Paltas de la provincia de Loja.

**Al Oeste:** Con la parroquia de Mangaurco y Paletillas del cantón Zapotillo de la provincia de Loja y Tumbes y Piura de la República del Perú.

#### **3.2.1.4 FIESTAS CÍVICAS Y RELIGIOSAS.**

23 de Enero: Aniversario de Cantonización de Puyango.

16 de Julio: Fiesta comercial y religiosa en honor a la Virgen del Carmen.

15 de Agosto: Fiesta comercial y religiosa en homenaje a la Virgen de La Asunción.

14 de Septiembre: Fiesta comercial y religiosa en honor a nuestro Señor de Girón en Mercadillo.

08 de Diciembre: Fiesta comercial y religiosa en honor a la Inmaculada Concepción.

#### **3.2.1.5 DIVISIÓN POLÍTICA.**

Puyango tiene seis parroquias que se detallan a continuación:

#### **Cuadro N° 1. – población del Cantón Puyango**

PARROQUIA	TOTAL POBLACION URBANA Y RURAL (CENSO 2001)
Alamor	7730
El Limo	2428
Arenal	1220
Vicentino	1357
Mercadillo	1116
Ciano	1619
<b>TOTAL</b>	<b>13851</b>

Fuente: Censo 2001  
Elaboración: Luis Elizalde

---

### **3.2.2 FLORA.**

En el Cantón Puyango encontramos una diversidad de flora entre ellas mencionamos:

**ESPECIES MADERERAS:** Nogal, cedro, eucalipto, guabo, guayacán, ceibos, potos, guápala, pechiche, gualtaco, puyangos, guayacanes, laureles, guácimos, caciques, cedros, palo santo, higerón, limoncillo, amarillo, entre otros.

**ESPECIES FRUTALES:** Naranja, guaba, limones, panacos, chirimoyas, guayaba, ciruelas, mangos, papayas, toronches, mandarinas, limas, babacos, granadillas, maracuyás y otras frutas.

**CEREALES:** Maíz, arroz y trigo en pequeñas cantidades.

**HORTALIZAS Y LEGUMBRES:** Tomate, lechuga, col, cilantro, perejil, zanahoria, remolacha, cebolla, acelga, pimiento, nabo, rábano, arveja, fréjol, zarandaja, entre otras.

**MONOCULTIVO:** Café, cacao, caña de azúcar, entre otras.

Estas son las más importantes que existen nuestro Cantón Puyango, aunque existen otras especies consideradas importantes.

### **3.2.3 FAUNA.**

En el cantón Puyango encontramos una gama de especies tales como:

**MAMÍFEROS:** Encontramos los siguientes:

**MAMÍFEROS SILVESTRES:** león, venado, armadillos, saínos, perezosos, gato de campo, zorros, ardillas, murciélagos, entre otros.

**MAMÍFEROS DOMÉSTICOS:** perros, gatos, ganados tenemos: caprino, vacuno, caballar, asnal, porcino, etc.

**AVES DE CORRAL:** gallinas, patos, pavos, gansos, palomas de castilla, entre otras.

AVES SILVESTRES: palomas, tordos, chilalos, perdiz, golondrinas, tórtolas, colibríes, pájaros carpinteros, putillas, margaritas éstas son las más conocidas.

REPTILES: macanche, tigre, colombos, corales mariposa, culebra verde, culebra ciega, lagartijas, pacasos, iguanas, lagartos, éstas las más comunes.

ANFIBIOS: Dentro de ésta clasificación encontramos: ranas y sapos.

PECES: culebrilla, trucha, bagre, raspas, campanillas entre otras.

INVERTEBRADOS: arañas, escorpiones, lombrices, escarabajos, ciempiés, milpiés, mariposas en una gran diversidad, entre otras.

### 3.2.4 GASTRONOMIA

**Cuadro N° 2. – gastronomía del Cantón Puyango**

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	PREPARACIÓN/INGREDIENTES
<b>Chicha de maíz</b>	Bebida originaria de América es muy difundida en nuestros pueblos es parte d la vida diaria en el trabajo del campesino y en las fiestas	Se obtiene de la fermentación del grano.
Sango de maíz:	Se sirve con guineo, yuca o arroz es uno de los alimentos más antiguos,.	Se prepara con harina de maíz tostado que a veces lleva chicharrón o quesillo
<b>Mazapanes y tortillas de maíz</b>	Era un pan de maíz elaborado por las vírgenes escogidas del sol, que consistía en preparar diferentes figuras que eran ofrecidas en la fiesta del sol o INTI RAIMI,	Huevos, mantequilla miel, royal, dándole un sabor atractivo a quienes consumen.
<b>Tamales:</b>	Derivado del maíz, que a medida que se fue	este exquisito plato típico que se ha mezclado con carne de gallina, chancho y otros

	perfeccionando la utilización de este alimento vital, en la vida del hombre	condimentos
Longaniza	Acompañada con arroz con plátanos y camotes fritos y mote.	Preparada con carne molida y menudencias aliñadas achiote y sal,

Fuente: Gastronomía de la provincia de Loja  
Elaboración: Luis Elizalde

### 3.2.5 TRANSPORTE.



Fotografía N°: 3  
Titulo de la fotografía: transporte Alamor.  
Autor: Luis Elizalde



Fotografía N°: 4  
Titulo de la fotografía: transporte Alamor  
Autor: Luis Elizalde

El transporte se ha constituido a través de los años en uno de los pilares fundamentales para el desarrollo de los pueblos, permitiendo el progreso de la agricultura, el comercio, y en la actualidad del turismo.

La concentración de la población en grandes ciudades o grandes áreas metropolitanas ha supuesto la necesidad de dotación de un transporte colectivo eficiente para el desarrollo de la vida cotidiana de éstas. En el Cantón Puyango existen empresas de transporte entre las cuales podemos señalar las siguientes:

### **Cuadro N° 3. – Turnos de la Cooperativa de Transporte Cotial**

Cooperativa de transporte COTIAL	
ALAMOR HACIA :	HORA DE SALIDA
Pindal	07h30 – 10h10 – 11h45 – 14h15 – 16h30
Zapotillo	05h15
Paletillas – Mangaurco	12h30
Arenillas	07h30

Fuente: secretaria de la cooperativa de transporte Cotial  
Elaboración: Luis Elizalde

### **Cuadro N° 4. – Turnos de la Cooperativa de Transporte TransAlamor**

Cooperativa de transporte TRANSALAMOR	
ALAMOR HACIA :	HORA DE SALIDA
Arenal	05h30 – 11h30 – 16h30
Ciano	05h00 - 11h00 - 16h30
Guajalanche – Naipiraca	10h45 – 13h00
Cochas de Pindal	05h30 – 10h30 – 16h30
Chaquino	11h30
Sota / Palmira	05h00 - 07h30 – 13h00
Curiachillo / La Libertad	11h45
Potrerosillos / Guatunuma	10h30
Vicentino / Yamba la Hamaca	05h30 – 10h00 – 17h00
La Pampa	12h30
Mangurquillo / Vega Alta	06h00 – 14h00
Vicentino / Yamba	12h30
La Pampa Paletillas	10h15
Paltapamba / Progreso	06h00 – 12h30
Mangurquillo	16h30 – 09h30 – 11h00
Macandamine	12h30
Cochas de Pindal	13h00
Potrerosillos	11h15
Pozul	05h30 – 12h00
Naipiraca / Las Peñas	09h15
Dulce / Alto de la Cruz / Cerro Grande	05h30 – 16h00 – 12h30

Fuente: secretaria de la cooperativa de transporte TransAlamor  
Elaboración: Luis Elizalde

Cooperativa de Transporte de taxi 23 de Enero.

Cooperativa de Transporte de taxi Alamoreña.

El costo por el servicio de taxi es generalmente 1 dólar. Y hasta el sitio de las Aguas Sulfurosas de El Arenal es de 8 a 10 dólares

Además existen cooperativas de transporte que prestan sus servicios interprovincial:

#### **Cuadro N° 5. – Turnos de la Cooperativa de Transporte LOJA**

Cooperativa de transporte LOJA	
ALAMOR HACIA :	HORA DE SALIDA
Célica – Catacocha – Catamayo – Loja	10h00 – 14h00 – 00h30
Arenillas – Santa Rosa – Machala	07h30 - 10h00 - 13h00
Arenillas – Huaquillas	08h30
Santo Domingo – Quito	18h30 – 19h00
Santo Domingo – Lago Agrio – El Coca	10h00
Zapotillo	11h00
Macará	16h30
Guayaquil	23h30 – 00h30

Fuente: secretaria de la cooperativa de transporte Loja  
Elaboración: Luis Elizalde

#### **Cuadro N° 6. – Turnos de la Cooperativa de Transporte CARIAMANGA**

Cooperativa de transporte Cariamanga	
ALAMOR HACIA :	HORA DE SALIDA
Loja	07h30 – 12h30 – 18h00
Limo	18h00
Alamor – Pindal – Paletillas	15h00
Huaquillas	05h30

Fuente: secretaria de la cooperativa de transporte Cariamanga  
Elaboración: Luis Elizalde

#### **Cuadro N° 7. – Turnos de la Cooperativa de Transporte CIFA**

Cooperativa de transporte CIFA	
ALAMOR HACIA :	HORA DE SALIDA
Machala	10h00 – 14h00 – 00h30

Fuente: secretaria de la cooperativa de transporte Cifa  
Elaboración: Luis Elizalde

---

Dentro del transporte se tiene que destacar los ejes viales por donde transitan todo tipo de vehículos tales como

**Eje vial 1.- Mercadillo – Alamor- Arenillas** (vía a la costa), es una vía estable, asfaltada, de enlace con la ciudad de Loja y cabeceras cantonales de Célica, Paltas y Catamayo que se ubican en el centro de la provincia de Loja, vía de acceso al cantón Puyango y salida a la costa.

**Eje vial 2.- Alamor – Chaquinal – Pindal – Zapotillo**, ruta intercantonal asfaltada.

**Eje vial 3.- Alamor – Vicentino**, con capa de rodadura lastrada, en el invierno se interrumpe en varios tramos por los deslaves, lo que provoca el aislamiento de este sector de gran producción agropecuaria, con graves perjuicios económicos para sus habitantes. Esta vía se comunica con varios ramales de vías en tierra hacia El Arenal, Ciano y más comunidades de la zona.

**Eje vial 4.- Alamor – El Limo – Mangahurquillo en el cantón Zapotillo**, vía lastrada de verano, posibilita el transporte de las poblaciones señaladas y comunidades aledañas, soporta un elevado tránsito de vehículos de carga que dejan a su paso grandes polvaredas, las mismas que contaminan los centros poblados ubicados en la vía.

### **3.2.6 LUGARES TURISTICOS**

Para recopilar información acerca de este aspecto se tuvo que recurrir a las oficinas del municipio del Cantón Puyango y según el Ing. Cajilima encargado de la oficina de turismo, supo manifestar que el levantamiento del inventario de los atractivos turísticos del Cantón se está elaborando y que estará listo para el mes de agosto del 2012 y que por el momento cuentan con un listado de atractivos turísticos que es el siguiente:

**El Bosque Petrificado de Puyango**, se encuentra en el límite con la provincia de El Oro, la valoración de este recurso se ha incrementado tanto en la comunidad como en las autoridades locales que han sido parte fundamental en la suscripción del Acuerdo de Mancomunidad entre representantes de la provincia de Loja y el Oro así como del Cantón

---

Puyango y de las Lajas, el manejo adecuado de este recurso permitirá posicionar a Puyango en paquetes turísticos de la región sur y del país.

**Complejo turístico municipal “San Francisco de Alamor”**, comprende un área de 8264,86 Km<sup>2</sup>. Está ubicado en la vía a la Costa, cerca del barrio “EL Tejar” a unos cuantos kilómetros de la ciudad de Alamor. Este centro recreacional posee una altitud de 800 msnm. La temperatura promedio es de 22 °c. En dicho Complejo Turístico pueden encontrarse:

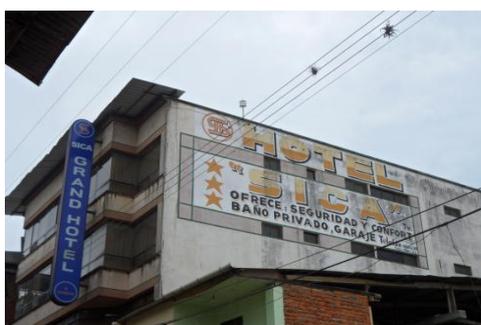
El Centro Recreacional Municipal, en forma paulatina, se ha convertido en uno de los principales sectores a los que acude una gran cantidad de personas, pues es un lugar en donde a más de ejecutar determinadas actividades físicas y recreativas se fortalecen los lazos de amistad y por supuesto los familiares.

Características de los atractivos turísticos:

- **Laguna de las Iglesias** en la Parroquia Vicentino.
- **El Río Puyango** en el que se han realizado varios recorridos en bote, con participantes internacionales que gustan del turismo de aventura.
- **La cascada de Landara.**
- **El Balneario de agua dulce en el Río Cochurco** en el que se encuentran también sitios para la práctica de pesca.
- **Pailitas** – Chirimoyo.- Ubicadas en el corazón del Bosque Petrificado, sitio recreacional, por la gran cantidad de formaciones naturales en forma de “pailas”.
- **Cueva Santa.**- En el sector Cerro Verde de la parroquia Alamor, junto a la Vega del Mango, en una peña se encuentra una amplia entrada de unos 7 metros de largo por 4 metros de ancho, luego la cueva se dirige hacia la izquierda y conforme avanza se va reduciendo. La oscuridad, la presencia de murciélagos y la falta de oxígeno impiden explorar esta misteriosa cueva.

- **Las Pampas de Guambona.** Se encuentran ubicadas en la parte más alta del cantón Puyango (1 700 msnm), pertenecen a la parroquia de Vicentino, en el sitio en donde ésta se une con las parroquias El Arenal, Alamor y Mercadillo. Es una pampa muy extensa cubierta de pequeña vegetación, un pasto conocido como kikuyo. Estudios realizados por Predesur señalan que en estos lugares se han encontrado numerosas sepulturas, por lo que lo han denominado Cementerio de los Incas. Desde este lugar se puede divisar el Océano Pacífico hacia el sector de Puerto Bolívar.
- **Aguas sulfurosas.-** Ubicadas en la vía Arenal – Cochas, junto a la quebrada de La Vega, se encuentra la vertiente de aguas sulfurosas o aguas medicinales, lugar al que acuden centenares de personas para curar sus enfermedades, principalmente de la piel y reumáticas, unas pequeñas piscinas recogen el agua, cuyo olor y sabor es a azufre.

### 3.2.7 ALOJAMIENTO, ALIMENTOS Y BEBIDAS



Fotografía N°5.- hospedaje Alamor  
Elaboración: Luis Elizalde



Fotografía N°6.- hospedaje Alamor  
Elaboración: Luis Elizalde

En lo que se refiere a alojamientos, alimentos y bebidas del cantón Puyango según el catastro del corte 15 de abril del 2011 tenemos:

### Cuadro N° 8. – Alojamiento en el Cantón Puyango

NÚM	REG.MT	RAZON SOCIAL	PROPIETARIO	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
<b>Hotel Residencia</b>						
505	1110500322	GRAND HOTEL SICA	SISALIMA MALDONADO STALIN BENJAMIN	10 DE GOSTO Y COLON	Segunda	2680230
506	1110500325	PUYANGO	CORDOVA APOLO ISABEL MARIA	10 DE AGOSTO E/ SUCRE Y JUAN MONTALVO	Tercera	2680137
507	1110500777	ANGELES LOS	BUSTAMANTE CALDERÓN ESTÍN MARÍA	JOSÉ MIGUEL ZÁRATE	Tercera	2680890
<b>Pensión</b>						
508	1110500405	DEL BOSQUE	LEDESMA JARAMILLO ÁNGEL SALVADOR	SUCRE Y 10 DE AGOSTO	Segunda	2680090
509	1110500323	CENTRAL	CHALAN MALDONADO JESUS ANGELICA	10 DE AGOSTO Y JUAN MONTALVO	Tercera	S/N
<b>Hostal</b>						
510	1110500657	REY PLAZA	VALDIVIESO ÁLVAREZ BEATRÍZ DEL CISNE	GUAYAQUIL Y COLÓN	Segunda	2680168

Fuente: catastro de la provincia de Loja  
Elaboración: Luis Elizalde

### Cuadro N° 9. – Alimentos y bebidas en el Cantón Puyango

NÚM.	REG.MT	RAZON SOCIAL	PROPIETARIO	DIRECCION	CATEGORIA	TELEFONO
<b>Cafetería</b>						
511	1110500404	Central	GARCÍA MORA ENID ENRIQUETA	GUAYAQUIL Y SUCRE	Cuarta	2680167
<b>Restáurate</b>						
512	1111500912	PIKI Y TIEMPLA	SALGADO PACHAR ESTER FABIOLA	JOSÉ MARÍA VIVAR Y EV. EL ORO	Tercera	90888726
513	1110500389	NUVE AZUL	SEGUNDO ALBERTANO CHALAN MALDONADO	10 DE AGOSTO Y JUAN MONTALVO	Cuarta	S/N

Fuente: catastro de la provincia de Loja  
Elaboración: Luis Elizalde

---

### 3.2.2 Parroquia el Arenal



Grafico # 1:  
Titulo: escudo de la parroquia El Arenal  
Fuente: Plan de desarrollo cantonal del Cantón Puyango

### 3.3.2 Situación

El Arenal tiene una extensión aproximada de 64 kilómetros cuadrados y una población estimada de 1300 habitantes. La altura sobre el nivel del mar en la población es de 800m.

#### Los Límites de ésta parroquia son:

- Al Norte:** con Ciano.
- Al Sur:** con Mercadillo.
- Al Este:** con Vicentino.
- Al Oeste:** con Alamor.

### 3.3.3 Servicios básicos

- Luz eléctrica.
- Agua potable.
- Internet.
- Teléfono.
- Cobertura de telefonía celular.

---

### **3.3.4 Los barrios.**

El Arenal, Amarillos, Gramalotes, Colorado Nuevo, Colorado Viejo, La Arrinconada, Machala, Paltapamba, Guayacán, Curiachillo, Las Vejas.

### **3.3.5 Síntesis histórica.**

Su nombre se debe a que sus tierras son grandes arenales por ser topográficamente plano y estar rodeado de dos quebradas. Este sector pertenecía a la parroquia de Mercadillo hasta el 3 de Agosto de 1988, en que se publicó en el Registro Oficial No. 992 la creación de la sexta parroquia de Puyango denominada El Arenal.

### **3.3.6 Fuentes de economía.**

La agricultura es el principal región de economía de esta parroquia, el cultivo de café y ganadería vacuna, están en el primer orden, le siguen en importancia la cría de porcinos y ave de corral. La caña de azúcar para hacer panela o sacar aguardiente.

## **3.4 Aguas Sulfurosas el Arenal**



Fotografía N°7.- Aguas Sulfurosas El Arenal  
Elaboración: Luis Elizalde

El sitio Las Aguas Sulfurosas, pertenece a la parroquia El Arenal, cantón Puyango. Estas aguas están ubicadas en el sitio denominado Papayas, en la quebrada Las Vegas, en la margen izquierda de la vía que conduce a la

---

parroquia Ciano, tiene un área de 8.264,86 metros cuadrados; a una altitud de 800 msnm; temperatura promedio de 22°C; a una distancia de 17 Km de la ciudad de Alamor.

Los moradores del sector cuentan, que fue Don Ángel Bustamante en el año 1963 quien acompañó al Rvdo. Carlos Vaca a una de las quebradas para hacerle conocer que en el sector se encontraban piedras de color blanquecino pegadas y mal olientes; fue cuando se descubrió la existencia de vertientes de agua sulfurosa, y a partir de aquel momento se conoce a la Parroquia el Arenal por sus aguas y lodo milagroso.

El lugar dispone de tres piscinas pequeñas de diferentes dimensiones, que acumulan el agua para ser aprovechada por los bañistas, una quebrada con poco caudal de agua que permite ser utilizada como piscina natural, senderos y árboles nativos. La vía es lastrada, lo que facilita el acceso vehicular permanente durante todo el año. La cabecera parroquial El Arenal no dispone de hoteles ni restaurantes, pero se atiende a los turistas mediante la alternativa del turismo comunitario.

Personas que visitan el balneario afirman que poniéndose el barro en el cuerpo, luego bañándose con el agua, sanan enfermedades de los huesos e infecciones de la piel.

Estudiantes del Colegio “Ramón Samaniego palacio”, de El Arenal, realizan ensayos micro empresariales para comercializar el “barro curativo”, con fines estéticos y curativos (Mejoramiento del Complejo Turístico de “Aguas Sulfurosas” parroquia El Arenal cantón Puyango).

Para llegar a complejo turístico se puede abordar el bus (ranchera) de la cooperativa TransAlamor, cuya hora de salida es de 5h30, 11h30 y 16h30 el recorrido es de 20 a 25 minutos. Y el valor es de 0.75 centavos de dólar.

Este sitio cuenta con el terreno indicado para la construcción de un canopy ya que está rodeado de montañas con pendientes adecuadas para templar los cables , la quebrada cruza justo por la mitad del complejo, existe vegetación, senderos, etc.

---

## 4 MATERIALES Y METODOS

### 4.1 Materiales.

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

- Equipo de cómputo.
- Útiles de oficina.
- Cámara fotográfica.
- Medios de transporte.
- Teléfono celular.

### 4.2 Métodos.

## METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente proceso de investigación y cumplimiento de nuestros objetivos se utilizó lo siguiente.

Para el objetivo general que es “Generar un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de canopy en el cantón Puyango, parroquia el Arenal”.

Fue fundamental determinar la Capacidad de Carga Turística, esta capacidad hace referencia a la Capacidad de Carga Física (CCF), Capacidad de Carga Real (CCR), y Capacidad de Carga Efectiva (CCE).

### **Realizar un estudio de mercado**

Para lo cual se consideró a la población económicamente activa del cantón Puyango como mercado y a las cuales se les realizó una encuesta, que según el INEC 2001 son 5.097 personas y que según el **proyecto adecuación, construcción y mejoramiento de las instalaciones y equipamientos para turismo en el bosque petrificado de puyango** crece un 9.7 % anual, para el 2011 da como resultado 14112 personas.

**Cuadro N° 10. –actualización de la población económicamente activa del Cantón Puyango**

año	P.E.A	P.E.A actualizada 9.7%
2001	5097	5591
2002	5591	6134
2003	6134	6729
2004	6729	7381
2005	7381	8097
2006	8097	8883
2007	8883	9745
2008	9745	10690
2009	10690	11727
2010	11727	12864
2011	12864	14112

Fuente: censo 2001  
Elaboración: Luis Elizalde

Para ello se utilizó la siguiente Fórmula:

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

En donde:

**n** = Muestra.

**Z** = Nivel de Confianza.

**p** = Probabilidad que suceda (50%).

**q** = Probabilidad que no suceda (50%).

**N** = Población.

**e** = Margen de error (5%).

Reemplazando la formula anterior tenemos

**z** = 1,96

**p** = 0,5

**q** = 0,5

**e** = 0,05

**N** = 14112

**n** = ?

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{N \times e^2 + z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5) \times (14112)}{14112 \times (0,05)^2 + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = \frac{13553,02}{36,24}$$

$$n = 374$$

$$n = 374 \text{ muestras}$$

Para el cálculo de la Demanda Potencial se necesitara los siguientes datos:

**S. M** = Segmento de Mercado.

**D. P** = Demanda Potencial equivalente.

Dichos datos nos ayudaran a calcular la demanda potencial y la demanda real.

Consecutivamente se realizó cuadros de Costos de Producción, Gastos Generales y Gastos de Operación, para obtener el monto económico para la producción operativa del mismo, a continuación se realizo el Estado de Resultados donde se obtuvo la Utilidad Neta.

Para saber la Rentabilidad de nuestro negocio nos basamos en algunos estudios de varios Indicadores Económicos como:

**VAN:** que nos permitió saber si era Rentable nuestro proyecto a través de la formula;

$$VAN = \frac{\sum fn}{(1+i)^n}$$

**TIR:** dio a conocer la Tasa de interés por medio de la formula;

$$TIR = im + (iM - im) * \left[ \frac{VAN.im}{VAN.im - VAN.iM} \right]$$

---

**R B/C:** donde se obtuvo el estado de rentabilidad con la fórmula aplicada;

$$B \& C = \frac{\frac{\Sigma \text{ingresos}}{(1+i)^n}}{\frac{\Sigma \text{egresos}}{(1+i)^n}}$$

**PRC:** Cuando la sumatoria del Flujo neto es igual a la Inversión, su fórmula es;

$$PRC = \frac{I}{\bar{X} \cdot fa}$$

A través de los análisis realizados con anterioridad, podremos determinar si es factible o no la práctica de nuestro proyecto.

## **ANÁLISIS DE MARKETING**

Este análisis está enfocado a establecer una misión y visión, que sirvieron como base para identificar la razón social de la empresa y el propósito dentro del mercado, enfocado a la satisfacción del cliente y al progreso económico del negocio. Además se analizarán las famosas cuatro Ps de PORTER:

- PRODUCTO,
- PRECIO,
- PLAZA
- y PROMOCIÓN;

Con la finalidad de satisfacer las expectativas del cliente, para: ***Establecer precios y elegir las técnicas de promoción y distribución más adecuadas.***

---

## ANÁLISIS TÉCNICO

Se expresa tanto en forma grafica (mapas) como escrita la ubicación exacta de la empresa.

En el análisis técnico se analizó la localización:

**Localización:** La **macro localización** que es el entorno generalizado en donde va estar ubicado el proyecto buscando información en libros e internet acerca del sector donde va a estar localizado y la **micro localización** que es el lugar exacto y detallado donde van estar ubicadas las instalaciones y donde va a operar la empresa, aquí habrá que trasladarse a la parroquia el Arenal.

**Diseño:** El diseño del proyecto costa de dos partes: **Diseño arquitectónico** todo lo referente a infraestructura e instrumentos para poner en marcha el proyecto es decir un plano del sector para lo cual se necesitara la ayuda de un arquitecto y el **Diseño operativo** que es toda la parte administrativa con la que operaria la empresa.

**Tamaño:** En el tamaño del proyecto se calculó la capacidad instalada, capacidad utilizada y capacidad operativa.

**Costeo:** tiene que ver con los activos fijos que es el valor de todos los implementos que se necesitó en el proyecto, capital de trabajo, gastos generales, costos de operación.

## ANALISIS LEGAL

Para la parte legal se necesitó la ayuda de un abogado, se tiene que registrar la empresa en el registro mercantil. El nombre de la empresa tiene que registrarse en el I.E.P.,I (Instituto ecuatoriano de propiedad intelectual), además de registrarse en al ministerio de turismo.

Los permisos para operar se tiene que tramitar: cámara provincial de turismo, impuesto de patente municipal, bomberos, letreros, Itur (información turística), permiso de funcionamiento, SRI (servicio de rentas

---

internas) RUC (registro único del contribuyente), Superintendencia de Compañías.

Desde este punto de vista el proyecto es accesible y no tendría ningún problema para su funcionamiento.

Para el primer objetivo específico que es **“Realizar un diagnóstico turístico del cantón puyango para establecer los sectores más visitados por los viajeros”** se hizo un levantamiento de la información para obtener el diagnóstico para lo cual se incluyó en la encuesta un listado de los principales sitios turísticos estableciendo así una pregunta directa a los encuestados que nos ayudara al desarrollo de este objetivo.

Complementario a esto se recopiló información en el municipio de los lugares turísticos más visitados según su perspectiva y se realizara un recorrido para comparar la información.

La forma más acertada de verificar cuales son los lugares más visitados tanto por turistas como por la población en general, es realizando un recorrido por los lugares que en teoría son considerados.

Con la METODOLOGÍA DEL MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR se pudo realizar el levantamiento de inventario en el cual constan todas las características del lugar considerado turístico

Para el segundo objetivo específico que es **Proponer un manejo organizativo de la empresa para un buen funcionamiento técnico interno.** Para esto se elaboró un organigrama estructural, de los departamentos y oficinas que a existir y un organigrama funcional, especificando las tareas que están obligados a cumplir cada uno de los empleados.

En el manual de funciones constará: el puesto, departamento a quien pertenece, departamento a quien reporta, objetivo del puesto, funciones y perfil.

Para el último objetivo específico que es **Socializar la investigación a los entes involucrados mediante la difusión de resultados para determinar**

---

**la aceptación del mismo** realizó una petición al municipio para en uno de sus salones exponer los resultados de la investigación ante las personas y autoridades encargadas de evaluar el proyecto. El cual constó de la difusión del estudio de mercado y en especial plan de inversión.

Se realizó una invitación a la coordinación de la carrera de administración turística, al director del proyecto Ing. Rodrigo Culcay, al Alcalde del Cantón Puyango Dr. Víctor Hugo Tinoco, al fiscalizador de proyectos del municipio del Cantón Puyango Ing. Israel Román.

---

## 5 RESULTADOS

### 5.1. Diagnóstico turístico del Cantón Puyango

Con el propósito de dar cumplimiento al primer objetivo estratégico que es el de realizar un diagnóstico turístico del Cantón Puyango, tenemos lo siguiente:

#### **Información General.**

❖ **Provincia: Loja**

❖ **Cantón: Puyango**

Extensión Territorial: 627 Km<sup>2</sup>.

Población: 16.804 habitantes.

Temperatura Promedio Anual: 20° C

Altitud Promedio: 1.150 m.s.n.m.

Fecha de Cantonización: 23 de enero de 1947.

#### **Ubicación Geográfica**

##### ❖ **Limites**

Puyango está ubicado al suroccidente de la provincia y sus límites son: al Norte, con la provincia de El Oro; al Sur, con el cantón Pindal y Céllica; al Este, con Paltas; y, al Oeste, con Zapotillo.

##### ❖ **División Política.**

Una parroquia urbana y cinco parroquias rurales 99 barrios.

**Parroquia Urbana:** Alamor.

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

---

❖ **Idioma:**

Castellano.

❖ **Referencia cercana.**

Puyango es uno de los cantones más promisorios de la provincia de Loja tan generosamente dotado por la Providencia y por la naturaleza, lo que lo convierte en una región con diversidad de pisos climáticos que dan lugar a una muy representativa producción agropecuaria.

Es uno de los cantones que genera gran cantidad de movimiento económico al sur del País. Junto con Pindal y Zapotillo.

❖ **Vías**

CARRETERA: PRINCIPALES: Loja- Alamor y Alamor-Arenillas.

SECUNDARIAS: Alamor, Vicentino, Ciano, Arenal.

Alamor, El Limo, Mangaurco.

Alamor, El Derrumbo, Puyango

Alamor, Chaquinal, Pindal.

❖ **Actividad Económica.**

Los habitantes del cantón Puyango se dedican en su gran mayoría a la ganadería, en menor escala a la agricultura produciendo básicamente café, maíz, zarandaja, maní, guineo, yuca. Debe señalarse que el cantón por su ubicación tiene un gran movimiento comercial fundamentalmente con la provincia de El Oro, convirtiéndose esta actividad en una importante fuente de ingresos para los habitantes en general.

**Análisis de la Situación Turística**

A continuación se detalla y se clasifica a los atractivos turísticos del Cantón Puyango según la Metodología del Ministerio de Turismo en la cual se jerarquiza tomando en cuenta una orden de factores dando como resultado el valor del recurso turístico.

**Cuadro N° 11. – situación turística**

<b>CONTENIDOS</b>		<b>INFORMACIÓN DESARROLLADA</b>	
<b>ATRATIVOS NATURALES</b>			
<b>Nombre del Atractivo</b>		<b>Jerarquización</b>	<b>Ficha #</b>
❖ Bosque Petrificado de Puyango		IIII	1
❖ Balneario de la Zota		II	2
❖ Aguas Sulfurosas		II	3
❖ Pampas de Guambona		II	4
❖ Bosque de Tagua del Limo		II	5
❖ Balneario de Cochurco		II	6
❖ Cueva Santa		II	7
<b>ATRATIVOS CULTURALES</b>			
<b>Nombre del Atractivo</b>		<b>Jerarquización</b>	<b>Ficha #</b>
❖ Reloj de ocho esferas		II	8
❖ Piedra Urazhi		I	9
<b>ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES CONTEMPORÁNEAS</b>			
<b>Nombre del Atractivo</b>		<b>Jerarquización</b>	<b>Ficha #</b>
❖ Fiesta en honor a la virgen Asunción		II	10

Fuente: censo  
 Elaboración: Luis Elizalde

## 5.2 Fichas descriptivas de atractivos turísticos del cantón Puyango.

### ➤ Atractivos Naturales.

#### Ficha # 1

Bosque Petrificado de Puyango		
<b>Categoría: Sitio Natural</b>	<b>Tipo: Bosque</b>	<b>Subtipo: Petrificado</b>
<b>Provincia: Loja</b>	<b>Cantón: Puyango</b>	<b>Localidad: Puyango Viejo</b>
 <p><b>Ubicación:</b> <i>Se ubica en la región Sur del Ecuador, en los cantones Las Lajas de la Provincia de El Oro y Puyango de la Provincia de Loja, separados por el río Puyango.</i></p> <p>Fotografía: # 8 Fuente: Observación directa. Elaboración: Luis Elizalde</p>		
<p><b>Características:</b> El Bosque Petrificado de Puyango, mundialmente conocido como yacimiento de fósiles marinos y madera petrificada, es un verdadero atractivo turístico, únicamente comparable con las islas Galápagos y el Oriente ecuatoriano por su gran importancia.</p> <p>Grandes árboles petrificados reposan en el camino, y en sus cortezas si se observan aun se puede apreciar las huellas de las hojas y pequeños moluscos. En el lugar existe un museo que guarda, aunque con algo de desorden piezas fosilizadas de animales, frutas, peces, insectos y moluscos.</p> <p><b>Flora</b> Su vegetación es típica de lugares tropicales encontrándose la existencia de Petrinos (sobresaliendo el gigante de 35m de altura, 7m de circunferencia y 150 años de edad aproximadamente), ceibos, potos, guápala, pechiche, gualtaco, puyangos, guayacanes, laureles, guácimos, caciques, cedros, palo santo, higerón, limoncillo, amancay, bejucos, orquídeas, pastos,</p> <p><b>Fauna</b> perdiz, tórtolas, pájaro bobo, tijeretas, carpintero, el chilalo, tigrillos, ardillas, sahinós, zorros, armadillos, guatusas, gualillas, gato del monte, lagartijas (distintas especies), iguanas, serpientes y en el río lagartos.</p> <p>El atractivo está en buen estado. Para llegar al lugar es preferible hacerlo en vehículo propio o en su defecto contratar un carro directo al bosque ya que no existe un turnos de transporte público, el costo de la carrera es de 20 dólares aproximadamente</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b> se puede realizar lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Observación de flora y fauna petrificada mediante caminatas dirigidas por los guías del bosque</li> </ul>		
<p><b>Recomendaciones:</b> respetar senderos, utilizar ropa ligera, zapatillas, gorra, gafas, llevar bebida hidratante y bloqueador solar.</p>		

Ficha # 2

<b>Balneario de la Zota</b>		
<b>Categoría: Sitio Natural</b>	<b>Tipo: Ríos</b>	<b>Subtipo: Balneario</b>
<b>Provincia: Loja</b>	<b>Cantón: Puyango</b>	<b>Localidad: La Zota</b>
		
<p><b>Ubicación:</b> Está ubicado a 15 minutos del Bosque Petrificado Puyango por la vía que conduce al Empalme</p> <p>Fotografía: # 9            Titulo: Balneario la Zota            Elaboración: Luis Elizalde</p>		
<p><b>Características:</b> Las piscinas naturales, como su nombre lo indica son formaciones naturales, están ubicadas en la quebrada La Zota, aquí se encuentran los reservorios de aguas termales más visitados especialmente en épocas de carnaval y feriados que son días en que la gente sale en busca de diversión en un ambiente distinto dejando de lado la rutina diaria.</p> <p>La fresca pura y cristalina agua que recorre el lugar es una invitación explícita para sumergirse en ella y dejarse llevar por el encanto y tibieza que sólo aquí podrá encontrar.</p> <p><b>Flora:</b> se encuentra ceibos, potos, guápala, pechiche, gualtaco, puyangos, guayacanes, laureles, guácimos, caciques, cedros, palo santo, higerón, limoncillo, amancay, bejucos,</p> <p><b>Fauna:</b> se encuentra pájaro bobo, tijeretas, carpintero, el chilalo, tigrillos, ardillas, sahinós, zorros, armadillos, guatusas, galillas, gato del monte, iguanas, serpientes</p> <p>El atractivo está rodeado por la naturaleza. Para llegar a este atractivo se toma la vía que va desde Puyango Viejo hasta El Empalme</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b> se puede realizar lo siguiente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ En este lugar los turistas pueden disfrutar de un refrescante chapuzón y regocijarse de la naturaleza en general</li> <li>❖ Caminatas a los alrededores de la quebrada donde se puede encontrar arboles petrificados</li> </ul>		
<p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ utilizar ropa ligera, zapatillas, gorra, gafas, llevar bebida hidratante y bloqueador solar.</li> </ul>		

Ficha # 3

<b>Balneario de las Aguas Sulfurosas</b>		
<b>Categoría: Sitio Natural</b>	<b>Tipo: Complejo Turístico</b>	<b>Subtipo: Balneario</b>
<b>Provincia: Loja</b>	<b>Cantón: Puyango</b>	<b>Localidad: El Arenal</b>
		
<p><b>Ubicación:</b> están ubicadas en el sitio denominado Papayas, en la quebrada Las Vegas, en la margen izquierda de la vía que conduce a la parroquia Ciano</p> <p>Fotografía: # 10            título: Balneario Aguas Sulfurosas            Elaboración: Luis Elizalde</p>		
<p><b>Características:</b> Los moradores del sector aseguran que las Aguas Sulfurosas tienen propiedades medicinales y como balneario es una alternativa turística en el cantón, su clima que fluctúa los 22°C, convirtiéndolo en un sitio privilegiado.</p> <p>El lugar dispone de un tanque que acumula el agua para ser aprovechada por los bañistas, una quebrada con poco caudal de agua pero permite ser utilizada como piscina natural, senderos y árboles nativos. La vía es lastrada, lo que permite el acceso vehicular permanente durante todo el año,</p> <p><b>Flora:</b> Nogal, cedro, eucalipto, guabo, guayacán, ceibos, potos, guápala, pechiche, gualtaco, puyangos, guayacanes, laureles, guácimos, caciques, cedros, Naranja, guaba, limones, panacos, chirimoyas, guayaba, ciruelas, mangos, papayas, toronches, Maíz, Café, caña de azúcar</p> <p><b>Fauna:</b> armadillos, saínos, perezosos, gato de campo, ardillas, murciélagos, palomas, tordos, chilalos, perdiz, golondrinas, tórtolas, colibríes, pájaros carpinteros, macanche, tigre, colombos, corales mariposa, culebra verde, culebra ciega, lagartijas, pacasos, iguanas, lagartos, éstas las más comunes. culebrilla, trucha, bagre, raspas, escorpiones, lombrices, escarabajos, arañas</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b> se puede realizar lo siguiente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ En este lugar los turistas pueden observar la flora y la fauna típica del lugar</li> <li>❖ Poner sobre sus cuerpos barro medicinal</li> <li>❖ Bañarse en las aguas sulfurosas</li> </ul>		
<p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Utilizar ropa ligera, zapatillas, gorra, gafas, terno de baño y bloqueador solar.</li> </ul>		

Ficha # 4

<b>Pampas de Guambona</b>		
<b>Categoría: Sitio Natural</b>	<b>Tipo: Bosque</b>	<b>Subtipo: Bosque</b>
<b>Provincia: Loja</b>	<b>Cantón: Puyango</b>	<b>Localidad: Guambona</b>
<div style="display: flex; align-items: flex-start;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p><b>Ubicación:</b> Las Pampas de Guambona están ubicadas a 20 kilómetros al sur este de Alamor, en la parroquia Vicentino.</p> <p>Fotografía: # 11            Título: Pampas de Guambona            Elaboración: Luis Elizalde</p> </div> </div>		
<p><b>Características:</b> Las Pampas de Guambona tienen un valor histórico muy particular y con una diversidad de leyendas que hacen de este sitio un verdadero atractivo turístico una de sus leyendas más conocidas es la “ciudad perdida de Guambona”, además su entorno natural llama la atención de quienes aman la biodiversidad ya que cuenta con una gran riqueza en lo que se refiere a flora y fauna.</p> <p><b>Flora:</b> Su vegetación es típica de lugares tropicales, encontrándose la existencia de puyangos, guayacanes, laureles, guácimos, Caciques, cedros, palo santo, higuierón, limoncillo, almendro y otros. Entre los grandes; y en los pequeños o arbustos.</p> <p><b>Fauna</b> En lo que respecta a fauna tenemos: la perdiz, tórtolas, pájaro bobo, tijeretas, carpintero, el chilalo (arquitecto), la putilla, tordo, azulejos, loro, el cuervo, el gavián, el cacique, la chiroca y el mirlo, los mismos que con sus trinares y gorjeos deleítan a nuestro oído. En cuanto a mamíferos el bosque abriga a venados, tigrillos, ardillas, sahnos, zorros, rana, armadillos, guatusas, gualillas, gato del monte, entre otros. En reptiles encontramos: lagartijas.</p> <p>Los atardeceres en este lugar son impresionantes.</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b> se puede realizar lo siguiente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ En este lugar los turistas pueden disfrutar de la flora y fauna</li> <li>❖ Senderismo</li> <li>❖ Relato de leyendas</li> </ul>		
<p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Utilizar ropa ligera, Botas, gorra, llevar bebida hidratante y bloqueador solar.</li> <li>❖ No arrojar basura</li> <li>❖ Llevar refrigerio</li> </ul>		

Ficha # 5

<b>Bosque De Tagua de El Limo</b>		
<b>Categoría: Sitio Natural</b>	<b>Tipo: Bosque</b>	<b>Subtipo: Bosque</b>
<b>Provincia: Loja</b>	<b>Cantón: Puyango</b>	<b>Localidad: El Limo</b>
	<p><b>Ubicación:</b> Bosque de Marfil Vegetal se encuentra ubicado en la parroquia el Limo a 25 Km. de Alamor</p> <p>Fotografía: 12            Titulo: Bosque de Tagua de El Limo            Elaboración: Luis Elizalde</p>	
<p><b>Características:</b> Como una alternativa no solo de la parroquia sino del cantón, se ha constituido la explotación de la tagua en los bosques de El Limo, pero en vista que no existe la infraestructura correspondiente no se puede comercializar a gran escala los objetos que construyen las manos hábiles limonenses.</p> <p><b>Flora:</b> existen puyangos, guayacanes, laureles, guácimos, Caciques, cedros, palo santo, higuierón, Limoncillo, almendro, Café, Maíz, Zarandaja, maní, guineo, yuca, y otros.</p> <p><b>Fauna:</b> existe perdiz, tortolas, carpintero, el chilalo (arquitecto), la putilla, tordo, azulejos, loro, el gavián, el cacique, la chiroca y el mirlo. En cuanto a mamíferos hay venados, tigrillos, ardillas, sahinós, zorros, rana, armadillos, guatusas, gualillas, gato del monte, entre otros. En reptiles encontramos: lagartijas, Macanches,</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b> se puede realizar lo siguiente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Se puede observar la presencia de una gran cantidad de monos que pululan la cúspide de los árboles</li> <li>❖ Senderismo</li> <li>❖ Pesca deportiva</li> <li>❖ Camping</li> </ul>		
<p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Utilizar ropa impermeable, Botas, gorra, llevar bebida hidratante y repelente de mosquitos.</li> <li>❖ No arrojar basura</li> <li>❖ Llevar refrigerio</li> </ul>		

Ficha # 6

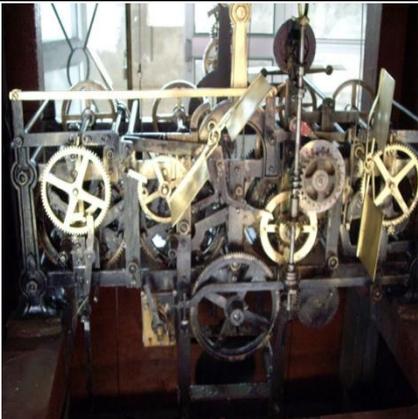
<b>Balneario de Cochurco</b>		
<b>Categoría: Sitio Natural</b>	<b>Tipo: Rio</b>	<b>Subtipo: Balneario</b>
<b>Provincia: Loja</b>	<b>Cantón: Puyango</b>	<b>Localidad: Cochurco</b>
		
<p><b>Ubicación:</b> se encuentra ubicado vía a la costa a 10 minutos aproximadamente del puente de Puyango</p> <p>Fotografía: # 13            Título: Balneario de Cochurco            Elaboración: Luis Elizalde</p>		
<p><b>Características:</b> Encontramos reservorios de aguas termales visitados con más frecuencia en época de carnaval y feriados que son días donde la gente sale en busca de diversión y relajamiento.</p> <p>La fresca, pura y cristalina agua que recorre el lugar es una invitación, a sumergirse en ellas y dejarse llevar por el encanto y tibieza de que solo aquí podrá encontrar.</p> <p><b>Flora:</b> existen puyangos, guayacanes, laureles, guácimos, Caciques, cedros, palo santo, higuierón, Limoncillo, almendro, Café, Maíz, Zarandaja, maní, guineo, Nogal, guápala, Gualtaco, cedros</p> <p><b>Fauna:</b> existe perdiz, tórtolas, carpintero, el chilalo (arquitecto), la putilla, tordo, azulejos, loro, el gavilán, el cacique, la chiroca y el mirlo, venados, tigrillos, ardillas, sahinós, zorros, rana, armadillos, guatusas, gualillas, gato del monte, Macanches,</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b> se puede realizar lo siguiente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Pesca deportiva.</li> <li>❖ Disfrutar de un refrescante baño en sus aguas cristalinas.</li> <li>❖ Camping</li> </ul>		
<p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Utilizar ropa ligera, y bloqueador solar.</li> <li>❖ No arrojar basura.</li> <li>❖ Llevar refrigerio.</li> </ul>		

Ficha # 7

<b>Cueva Santa</b>		
<b>Categoría: Sitio Natural</b>	<b>Tipo: Bosque</b>	<b>Subtipo: Bosque</b>
<b>Provincia: Loja</b>	<b>Cantón: Puyango</b>	<b>Localidad: El Derrumbo</b>
	<p><b>Ubicación:</b> se encuentra ubicado vía a la costa a 20 kilómetros de la ciudad de Alamor por la vía que conduce al Limo</p> <p>Fotografía: # 14            Título: Cueva Santa            Elaboración: Luis Elizalde</p>	
<p><b>Características:</b> Los moradores de este lugar comentan que la cueva tiene su desembocadura en una parte del Perú, pero hasta la actualidad nadie la atravesado en su totalidad, las personas que se han atrevido a entrar han llegado hasta los 200 metros, ellos comentan que a esta altura el oxígeno empieza a faltar, las linternas se queman por lo que es recomendable hacer el ingreso con linternas de carburo.</p>		
<p><b>Flora:</b> existen puyangos, guayacanes, laureles, guácimos, Caciques, cedros, palo santo, higuérón, Limoncillo, almendro, Café, Maíz, Zarandaja, maní, guineo, Nogal, guápala, Gualtaco, cedros</p>		
<p><b>Fauna:</b> existe, tórtolas, carpintero, el chilalo (arquitecto), la putilla, tordo, azulejos, loro, el gavilán, el cacique, la chiroca, perdiz y el mirlo. venados, ardillas, sahinós, zorros, armadillos, guatusas, gualillas, gato del monte, entre otros. En reptiles encontramos: lagartijas, Macanches, entre otros</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b> se puede realizar lo siguiente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Observación de flora y fauna</li> <li>❖ Adentrarse en la cueva</li> <li>❖ Relato de leyendas</li> </ul>		
<p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Utilizar ropa Impermeable, y repelente de mosquitos</li> <li>❖ Llevar linternas</li> <li>❖ Llevar refrigerio.</li> </ul>		

➤ **Atractivos Patrimonio Histórico y Museos**

**Ficha # 8**

<b>Reloj de ocho esferas</b>		
<b>Categoría:</b> Recurso Cultural Tangible	<b>Tipo:</b> Recurso Cultural	<b>Subtipo:</b> Reloj con características únicas
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Puyango	<b>Localidad:</b> Alamor
		
<p><b>Ubicación:</b> Se encuentra ubicado en la iglesia Matriz de la ciudad de Alamor</p> <p>Fotografía: # 15            Título: Reloj de Ocho Esferas            Elaboración: Pablo González</p>		
<p><b>Características:</b> Fabricado en Alemania en 1917 por un valor de cinco mil sucres, por las características que se exigió para la construcción el Dr. Lautaro Loaiza se cree que este reloj no fue hecho en serie, constituyendo una joya arquitectónica única en el mundo.</p> <p>El reloj llegó en barco hasta Guayaquil, de ahí hacia Puerto Bolívar, para desde este lugar ser llevado en hombros por los hermanos Elizalde a la ciudad de Alamor. Se encuentra ubicado en el tercer piso de las torres de la iglesia, constituido por cuatro tambores que enrollan la cuerda, formando la máquina, de cada tambor cuelgan cuatro pesas de plomo de un peso aproximado de 80 libras cada uno, el reloj se activa mediante cuerda que se realiza cada 24 horas, las cuatro pesas cumplen una función específica, la primera marca los cuartos de hora, la segunda las medias horas, la tercera las horas y la cuarta los Ángelus.</p> <p>El reloj público de ocho esferas se ha constituido en un atractivo turístico histórico por su singularidad y elegancia, el cuatro de Abril del 2008 fue declarado Patrimonio Cultural del Ecuador.</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b> Se realizan caminatas y visitas esporádicas de esparcimiento por parte de la comunidad y visitada por turistas. Entre los usos y potencialidades del atractivo que a futuro se podría desarrollar están:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Sesión de fotografías, en la parte superior de las torres se observa gran parte de la ciudad, belleza arquitectónica del reloj.</li> </ul>		
<p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ llevar cámara fotográfica</li> </ul>		

---

Ficha # 9

<b>Piedra Urazhi</b>		
<b>Categoría:</b> Recurso Cultural Tangible	<b>Tipo:</b> Petroglifo	<b>Subtipo:</b> Petroglifo
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Puyango	<b>Localidad:</b> Mercadillo
		
<p><b>Ubicación:</b> está ubicado al sur-este del cantón Puyango a 7km de Alamor vía Alamor – Loja</p> <p>fotografía: # 16 Titulo: Piedra Urazhi Elaboración: Pablo González</p>		
<p><b>Características:</b> Llamada también piedra del sol, se cree que fue tallada por la cultura Urazhi que en años anteriores estaría sentada en el cantón Puyango y específicamente en Mercadillo. La piedra se encuentra a pocos metros del centro de esta población y constituye una ventana abierta para las investigaciones de las culturas anteriores.</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Observación de manifestaciones de comunicación de la cultura Urazhi a través de los escritos en la piedra.</li><li>❖ Senderismo.</li></ul>		
<p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Llevar ropa ligera, protección solar, repelente para los mosquitos</li></ul>		

➤ **ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES CONTEMPORÁNEAS**

**Ficha # 10**

<b>Fiestas Religiosas en honor a la virgen de Asunción</b>		
<b>Categoría:</b> Festividades y eventos	<b>Tipo:</b> Cultural	<b>Subtipo:</b> Religioso
<b>Provincia:</b> Loja	<b>Cantón:</b> Puyango	<b>Localidad:</b> Alamor
<div style="display: flex; align-items: flex-start;">  <div> <p><b>Ubicación:</b> Se la celebra en la ciudad de Alamor</p> <p>Fotografía: # 17            Título: Virgen de la Asunción            Elaboración: Pablo González</p> </div> </div>		
<p><b>Características:</b> el 15 de Agosto de todos los años las ferias libres y puestos comerciales se toman las calles donde todos los Puyanguenses realizan las compras después de las cosechas.</p>		
<p><b>Actividades turísticas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Llegan abundantes visitantes en esta fecha</li> <li>❖ Se da una misa en honor a la virgen de Asunción.</li> </ul>		
<p><b>Recomendaciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ llevar cámara fotográfica</li> </ul>		

**Cuadro # 12 Ficha de resumen**

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTOR Max 10	ESTADO DE CONSERV. V. Max 10	ACCESO O Max 10	SERVICIOS Max 10	ASOC. CON OTROS ATRACTIVOS S Max 5	SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUIA 1-2-3-4-
	VALOR INTRINSECO O Max 15	VALOR EXTRINSECO O Max 15						LOCAL Max 2	REGIONAL L Max 4	NACIONAL Max 7	INTERNACIONAL Max 12		
Bosque Petrificado de Puyango	12,5	5,5	3,75	2,25	3,3	5	0	2	4	7	12	78,76	IIII
Reloj de Ocho esferas	5,75	3,8	1,25	4,8	4,3	3,75	0	0	0	7	0	42,13	II
Piedra Urazhi	3,5	3,6	1,25	3,8	3,35	0,75	0	2	0	0	0	25,09	I
Aguas Sulfurosas de Arenal	12,5	3,3	2,25	2,25	3,5	2,25	0	2	0	0	0	38,56	II
Virgen de la Asuncion	2,25	3,6	3,7	3	4,3	2,75	0	2	0	0	0	29,69	II
Bosque de Tagua del Limo	12,5	3,3	2,25	3,5	3,2	0	0	2	0	0	0	36,77	II
Pampas de Gumbona	12,5	3,3	2,25	3,5	3,2	0	0	2	0	0	0	36,77	II
Balneario de la Zota	12,5	3,3	2,25	5	3,2	0	0	2	0	0	0	38,83	II
Balneario de Cochurco	12,5	3,3	2,25	5	3	0	0	2	0	0	0	38,56	II
Cueva Santa	12,5	3,3	2,25	5	3,2	0	0	2	0	0	0	38,83	II

Elaboración: Ing. Rodrigo Culcay

Fuente: Luis Elizalde

---

## 5.2 RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

Tabulación de encuestas (Ver anexo # 2 formato de encuesta)

Con el fin de conocer el posible comportamiento de nuestro mercado, se estructuró una encuesta con 21 preguntas que fueron dirigidas a 374 personas que representan la Población económicamente activa del Cantón Puyango

Las encuestas fueron aplicadas durante los meses de Abril y Mayo del 2011

### 1 ¿QUÉ EDAD TIENE?

**Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ De 15 a 24 años
- ❖ De 25 a 35 años
- ❖ De 36 a 40 años
- ❖ Mas de 40 años

**Análisis Cuantitativo.**

Esta pregunta nos ayuda a determinar las edades de los encuestados y la preferencias según la contestación de las preguntas, de las 374 encuestas que representan el 100% tenemos que, 172 encuestados es decir el 46 % está en una edad de 15 a 24 años, que 142 personas que son el 38% están en las edades de 25 a 35 años, es decir que existe una gran cantidad de población que alargaría la vida útil del proyecto ya que únicamente 60 encuestados que son el 16% sobrepasa los 36 años de edad

### 2 ¿CUÁNTO GANA MENSUALMENTE?

**Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ De 200 a 499 dólares
- ❖ De 500 a 699 dólares
- ❖ De 700 a 899 dólares
- ❖ más de 900 dólares

---

### **Análisis Cuantitativo.**

Esta pregunta nos ayudara a segmentar el mercado dado que depende de cuánto es el sueldo dependerá el comportamiento que tengan los posibles consumidores a los servicios que prestará el proyecto, de las 374 encuestas aplicadas que representan el 100% arrojaron los siguientes resultados: 232 encuestados es decir el 62% gana de 200 a 499 dólares mensuales, que en su mayoría son personas choferes, agricultores y empleados públicos; 120 personas que es el 38% gana de 500 a 699 dólares quienes cuentan con un negocio propio y se encuentran progresando de manera favorable, 15 encuestados que son el 4% y 7 personas que representan el 2% ganan de 700 a 899 dólares y más de 900 dólares respectivamente

### **3 ¿QUIÉN INFLUYE AL MOMENTO DE DECIDIR QUE COMPRAR?**

#### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Esposa/o
- ❖ Hijos
- ❖ Padres
- ❖ Amigos
- ❖ otros

### **Análisis Cuantitativo.**

De las 374 encuestas aplicadas en el Cantón Puyango 105 personas que representan el 28% contestaron que sus esposo/a es la persona más influyente al momento de comprar, 97 encuestados que son el 26% manifestaron que son sus hijos quienes influyen al momento de realizar una compra, 67 personas que representan el 18% contestaron que sus padres son quienes deciden que comprar, 37 encuestados que son el 10% manifestaron que son sus amigos quienes influyen en su decisión y el otro 18% que son 67 encuestados tienen otro tipo de influencia.

### **4 ¿QUÉ ACTIVIDAD REALIZA EN SUS MOMENTOS DE OCIO?**

#### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Descansa en su hogar
- ❖ Visita lugares turísticos
- ❖ Realiza deporte
- ❖ Otros

---

### **Análisis Cuantitativo.**

Pregunta realizada para determinar las preferencias de la población al momento de divertirse, de las 374 personas encuestadas que representan el 100%. 112 encuestados es decir el 30% respondieron que descansan en su hogar, 90 personas es decir el 24% visitan lugares turísticos actividad que por lo general es realizada los fines de semana y los feriados, 40% es decir 150 personas realizan algún tipo de deporte, ya que en la provincia este es uno de las actividades que más se realiza por lo general todas las tardes, y el 6% es decir 22 encuestados se dedica a realizar otra actividades.

### **5 ¿HA REALIZADO ALGÚN TIPO DE DEPORTE EXTREMO?**

#### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Si
- ❖ No

#### **Análisis Cuantitativo.**

Con el fin de saber si contamos con un mercado acostumbrado a realizar deportes extremos, se pudo recabar lo siguiente: de las 374 personas encuestadas que representan el 100%. 269 personas que son el 72% de los encuestados no ha realizado esta actividad, por cuanto ésta es relativamente nueva para el cantón. Mientras que 105 personas que representan el 28% si lo ha realizado y según se pudo conversar con ellos la han realizado en viajes que han realizado especialmente a la amazonia de nuestro país. Podemos rescatar que nuestros posibles consumidores no están acostumbrados a realizar deportes extremos y que hay que ser muy acertados al momento de brindar este servicio.

### **6 ¿CON QUE FRECUENCIA VISITA LAS AGUAS SULFUROSAS DEL ARENAL?**

#### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Una vez por semana
- ❖ Dos veces al mes
- ❖ Una vez al mes
- ❖ Tres veces al mes
- ❖ No lo conoce

---

### **Análisis Cuantitativo.**

Es otra pregunta que también ayudara a comprender el comportamiento de nuestros posibles consumidores al saber con qué frecuencia visita el arenal, de las 374 personas encuestadas que representan el 100%. El 54% es decir 202 personas lo visita únicamente una vez al mes debido a que no existe otro atractivo turístico como es las aguas sulfurosas del Arenal y la única actividad que se puede realizar en este lugar es la lodo terapia y baño en las aguas sulfurosas, el 8% que representan 30 personas y el 2% que representan 7 personas la visitan dos veces al mes y una vez a la semana respectivamente que por lo general son personas que tienen mucha fe en las propiedades curativas que posee el lugar el 36% es decir 135 personas no conocen este lugar a pesar de ser del cantón esto refleja la poca publicidad y el poco interés de parte de las autoridades para con el atractivo.

### **7 ¿CUÁNTO TIEMPO DESTINA PARA SU DIVERSIÓN?**

#### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Un día
- ❖ Medio día
- ❖ Dos horas
- ❖ Otros

#### **Análisis Cuantitativo.**

De las 374 personas encuestadas que representan el 100% de la población, 150 que representan el 40% respondieron que emplean un día para su diversión, el 34% que son 127 personas y el 22% que representan el de los encuestados solo destinan dos horas y medio día respectivamente ya que el resto del día lo dedican actividades laborales por la situación económica en la que se encuentra nuestra región, mientras que el 4% de los encuestados realizan en otro tiempo.

### **8 ¿LE GUSTARÍA QUE EXISTIESE EL SERVICIO DE CANOPY EN EL SECTOR DE LAS AGUAS SULFUROSAS DEL ARENAL? (CANOPY ES DESLIZARSE EN CABLES POR LA COPA DE LOS ÁRBOLES.**

#### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Si
- ❖ No

---

### **Análisis Cuantitativo.**

De las 374 personas encuestadas que representan el 100% de la población, los resultados son los siguientes: el 90% es decir 337 de los encuestados manifiesta que si le gustaría contar con este servicio, porque es muy novedoso y el 10% sobrante dijo que no, por el temor que existe con la implementación de un deporte de ese tipo

### **9 ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO DE CANOPY (5 CABLES DE UN PROMEDIO DE 150M)?**

#### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Ocho
- ❖ Nueve
- ❖ Diez

### **Análisis Cuantitativo.**

De las 374 personas encuestadas que representan el 100% de la población, se tiene como resultado que el 92% es decir 344 de los encuestados respondieron que 8 dólares, ya que fue el menor precio que se considero dentro de los literales de las encuestas y claro está por la situación en económica en la que nos encontramos todos los sectores, y el 8% restante es decir 30 personas contesto que pagarían 9 dólares que no es una gran diferencia con el literal anterior

### **10 ¿UTILIZARÍA LAS INSTALACIONES DEL CANOPY?**

#### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Si
- ❖ No

### **Análisis Cuantitativo.**

Es una de las más importantes, ya que determina la aceptación de la población hacia el proyecto, y es de gran satisfacción conocer que de las 374 personas encuestadas que representan el 100% de la población, el 100% de los encuestados contestaron que si visitarían, por la gran expectativa y curiosidad que

---

marca este tipo de proyectos, esto determina que es muy favorable la implementación del mismo

## **11 ¿POR QUE DEJARÍA DE UTILIZAR LAS INSTALACIONES DEL CANOPY?**

### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Precios muy elevados
- ❖ Por la monotonía
- ❖ El acceso
- ❖ Otros

### **Análisis Cuantitativo.**

Se quiere analizar el comportamiento de nuestros futuros compradores y la razón por la cual dejaría de utilizar las instalaciones del canopy. Así tenemos que de las 374 personas encuestadas que representan el 100% de la población, el 46% de los encuestados es decir 172 personas respondieron que por los precios muy elevados, por cuanto la cantidad a cobrar debe de estar acorde con sus ingresos y también con el servicio que van a recibir, el 20% es decir 75 personas dejaría de ir al canopy por la monotonía del servicio y siempre realizar el mismo recorrido. El 16% es decir 60 personas lo haría por el acceso, son personas que por lo general no cuentan con transporte propio y se les hace difícil movilizarse en transporte público por diferentes razones como el tiempo, incomodidad, etc., mientras que el 18% es decir 67 personas lo harían por otro tipo de razones

## **12 ¿CON QUIÉN UTILIZARÍA LAS INSTALACIONES DEL CANOPY?**

### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Amigos
- ❖ Familia
- ❖ Compañeros de trabajo
- ❖ Compañeros de estudio
- ❖ Otros

### **Análisis Cuantitativo.**

De las 374 personas encuestadas que representan el 100% de la población, El 66% es decir 247 individuos visitarían las instalaciones del canopy en compañía de sus amigos, que suele ser con quien por lo general se comparte momentos de

---

diversión, el 20% es decir 75 encuestados lo harían en compañía de su familia y únicamente el 2% es decir 7 personas lo visitarían en compañía de sus compañeros de trabajo, al igual que otro 2% con los compañeros de estudio y el 10% que son 37 personas visitarían en compañía de otras personas

### **13 ¿CUÁNTO NO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO DE CANOPY?**

#### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Diez
- ❖ Doce
- ❖ Quince

#### **Análisis Cuantitativo.**

Refleja el valor que el consumidor no pagaría por más extraordinario que sean los servicios del canopy y nos ayuda a tener claro hasta cuanto podemos cobrar por dicho servicio. De las 374 personas encuestadas que representan el 100% de la población, tenemos que el 48% es decir 180 individuos no pagarían quince dólares considerando que es mucho dinero para este tipo de servicios el 4% es decir 15 personas, consideran que doce dólares de igual manera un valor muy elevado y el otro 48% es decir 180 encuestados, también consideran que diez dólares es mucho pagar por el canopy. El precio que se tendría que manejar para el servicio del canopy debe de ser de entre ocho y nueve dólares como máximo.

### **14 ¿CON QUÉ FRECUENCIA ARIA USO DE LAS INSTALACIONES DEL CANOPY?**

#### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Semanalmente
- ❖ Cada quince días
- ❖ Mensualmente
- ❖ Otros

#### **Análisis Cuantitativo.**

Refleja el comportamiento que tendrá la población y la frecuencia de uso del canopy. De las 374 personas encuestadas que representan el 100% de la

---

población, el 56 % es decir 209 individuos afirmo que lo realizara mensualmente, es decir más de la mitad de encuestados utilizaran únicamente una vez al mes las instalaciones, mientras que el 18% que son 67 personas lo frecuentara cada 15 días, generalmente gente joven que busca distraerse y realizar algo diferente, el 8 % de los encuestados, es decir 30 personas lo realizaría semanalmente, mientras que el 18% que representan 67 personas lo frecuentaría en con otro tipo de frecuencia.

## **15 ¿QUÉ EXPECTATIVAS TIENE USTED ACERCA DEL CANOPY?**

### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Mucha adrenalina
- ❖ Contacto con la naturaleza
- ❖ Precios accesibles

### **Análisis Cuantitativo.**

Demuestra que los encuestados respondieron de la siguiente manera: De las 374 personas encuestadas que representan el 100% de la población, un 48% que son 180 individuos espera que exista mucha adrenalina al momento de deslizarse por los cables, mientras que el 40% que son 150 personas esperan que exista contacto con la naturaleza, debido que por el sitio el Arenal existe mucha vegetación y la población espera aprovechar esta situación mientras que únicamente el 12% que son 45 personas respondieron que esperan que los precios sean accesibles.

## **16 ¿CÓMO LE GUSTARÍA QUE FUESE LAS INSTALACIONES DEL CANOPY?**

### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Rustica
- ❖ Modernas
- ❖ Naturales

### **Análisis Cuantitativo.**

De las 374 personas encuestadas que representan el 100% de la población, el 68% es decir 254 individuos prefieren que las instalaciones del proyecto sean naturales, debido a la favorable ubicación en la que se encuentra situado el sitio del Arenal, el 26% que representan 97 individuos consideran que deberían ser rusticas para no desentonar con las instalaciones de las aguas sulfurosas, y únicamente el 6% es

---

decir 22 personas respondieron que deberían ser modernas es decir con material de construcción (cemento, hierro, arena, etc. Esto refleja que la población considera más la parte emocional que la económica y que prefieren el contacto con la naturaleza que la de instalaciones modernas.

## **17 SI NO FUERA AL CANOPY ¿QUÉ OTRO LUGAR VISITARÍA?**

### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Bosque petrificado Puyango
- ❖ Piscinas naturales de Pindal
- ❖ Recorrido por el Cantón
- ❖ Otros

### **Análisis Cuantitativo.**

De las 374 personas encuestadas que representan el 100% de la población, el mayor porcentaje corresponde al Bosque Petrificado Puyango con un 44% que constituye a 165 individuos consultados, debido a que este lugar está ubicado como uno de los principales lugares turísticos del Ecuador es visitado por todo el año por sus especies de flora y fauna tanto petrificadas como naturales, también por el acceso que se lo puede realizar todo el año. Otro lugar turístico que ocupa el 38% con 142 individuos son las piscinas naturales de Pindal que se encuentran ubicada a pocos minutos de la ciudad de Alamor, en este lugar se puede disfrutar del contacto de la naturaleza, relajarse y des estresarse sin que nos cueste ningún valor económico. El recorrido por el cantón ocupa el 6% con 22 individuos del total de encuestas que es el menor porcentaje por las molestias que esto causa (en el verano el polvo y en el invierno el lodo), y un 12% que son 45 encuestados prefieren visitar otros lugares turísticos del cantón, como las piscinas municipales, la quebrada de Cochurco, etc

## **18 ¿CÓMO REALIZA SUS COMPRAS TURÍSTICAS?**

### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Operadoras turísticas
- ❖ Por internet
- ❖ Directamente
- ❖ Otros

---

### **Análisis Cuantitativo.**

De las 374 personas encuestadas que representan el 100% de la población, el 82% que son 307 individuos contestaron que lo hace directamente es decir sin intermediarios y trasladándose por su propia cuenta al lugar que desean visitar; mientras que el 6% que representan 22 encuestados lo hace mediante operadoras turísticas que aunque en el cantón son inexistentes, las contratan en Loja o Machala, y por lo general son requeridas por estudiantes y el 12% es decir 45 personas lo realiza de otras maneras.

### **19 CÓMO LE GUSTARÍA INFORMARSE DE LOS SERVICIOS QUE PRESTA EL CANOPY?**

#### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Radio
- ❖ Prensa
- ❖ Televisión
- ❖ Internet
- ❖ Otros

#### **Análisis Cuantitativo.**

Debido a que en el Cantón Puyango no existe un canal de televisión local, la población esta acostumbrada a escuchar la radio convirtiéndose en la mejor manera de promocionar la empresa ya que de las 374 personas encuestadas que representan el 100%, el 40% es decir 150 individuos contestaron que esta es su opción favorita. A 112 personas que representan el 30% contestaron que la opción es el internet superando a la tv con un 18% que representa a 67 encuestados, a 37 personas que representan el 10% prefiere de otras maneras, mientras el 2% que son 7 encuestados lo hace mediante la prensa.

### **20 ¿QUÉ DÍAS DESTINA USTED PARA SU DIVERSIÓN?**

#### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Los fines de semana
- ❖ Entre semana

---

### **Análisis Cuantitativo.**

De las 374 personas encuestadas que representan el 100% de la población, Así tenemos que el 96% que son 359 encuestados destinan su diversión los fines de semana, debido a que entre semana se dedican a realizar sus actividades laborales y no disponen del tiempo necesario para su entretenimiento. Mientras que el 4% que son 15 personas respondieron que se divierte entre semana, por lo general son personas que por el contrario de las anteriores trabajan el fin de semana.

### **21 ¿ACUDIRÍA AL CANOPY EN LOS DÍAS LABORABLES DE LA SEMANA?**

#### **Análisis Cualitativo.**

#### **RESPUESTA**

- ❖ Si, en las mañanas
- ❖ Si, en las tardes
- ❖ No lo visitaría

#### **Análisis Cuantitativo.**

Como resultado tenemos que de las 374 personas encuestadas que representan el 100% de la población, el 56% es decir 209 individuos no visitaría el canopy en días laborables por situaciones de trabajo, mientras que un 34% que son 127 personas respondieron que si acudiría al canopy pero en las tardes, ya que para disfrutar de este servicio no se necesita más que unas dos horas, el 10% es decir 37 encuestados respondieron que lo visitaría en las mañanas por la misma situación antes anotada.

---

### 5.3 Manejo organizativo de la empresa

El **segundo objetivo** esta especificado en el análisis legal de la empresa realizado posteriormente y del cual se extrajo los siguientes gráficos que dan cumplimiento a este objetivo.

Los organigramas son diagramas que representan gráficamente y de manera simplificada la estructura formal que posee una organización.

- Organigramas estructurales: presentan solamente la estructura administrativa de la organización.
- Organigramas funcionales: muestran, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento.

El manual de funciones Consiste en la definición de la estructura organizativa de una empresa. Engloba el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo estableciendo normas de coordinación entre ellos.

#### 5.3.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

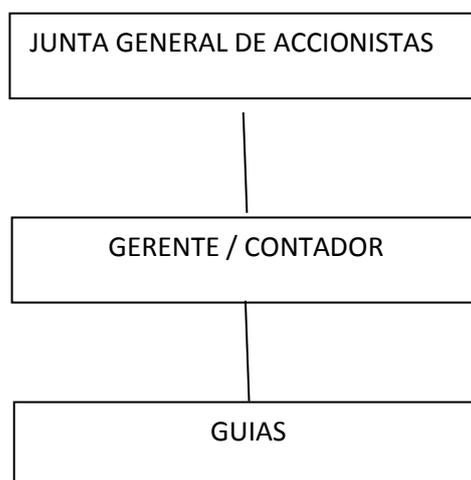


Gráfico N°: 2  
Titulo del Gráfico: organigrama estructural  
Autor: Luis Eduardo Elizalde

---

### 5.3.2 ORGANIGRAMA FUNCIONAL

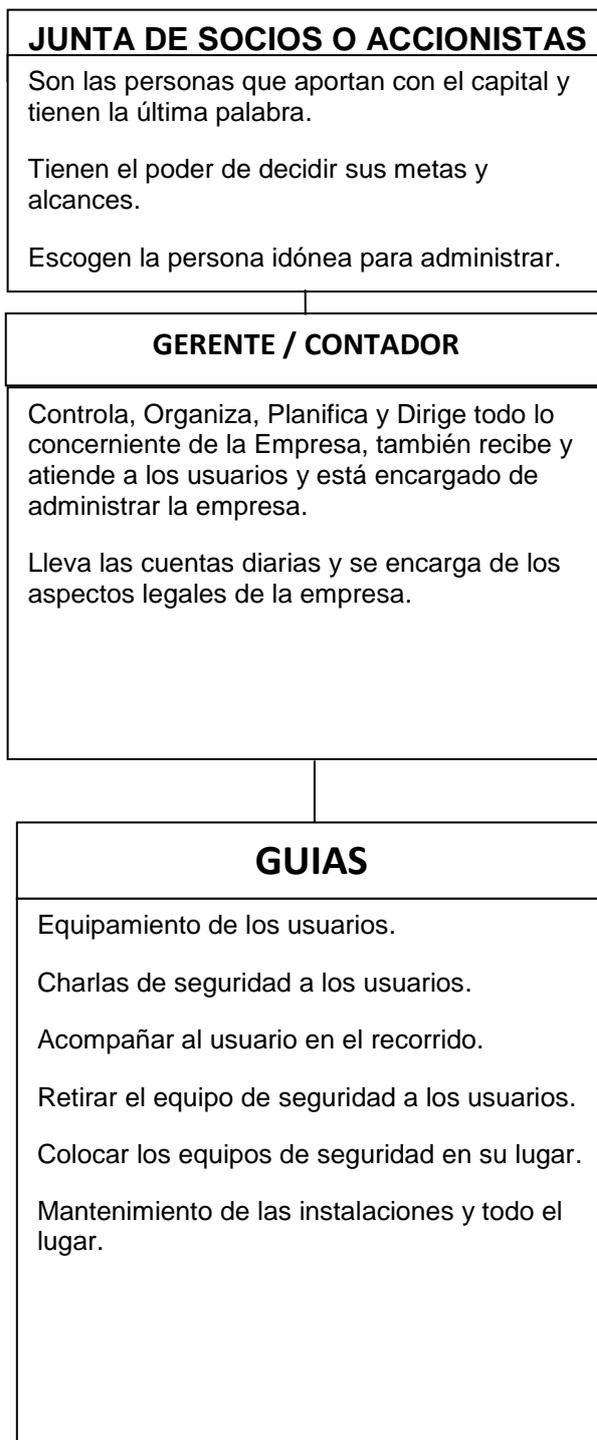


Gráfico N°: 30  
Titulo del Gráfico: organigrama funcional  
Autor: Luis Eduardo Elizalde

### 5.3.3 MANUAL DE FUNCIONES

<b>PUESTO</b>	<b>FECHA</b>
<i>GERENTE / CONTADOR</i>	<i>27 /05/ 2011</i>
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>A QUIEN REPORTA</b>
Gerencia	Junta de accionistas
<b>OBJETIVOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Administrar en forma eficaz y eficiente la compañía</li> </ul>	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planificar</li> <li>✓ Organizar</li> <li>✓ Dirigir</li> <li>✓ Controlar</li> <li>✓ Recibir y atender a los usuarios</li> <li>✓ Llevar la contabilidad diaria</li> <li>✓ Representar legalmente a la empresa</li> </ul>	
<b>PERFIL</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Edad entre 20 y 35 años</li> <li>✓ Ingeniero en administración turística</li> <li>✓ Conocimiento básicos de informática</li> <li>✓ Bilingüe</li> </ul>	
<b>CARACTERISTICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Buena presencia</li> <li>✓ Buenas relaciones personales</li> <li>✓ Don de servicio</li> </ul>	
<b>LUGAR Y HORARIO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Complejo Turístico de “Aguas Sulfurosas”, parroquia El Arenal, cantón Puyango</li> <li>✓ Miércoles, Jueves, Viernes, sábado y domingo (feriados)</li> <li>✓ 9 am a 5pm</li> </ul>	

Gráfico N°: 3

Título del Gráfico: Manual de funciones

Autor: Luis Eduardo Elizalde

<b>PUESTO</b>	<b>FECHA</b>
<i>Guía</i>	<i>27 /05/ 2011</i>
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>A QUIEN REPORTA</b>
Gerencia	Gerencia
<b>objetivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Trasladar a los usuarios en el recorrido por el canopy</li> </ul>	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Equipamiento de los usuarios</li> <li>✓ Dar la charla de seguridad a los usuarios</li> <li>✓ Guiar al usuario al punto de partida del recorrido</li> <li>✓ Recibir al usuario al termino del recorrido de cada cable</li> <li>✓ Retirar el equipo de seguridad al usuario</li> <li>✓ Dar mantenimiento tanto a los equipos de canopy como a las instalaciones</li> </ul>	
<b>PERFIL</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Edad entre 18 y 35 años</li> <li>✓ Ingeniero en Administración turística</li> <li>✓ Cursos de guía en deportes extremos</li> <li>✓ Conocimientos en primeros auxilios</li> <li>✓ Conocimiento básico del idioma ingles</li> </ul>	
<b>CARACTERISTICAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Buena presencia</li> <li>✓ Buenas relaciones personales</li> <li>✓ Don de servicio</li> </ul>	
<b>LUGAR Y HORARIO</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Complejo Turístico de “Aguas Sulfurosas”, parroquia El Arenal, cantón Puyango</li> <li>✓ Miércoles, jueves, viernes, sábado y domingo (feriados)</li> <li>✓ 9 am a 5pm</li> </ul>	

Gráfico N°: 32  
 Titulo del Gráfico: Manual de funciones  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

---

## 5.4 INFORME DE SOCIALIZACIÓN.

### Para el tercer objetivo

Que es la socialización de la investigación se adjunta fotos y un documento firmado por el alcalde del cantón Puyango corroborando el cumplimiento del mismo..

Para el cumplimiento de este objetivo se redactaron invitaciones (ver anexo). Para la socialización de resultados se tomo muy en cuenta el fin del proyecto, que es el demostrar la factibilidad del mismo (ya sea positivo o negativo ) por esta razón se expuso únicamente el plan de inversión, que en si es resultado de la investigación y con el fin de no causar alguna molestia a las autoridades presentes se lo hizo lo más corto posible, dejando una buena impresión y comprometiéndonos hacerles llegar una copia de nuestro trabajo final y según palabras del alcalde para evaluarlo y en el mejor de los casos ponerlo en ejecución

Cabe señalar que las únicas personas presentes en la socialización fueron el Alcalde de Puyango el Dr. Víctor Hugo Tinoco y el fiscalizador de proyectos del municipio de Puyango Ing. Israel Román

Este evento tuvo lugar el día viernes 5 de agosto del año 2011, en el salón de conferencia del Hotel Rey Plaza de la ciudad de Alamor.

La reunión con las autoridades empezó a las 11H30, con la presencia de las siguientes autoridades: Dr. Víctor Hugo Tinoco, Alcalde del Cantón Puyango; Ing. Israel Román, fiscalizador de proyectos del municipio del Cantón Puyango; cave recalcar que se invitó a mas autoridades pero por motivos personales no pudieron asistir

Sus Conclusiones y Recomendaciones:

### Conclusiones:

- Que el proyecto interesa mucho al Alcalde del Municipio de Puyango.
- Felicita nuevas ideas de proyectos en especial en los Cantones fronterizos

- Que sin lugar a duda contribuye con el desarrollo del turismo en Puyango.

### Recomendaciones:

- Que las autoridades se comprometan en poner en practica los proyectos que se les da a conocer para su real ejecución
- Que las personas encargadas del turismo en los Cantones brinden mucha mas información en este caso los estudiantes, para el desarrollo de nuevas investigaciones
- Que en la promoción de atractivos turísticos estamos involucrados toda la población en general y por lo tanto debemos valorar lo que tenemos visitando y conociendo primero lo nuestro

### Agenda

**Cuadro # 13**

<b>Agenda de Socialización</b>	
11H00 am	Colocación de retroproyector y constatación de información a ser expuesta.
11H30 am	Disertación de Propuesta a autoridades Presentes
12H00 am	Culminamos con la socialización, receptamos los comentarios de las autoridades, y toma fotografías
03H00 pm	Entrega de certificado por parte de la secretaria del municipio el cual garantiza la socialización.
03H30 pm	Retorno a Loja

Fuente: Luis Elizalde  
Elaboración: Luis Elizalde

---

## **5.5 ANALISIS PORTER**

Este análisis es uno de los más complicados de realizar, ya que obliga a los investigadores a realizar preguntas muy directas a los administradores de las empresas acerca de su funcionamiento, y en la mayoría de los casos estos se niegan a colaborar; y si lo hacen, la información carece de veracidad, es por eso que la información que a continuación se pudo recopilar se la obtuvo de las visitas de campo que se realizó a estos lugares y de las encuestas que se realizaron a los posibles consumidores

### **COMPETIDORES**

En lo que se refiere a este aspecto tenemos que acotar lo siguiente:

Las dos únicas empresas que prestan este servicio son: vidaventura ubicada aproximadamente 15 a 20 minutos de la ciudad de Loja por la vía que conduce a la ciudad de Vilcabamba, Vida aventura se estableció como empresa hace aproximadamente un año, cuenta con una gran afluencia de usuarios especialmente los fines de semana, aproximadamente un promedio de 100 usuarios semanalmente, tiene una capacidad para prestar el servicio de 30 personas por guía, con un tiempo de recorrido de dos horas y media aproximadamente, actualmente trabajan tres personas prestando el servicio de guía, el costo por recorrido de cada persona es de 5 dólares. Esta empresa ha venido perfeccionando sus servicios y además de brindar el canopy, también cuenta con servicio de restaurante y parqueadero.

En el aspecto legal es muy fácil que nuevas empresas presten este servicio, ya que para obtener los permisos se puede gestionar en establecimientos gubernamentales que prestan todas las facilidades del caso, hay que priorizar el cuidado de la naturaleza garantizando que la práctica de un turismo sustentable y sostenible, para bien del ecosistema y por ende de la población

En el aspecto económico (según conversación realizada al administrador de “vidaventura” empresa de canopy) tenemos que el costo de los equipos por lo general es muy alto y además que son importados elevando aun más su valor y por esta razón dificulta la creación de nuevas empresas, cabe

---

destacar que a esto se suma la dificultad que existe para establecer los contactos con los proveedores.

En lo referente a la parte técnica tenemos que ésta cuenta con gran dificultad ya que las instalaciones y los implementos para el funcionamiento del proyecto son difíciles de conseguir, así como también la infraestructura, generando así un grado de dificultad para su funcionamiento. Las instalaciones deben garantizar la integridad física del usuario, brindando un ambiente de confianza a los consumidores. Por esta razón toda lo concerniente a la parte técnica debe ser elaborada por verdaderos expertos.

En conclusión existe un grado de dificultad representativo para que nuevas empresas se atrevan a prestar este servicio, que aunque en la parte legal es muy accesible, en el aspecto económico y en especial el técnico se debe investigar tanto dentro como fuera del país.

## **PROVEEDORES**

Este aspecto es el más complicado, ya que los implementos que se necesita para el funcionamiento son importados, y el país que es líder en los implementos no solo del canopy sino de todos los deportes extremos es Costa Rica (según el administrador de vidaventura)

Otro de los países líderes en estos servicios es Colombia, aquí encontramos a la empresa Rizko Climbing Systems - Moga Ltda. Que es una empresa dedicada a la fabricación de sistemas de escalada, accesorios e implementos para seguridad industrial y deportes de campo abierto.

La forma de pago es en efectivo y esta empresa se encarga de la construcción y puesta a punto de todas las instalaciones

En lo referente al ámbito nacional encontramos a empresas que de índole mundial que tienen sus sucursales en nuestro país, tal es el caso de PETZL que se encarga de vender todo lo relacionado con deportes extremos, cascos, arnés, guantes, poleas, etc. la forma de pago es en efectivo y sus equipos cuentan con tres años de garantía.

---

## **CONSUMIDORES**

Para el análisis de este aspecto nos basamos mayoritariamente en las encuestas realizadas a nuestro mercado generando los siguientes datos.

En su mayoría son jóvenes del Cantón Puyango que oscilan en las edades de entre 15 y 34 años de edad, tienen unos ingresos de 200 a 500 dólares mensuales, el tiempo que destinan para su diversión es de un día, la forma de pago de los posibles consumidores es en efectivo, que les atrae el vértigo, la adrenalina y el contacto con la naturaleza, y acudirían mensualmente a utilizar las instalaciones del canopy en compañía de sus amigos preferiblemente. Estos resultados son obtenidos de las encuestas que se realizó en el Cantón.

## **SUSTITUTOS**

Según las encuestas los posibles consumidores de no ir al canopy en su mayoría visitaría el Bosque petrificado Puyango que se encuentra ubicado aproximadamente a 45 minutos de Alamor,

También la práctica de los deportes tradicionales es otro aspecto a tener en cuenta, ya que en la provincia existe gran afición por el indor-futbol, el ecuaboly y además por el juego de cartas, dichos juegos acaparan la atención de casi toda la población en los momentos de ocio y diversión

## **RIVALIDAD**

Este aspecto es muy impredecible, ya que la población no está acostumbrada a este tipo de deportes y el comportamiento hacia él no se podría pronosticar, pero lo más probable de acuerdo a las encuestas es que se despierte la curiosidad de la población y que reaccione de manera favorable, cabe destacar que actualmente no existe ningún tipo de deporte extremo en el cantón y por eso no podemos diagnosticar como nos recibiría la competencia.

Lo que sí se puede suponer de acuerdo con los resultados de las encuestas, es que se despertara el interés en la población.

## 6 DISCUSIÓN

### 6.1 ANALISIS DEL MERCADO

Se entiende por [análisis](#) de [mercados](#) como la distinción y separación de las partes del [mercado](#) para llegar a conocer los [principios](#) o elementos de este. Para realizar un análisis de mercados adecuado necesitamos realizar los siguientes análisis.

#### 6.1.1 Análisis de la oferta

Para el análisis de la oferta se ha tomado como referencia a la empresa de vidaventura, debido a que es el lugar más cercano que presta el servicio de canopy, cabe destacar que es una empresa que esta ubicada en la misma provincia de Loja, así que no existiría mucha variación en el comportamiento de la población.

#### Cuadro N° 14.- Análisis de la oferta

Empresa	Capacidad Semanal	Capacidad Anual
VIDAVENTURA	100 pax	4800 pax

Fuente: administración de vidaventura  
Autor: Luis Elizalde

Crecimiento turístico del Ecuador según el subsecretario de mercadeo turístico Mariano Proaño es de 10% anual.

#### Cuadro N° 15.- Crecimiento turístico

año	Turistas	Actualizados10%
1	4800	5280
2	5280	5808
3	5808	6389
4	6389	7028
5	7028	7730
6	7730	8503
7	8503	9354
8	9354	10289
9	10289	11318
10	11318	12450

Fuente: cuadro #3  
Autor: Luis Elizalde

### 6.1.2 Análisis de la demanda

Consideramos como demanda a la población económicamente activa del cantón Puyango proyectada del censo del 2001 dando como resultado 12864. Para nuestra demanda potencial consideramos el 90% de los encuestados que nos contestaron que si les gustaría que existiese la empresa de canopy dando como resultado 11.577. En este caso en específico se tomara la misma cantidad de la demanda potencial para la demanda real debido a que según las encuestas la misma cantidad de encuestados contestaron que si acudirían al canopy.

#### Cuadro N° 16.-análisis de la demanda

Población económicamente activa 2011	Demanda potencial 90%	Demanda real 100% de la demanda potencial
12864	11577	11577

Fuente: P E A Puyango  
Autor: Luis Elizalde

A continuación elaboraremos un cuadro más detallado para explicar la cuantificación de la demanda anual.

#### Cuadro N° 17.-cuantificacion de la demanda anual

Frecuencia de visita	Porcentaje en las encuestas	Demanda real (11577)	Veces por año	Resultado
Mensualmente	56%	6483	12	77796
Cada 15 días	18%	2083	24	49992
Semanalmente	8%	926	52	48152
Otros	18%	2083		2083
			total	17802

Fuente: encuestas a la P E A de Puyango  
Autor: Luis Elizalde

---

*La demanda real anual es 165931*

Para la proyección de la demanda anual se toma del proyecto adecuación, construcción y mejoramiento de las instalaciones y equipamientos para turismo en el bosque Petrificado de Puyango que la P.E.A crece 9.7 % anual.

**Cuadro N° 18.-proyeccion de la demanda anual**

AÑO	D. REAL ANUAL
2011	165931
2012	182026
2013	199682
2014	219052
2015	240300
2016	263609
2017	289179
2018	317229
2019	348001
2020	381757

Fuente: cuadro #14  
Autor: Luis Elizalde

**6.1.3 demanda insatisfecha**

Se llama así a la cantidad de Bienes o Servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros. El análisis de Demanda y Oferta permite determinar la demanda insatisfecha.

$$\begin{array}{r} \text{Demanda real anual} \quad 165931 \\ \\ \text{Oferta anual} \quad \underline{4800} \\ \\ 161131 \end{array}$$

La demanda insatisfecha del proyecto es de 161131

## Cuadro N° 19. -proyección de la demanda insatisfecha

AÑO	D. REAL ANUAL	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
2011	165.931,00	4800	161.131,00
2012	182.026,31	5280	176.746,31
2013	199.682,86	5808	193.874,86
2014	219.052,10	6389	212.663,10
2015	240.300,15	7028	233.272,15
2016	263.609,26	7730	255.879,26
2017	289.179,36	8503	280.676,36
2018	317.229,76	9354	307.875,76
2019	348.001,05	10289	337.712,05
2020	381.757,15	11318	370.439,15

Fuente: cuadro #14 – cuadro #12  
Autor: Luis Elizalde

Los datos que en la tabla se expresan son las recopilaciones de todos los cálculos anteriormente se han obtenido y se los proyecta al tiempo útil del proyecto.

### 6.2 PLAN DE MARKETING



Grafico # 6.- logo de la empresa Puyango Extremo  
Autora: Silvana Chacón González

El logo de la empresa está compuesto por los colores amarillo, blanco y verde que son los colores de la bandera del cantón puyango, los deportes que se realizan en el turismo también denominados deportes extremos es la característica fundamental en el logo ya que así se lo ha denominado PUYANGO EXTREMO, turistas y visitantes que realizan la acción del canopy

---

es lo que se trata de representar con el gráfico de la parte central del logo, finalmente LA NATURALEZA BAJO TUS PIES, es el eslogan para demostrar a los visitantes que mediante este deporte pueden presenciar la adrenalina al máximo.

También se define el producto, el precio, la plaza y la publicidad que va adoptar la empresa frente al medio en el cual se va devolver.

### **6.2.1 PRODUCTO**

En este caso se tiene claramente definido cual es el producto que se pondrá a consideración a los consumidores, este es **el uso de las instalaciones del canopy.**

Para el uso del canopy se contará con 4 cables con un recorrido total de aproximadamente 750 metros, brindando toda la confianza y seguridad que esta actividad requiere, además de contar con personal capacitado en la rama turística para solucionar cualquier imprevisto que pueda suceder en el recorrido, claro está en lo humanamente posible.

El cliente deberá pagar por todo el recorrido, independientemente de cuantos cables recorra.

Las características principales de nuestro producto es: el contacto con la naturaleza y la adrenalina en el recorrido.

### **6.2.2 PRECIO**

Actualmente la única empresa que presta este servicio en la provincia es “vidaventura” y el costo que maneja por persona es de cinco dólares por el recorrido en los cuatro cables.

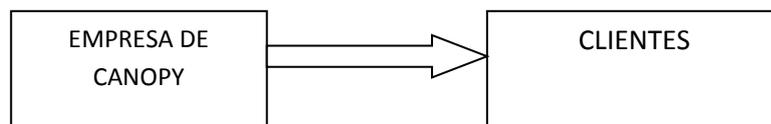
Algo muy importante en tomar en cuenta es que nuestro mercado la población económicamente activa, y que el canopy es relativamente nuevo en el cantón, y que por esta razón despierta la curiosidad y la expectativa en la mayoría de población.

---

A pesar de que las encuestas nos arrojaron un valor a cobrar de ocho dólares, se cree conveniente empezar a cobrar cinco dólares por el recorrido, con el fin de acaparar todos los sectores económicos posibles es decir todas las clases sociales y además por que las mismas encuestas nos dicen que los ingresos económicos de nuestros posibles clientes no son muy elevados.

### 6.2.3 PLAZA

El proceso de distribución de nuestro producto será realizado de diferentes maneras, la principal y la que consideramos una de las más importantes es la que se realiza directamente con el cliente, debido a que en las encuestas la mayoría de personas manifestó que la forma de adquirir un servicio o producto turístico es de manera directa.



### 6.2.4 PUBLICIDAD

De acuerdo a las encuestas la mejor forma de publicar nuestra empresa es la radio lo cual haremos un spot publicitario de 1 minuto y con la finalidad de llegar a nuestro posibles consumidores serán pasadas en las principales empresas radiales del cantón (radio mega satelital 91.3, radio integración 103.3, sensación 97.7) y lo haremos en programa de mayor acogida y sintonía por parte de la población.

Al realizar el recorrido por el Cantón Puyango, se pudo evidenciar que la radio integración es la de mayor cobertura en el cantón se creó necesario realizar en esta empresa la publicidad, con los siguientes costos.

### **Cuadro # 20 publicidad radio Integración**

Tiempo	Descripción	Veces x día	Valor mensual	Valor anual
1min	Difusión de lunes a viernes en noticieros (3)	03	Usd 50.00	Usd 600,00
1min	Difusión de lun. a vier. otras programaciones	04	Usd 50.00	Usd 600,00
1min	Difusión de lun. a vier. otras programaciones	05	Usd 60.00	Usd 720,00

Fuente: radio integración de la ciudad de Alamor  
autor: Luis Elizalde

### **Cuadro # 21 publicidad radio Mega Satelital**

Tiempo	Descripción	Veces x día	Valor mensual	Valor anual
1min	Difusión de lunes a domingo en programación normal	03	Usd 50.00	Usd 600,00
1min	Difusión de lun. a domingo. programación normal	05	Usd 60.00	Usd 720,00

Fuente: radio Mega Satelital de la ciudad de Alamor  
autor: Luis Elizalde

#### **6.2.5.1 PROMOCIONES**

Este es un aspecto que se debe manejar con mucha delicadeza, ya que por una parte es de suma importancia para la acogida de la población y depende de esto la afluencia de personas. Y por otra parte no debe afectar nuestros ingresos económicos, por esta razón se ha considerado los siguientes aspectos:

- Gratuidad para Docentes (en caso de grupos de estudiantes, 1 gratuidad)

Considerando que por lo general únicamente un docente es el encargado de un grupo mayoritario de estudiantes, y esto no afecta en nuestros ingresos

---

No se puede hablar de más promociones ya que la empresa se maneja únicamente con los ingresos del canopy y sería una pérdida con promociones de más magnitud.

### **6.3 ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico de un proyecto tiene como objetivo principal el de busca dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir.

#### **6.3.1 Localización**

En la localización del proyecto se trata de especificar el lugar exacto en el cual van a estar ubicadas las instalaciones y donde va a funcionar la empresa.

##### **6.3.1.1 Macrolocalización**

La empresa de canopy va a estar situado en la parroquia el Arenal, en el cantón Puyango, provincia de Loja por cuanto nuestro mercado potencial que es la población económicamente activa está ubicado en Alamor, cabecera cantonal de Puyango

La poca competencia existente en la localidad, y la privilegiada ubicación del lugar, son factores determinantes para el funcionamiento de la empresa. Los sitios que actualmente son considerados como turísticos tienen diferente lineamiento y se enfocan a otro tipo de turismo.

Al realizar el recorrido por el Cantón Puyango se pudo evidenciar que existen muchos lugares para realizar deportes extremos, pero no se los ha explotado aun. bien es cierto al cantón Puyango es reconocido a nivel local, nacional y hasta mundial, por el Bosque Petrificado Puyango, se tiene que aprovechar este plus para dar vida a nuevas ideas que complementen la visita al Bosque, nuevas formas de diversión para la población de Puyango saliendo de la monotonía y abrir nuestras mentes a nuevos proyectos turísticos

También cabe destacar que en el sitio donde va estar ubicado el canopy, existe contacto directo con la naturaleza y que el visitante puede disfrutar del estado puro del ecosistema



Gráfico N°7.- Macrolocalización del proyecto  
Fuente: Plan de desarrollo cantonal de Puyango

### 6.3.1.2 Microlocalización

#### PARROQUIA EL ARENAL

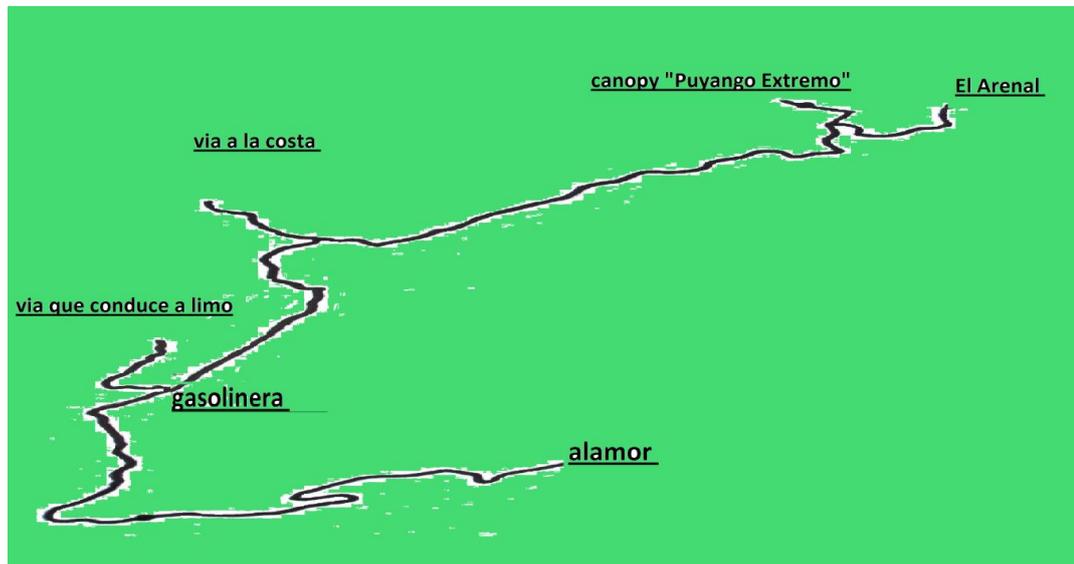


Gráfico N°8.- Microlocalización del proyecto  
Autor: Luis Elizalde

La empresa de canopy va estar ubicada en El sitio de Las Aguas Sulfurosas, que pertenece a la parroquia El Arenal, cantón Puyango. Estas aguas están ubicadas en el sitio denominado Papayas, en la quebrada Las Vegas, en la margen izquierda de la vía que conduce a la parroquia Ciano, tiene un área de 8.264,86 metros cuadrados; a una altitud de 800 msnm; temperatura promedio de 22°C; a una distancia de 17 Km de la ciudad de Alamor (Mejoramiento del Complejo Turístico de “Aguas Sulfurosas” parroquia El Arenal cantón Puyango).

El lugar dispone de tres piscinas pequeñas de diferentes dimensiones, que acumulan el agua para ser aprovechada por los bañistas, una quebrada con poco caudal de agua que permite ser utilizada como piscina natural, senderos y árboles nativos. La vía es lastrada, lo que facilita el acceso vehicular permanente durante todo el año. La cabecera parroquial El Arenal no dispone de hoteles ni restaurantes, pero se atiende a los turistas mediante la alternativa del turismo comunitario.

Este lugar es perfecto para la realización del canopy, ya que cuenta con una densa vegetación, tenemos contacto directo con la naturaleza, además existe transporte público que realiza rutas a este lugar varias veces al día

(5h30, 11h30, 16h30), también existe cobertura de telefonía celular (claro), el lugar no dispone de luz eléctrica, pero esto no afecta al proyecto ya que la forma de operar es completamente manual y no se necesita de la tecnología.

### 6.3.2 INGENIERIA DEL PROYECTO

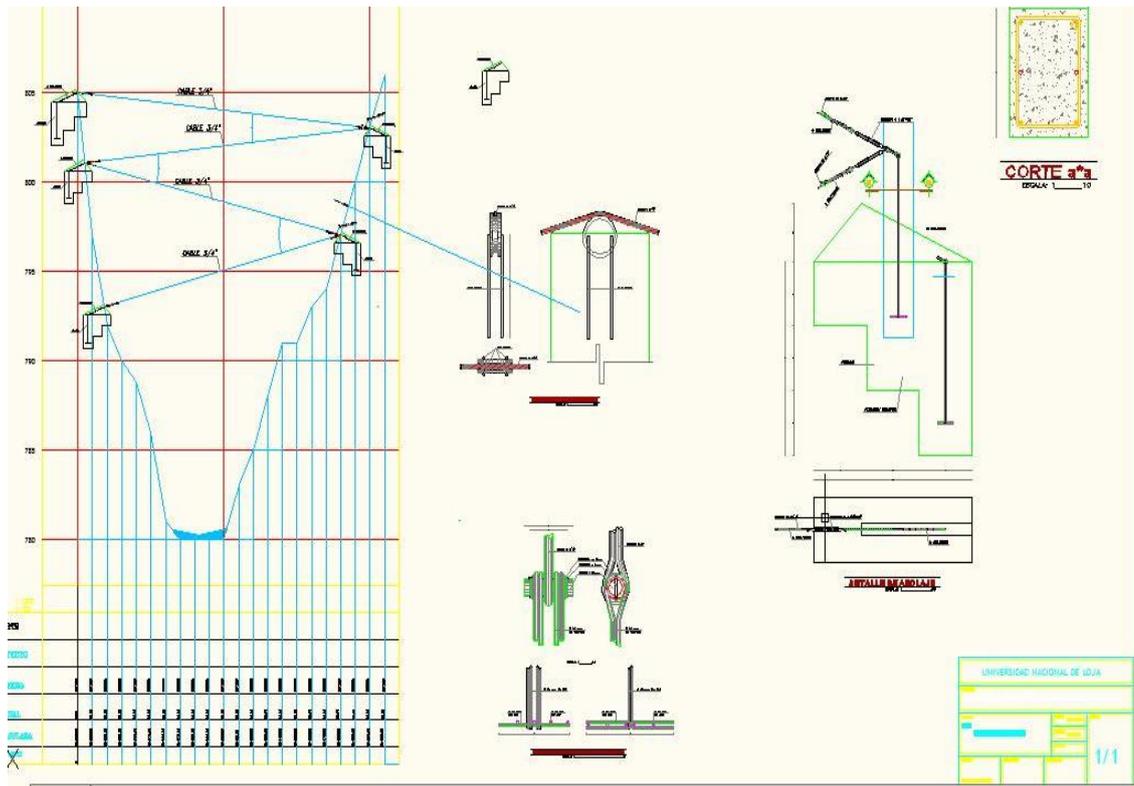


Grafico # 9.-  
Titulo: trazado del canopy  
Elaboración: Ing. Israel Román

La ingeniería del proyecto consiste en definir y especificar técnicamente los factores fijos (edificios, equipos, etc.) y las variables (mano de obra, materias primas, etc.) que componen el sistema.

Las dimensiones de los cables del recorrido son las siguientes:

- Cable 1: 200.99m.
- Cable 2: 196.03m.
- Cable 3: 179.67m.
- Cable 4: 167.30m.

---

El Cantón Puyango es un sector privilegiado para realizar deportes extremos gracias a su geografía y en la actualidad no existe ninguna empresa o persona que brinde este tipo de servicios a la población y en especial a los turistas. Es por eso que la idea de la creación de un canopy en el complejo de las Aguas Sulfurosas de el Arenal es muy tentativa.

Los equipos que se utilizará para la práctica del canopy como mosquetones, arneses, guantes, cintas de respaldo, cascos y poleas serán adquiridos bajo los más altos estándares de calidad para brindar un servicio eficiente y seguro para los turistas.

Arnés.- Sujeción de seguridad utilizada en escalada y otras actividades de riesgo.

Polea.- Según definición de Hatón de la Goupillière, «la polea es el punto de apoyo de una cuerda que moviéndose se arrolla sobre ella sin dar una vuelta completa» actuando en uno de sus extremos la resistencia y en otro la potencia.

Casco.- Un casco es una forma de prenda protectora usada en la cabeza y hecha generalmente de metal o de algún otro material resistente, típicamente para la protección de la cabeza contra objetos que caen o colisiones a alta velocidad.

Mosquetones.- Conecta de manera rápida y segura la polea con el arnés, que van a través de la cinta

Cintas de respaldo.- Cinta especial que conecta el arnés con el mosquetón de la polea.

Guantes.- Resisten altas fricciones provocadas por cables y Brindan el equilibrio perfecto entre protección y facilidad de movimiento.

---

### 6.3.3 ESTUDIO OPERATIVO

Para una práctica segura del canopy hay que tomar varios estándares de seguridad al momento de su construcción para no tener ninguna adversidad en el transcurso del recorrido, como son: el perfil del terreno, el tipo de terreno, los anclajes y los accesorios para su práctica.

En el caso de este proyecto encontramos una mezcla entre los tipos de terreno antes mencionados, ya que al momento que empieza el recorrido se lo hace en la copa de los arboles, para luego trasladarse sobre el complejo turístico de las aguas sulfurosas hasta terminar en la quebrada que atraviesa dicho lugar.



Fotografía N°18.-  
Titulo: Complejo Turístico Aguas Sulfurosas  
Elaboración: Luis Elizalde

Cada cable empezará en una superficie en la cual está los anclajes, debido a la topografía del lugar no es necesario que el cable sea amarrado a los árboles, los cables irán sujetos a dichos anclajes que juegan un papel fundamental en un diseño de canopy, ya que toda la tensión generada se transfiere ahí.

Según lo investigado existe cuatro tipos principales de anclajes: naturales, cimentadas, estructuras existentes y en roca sólida. Los anclajes cimentados son los más seguros que se pueda usar en canopy, ya que es sencillo calcular el peso que deberán poseer para contrarrestar las fuerzas. Dichos anclajes se dividen en dos partes distintas: el elemento de anclaje de acero y

el concreto reforzado. Los elementos de anclaje de acero están diseñados para lograr un factor de seguridad de 10, lo cual significa que resistirán un mínimo de diez veces más la fuerza de tensión de la instalación.



Grafico # 10.-  
Titulo: distribución del canopy  
Elaboración : Luis Elizalde

Es por eso que en este proyecto se utilizara los anclajes cimentados para brindar un servicio seguro para todos nuestros clientes, los cuáles serán ubicados a 5m, con 1.50m de profundidad x 1m<sup>2</sup> de superficie. Un sendero conducirá hasta la parte más alta del complejo de las aguas sulfurosas, en el cual habrá la primera plataforma que será el punto donde empiece el recorrido. Un punto muy favorable para el proyecto es que en el complejo turístico ya existen senderos y nos servirán para llegar al punto de partida de nuestro recorrido.

---

Para el traslado de los turistas se contará con guías especializados en deportes extremos los cuales realizarán un lanzamiento de demostración. Uno de ellos se trasladará hasta el final de cada cable para recibir al turista hasta terminar con el recorrido.

Cada uno de los guías y en lo posible todo el personal tendrán que tener conocimientos en los siguientes aspectos:

**Conocimiento y uso/ajuste del equipo:** Ajuste del arnés , Ajuste del Casco, Amarre de cintas al arnés.

**Conocimiento de las medidas de seguridad:** Manejo de la polea y de los mosquetones, Cinta de respaldo.

**Conocimiento de los elementos de la tirolesa:** Puntos de sujeción, Revisión del cable.

**Comunicación:** Importancia de una buena comunicación, Formas de comunicación, Plan de comunicación específica.

**Plan de contingencia:** Sentido común, Criterios de cancelación de actividad, Reconocer las situaciones de riesgo, Evitar situaciones de riesgo.

**Rescate:** Conocimiento del equipo, Manejo del equipo de rescate, Rescate horizontal y vertical.

**Mantenimiento del canopy:** Inspección diaria, Revisión mensual.

**Mantenimiento del equipo:** Almacenamiento, Limpieza de arnés y cuerdas, Lubricación de poleas y mosquetones (Arciniéga).

Antes de empezar con el recorrido los turistas recibirán una charla acerca de las normas de seguridad que se debe aplicar al momento de realizar este tipo de deporte.

### 6.3.4 FLUJOS DE PROCESOS

Total del tiempo necesario= **36 min**

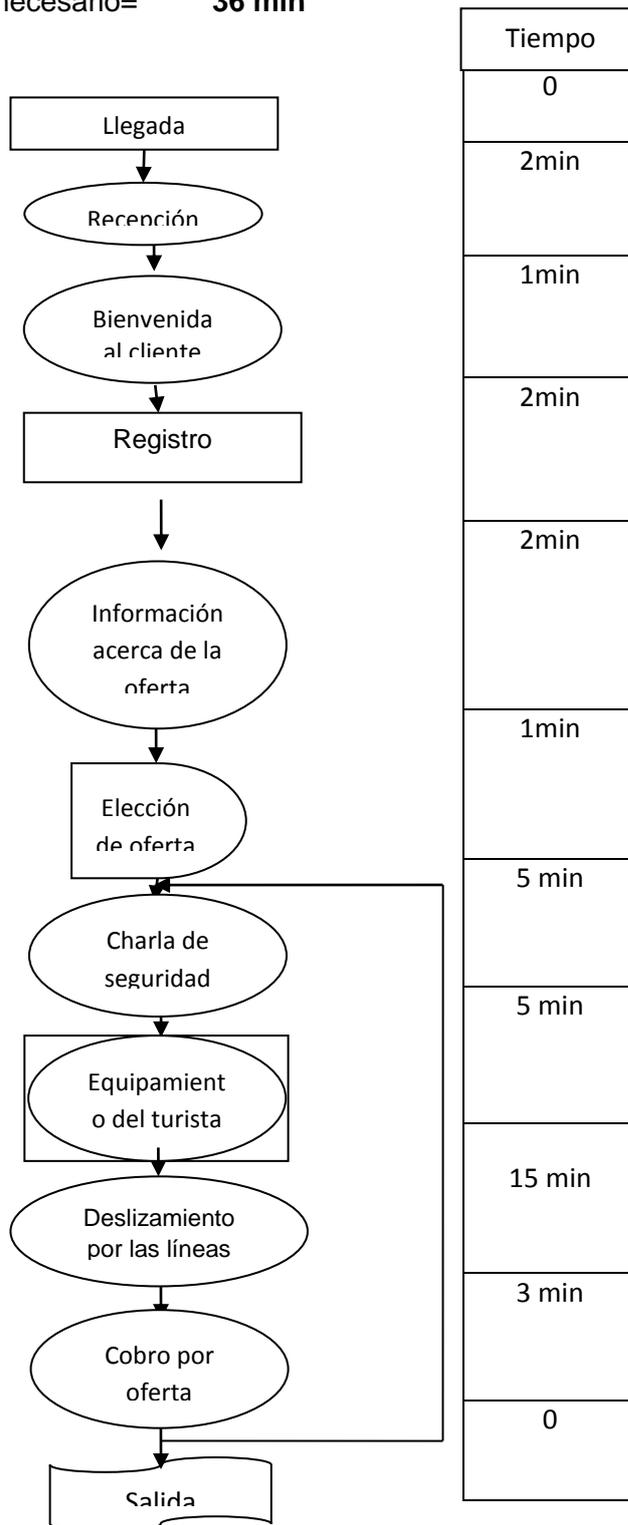


Gráfico N°11.-  
 Título: Flujo de proceso  
 Autor: Luis Elizalde

---

## 6.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

### 6.4.1 CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA DEL CANOPY

Es una herramienta de planificación que permite obtener una aproximación a la intensidad de uso de las áreas destinadas al uso público por lo que sustenta y requiere decisiones de manejo. Este cálculo se lo hace a través de un proceso en el que se consideran una serie de factores ecológicos, físicos, sociales, económicos y culturales (Arciniega).

Con esta metodología se busca establecer el número máximo de visitas que puede recibir los senderos del Canopy basándose en las condiciones físicas, biológicas y de manejo que se presentan en el área.

El proceso consta de tres niveles:

- Cálculo de Capacidad de Carga Física (CCF)
- Cálculo de Capacidad de Carga Real (CCR)
- Cálculo de Capacidad de Carga Efectiva (CCE)

Cada uno de los niveles subsiguientes, se someten a una capacidad corregida de la inmediata superior, la relación entre los dos niveles se los representa de la siguiente manera:

$$CCF > CCR > CCE$$

Es así que la Capacidad de Carga Física siempre será mayor a la Capacidad de Carga Real y ésta puede ser mayor o igual a la Capacidad de Carga Efectiva.

El Canopy Tour, atiende al público de 10h00 a 18h00, para su recorrido se han propuesto dos senderos: uno por cada lado de la vía donde cruzan los cables del canopy, el primero costa de 600m de recorrido y segundo con 50m. La zona en la que se ubicará es de clima tropical, de bajo nivel de precipitación.

---

### 6.4.1.1 Capacidad de Carga Física

Es el límite máximo de visitas que se pueden hacer al sitio durante un día. Está dada por la relación entre factores de visita que son el horario y el tiempo de visita; el espacio disponible y la necesidad de espacio por visitante. Para el cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$CCF = \frac{V}{a} * S * t$$

Dónde:

V/a= visitantes / área ocupada

S= superficie disponible para uso público.

t= tiempo necesario para ejecutar la visita.

**El sendero** empieza desde las piscinas de aguas Sulfurosas hasta la parte más alta dentro del centro recreacional, en este sendero tenemos que tomar en cuenta lo siguiente.

- Los grupos son de máximo 20 personas.
- Tiempo necesario para visitar el sendero: 36 minutos.
- El Horario de visita= 10h00 –18h00= 8 horas.
- La longitud total del sendero es de 600m.

Para saber cuál es el espacio disponible se consideró que si cada persona ocupa 1m de sendero, cada grupo necesitará 20 m del mismo. Si la distancia entre grupos es de 50m, entonces en 600m de sendero caben 8 grupos al mismo tiempo.

$$600m / 70m/grupo=8 grupos * 20 pax/grupo * 1m/pax= 160m$$

Conociendo que el sendero está abierto 8 horas al día y que cada visita requiere de 36 minutos, entonces cada día una persona podría hacer 13 visitas.

$$\frac{Hv}{Tv} = \frac{8h/día}{36minuts/visitas/visitante} = 13visitas/día/visitante$$

La CCF sería:

$$CCF = \frac{V}{a} * S * t$$

$$CCF = \frac{1visitante}{1m} * 160m * 13 \frac{visitas}{día} /visitante$$

$$CCF = 2080visitas/día$$

#### 6.4.1.2 Capacidad de Carga Real

La Capacidad de Carga Real es el límite máximo de visitas, determinado en la CCF de un sitio, luego de someterlo a los factores de corrección definidos en función de las características del área. Los factores de corrección considerados en este estudio fueron:

- Erodabilidad (FCero)
- Accesibilidad (FCacc)
- Brillo solar (FCsol)
- Precipitación (FCpre)
- Anegamiento (FCane)
- Cierres temporales.-este factor no se tuvo en cuenta, porque en el canopy, se atenderá 5 días en la semana y los días restantes se los aprovechará para el mantenimiento del sendero.

Para calcular la Capacidad de Carga Real se utiliza la siguiente fórmula:

$$CCR = CCF * \frac{100 - FC_1}{100} * \frac{100 - FC_2}{100} * \frac{100 - FC_N}{100}$$

Donde FC, es el Factor de Corrección y se lo calcula con la fórmula:

$$FC = \frac{Ml}{Mt} * 100$$

---

Dónde:

$FC$  = Factor de corrección

$Ml$  = Magnitud limitante de la variable

$Mt$  = Magnitud total de la variable

**a) Factor Erodabilidad ( $FCero$ )**

En este factor se expresa la susceptibilidad o el riesgo de erosionarse el sitio en estudio. Para calcular este factor en los senderos se tuvo en cuenta la siguiente fórmula:

$$FCero = \frac{Ml}{Mt} * 100$$

Dónde:

$Ml$ = metros del sitio con problemas de Erodabilidad.

$Mt$ = metros totales del sendero.

Se estableció tres rangos a los que se les atribuyó un grado de erodabilidad y a la vez se asigna un valor de ponderación. En el siguiente cuadro se detalla:

**Cuadro N°22.-** Grado de erodabilidad según la pendiente y su significado

GRADO DE ERODABILIDAD	PENDIENTE	VALORES DE PONDERACIÓN
Alto	>20%	1.5
Medio	10-20%	1
Bajo	<10%	No significativo

Nota: Las zonas que tienen un nivel de riesgo de erosión medio o alto son las únicas consideradas significativas al momento de establecer restricciones de uso.

Elaboración: Luis Elizalde

**En el sendero** tenemos los siguientes valores

El  $Ml$  se obtiene de la siguiente manera:

$$Ml = (E1)(P) + (E2)(P)$$

---

Dónde:

E1= metros de sendero con erodabilidad alta

E2=metros de sendero con erodabilidad media

P= Ponderación.

Reemplazando:

E1= 100m

E2= 300m

$$Ml = (100m)(1.5) + (300m)(1)$$

$$Ml = 150m + 300m$$

$$Ml = 450m$$

El Cero será:

$$FCero = \frac{450}{600} * 100$$

$$FCero = 0.75 * 100$$

$$FCero = 75\%$$

### **b) Factor Accesibilidad (FCacc)**

Mide el grado de dificultad que podrían tener los visitantes para desplazarse por los senderos, debido a las pendientes. Se toman los mismos grados de pendiente considerados en el Factor de Corrección Erodabilidad. Se consideraron las siguientes categorías:

**Cuadro N°23.-** Grado de dificultad según el porcentaje de la pendiente

<b>GRADO DE DIFICULTAD</b>	<b>PENDIENTE</b>	<b>VALORES DE PONDERACIÓN</b>
Alta	>20%	1.5
Medio	10-20%	1
Ninguno	<10%	No significativo

Nota: Los tramos que tienen un grado de dificultad medio o alto son los únicos considerados significativos al momento de establecer restricciones de uso.

Autor: Luis Elizalde

---

Se lo calcula con la siguiente fórmula:

$$FCacc = \frac{Ml}{Mt} * 100$$

Dónde:

*Ml*= metros del sendero con dificultad

*Mt*= metros totales de sendero

La *Ml* se obtiene de la siguiente manera:

$$Ml = (E1)(P) + (E2)(P)$$

Dónde:

*E1*= metros de sendero con erodabilidad alta

*E2*=metros de sendero con erodabilidad media

*P*= Ponderación.

$$Ml = (E1)(P) + (E2)(P)$$

Como los datos son los mismos que se utilizaron en el factor de aereodabilidad los resultados son iguales.

$$FCacc = 75\%$$

### **B) factor Brillo Solar ( FCsol)**

El sol también se lo considera como una limitante para el recorrido, ya que en algunas horas es de mayor intensidad. En esta área el factor de Brillo Solar se lo calculará para el segundo sendero, donde todo el sendero no tiene sombra, el primer sendero presenta gran cobertura de dosel. La fórmula que se utiliza es:

$$FCsol = \frac{Ml}{Mt} * 100$$

Dónde:

*Ml*= horas de sol limitantes/año

= horas de sol disponibles

### **c) Factor Brillo Solar ( FCsol)**

---

El sol es uno de las limitantes para el desarrollo de la actividad, en unas oras suele ser con mayor intensidad y en otras no.

En este caso no se considera el factor de brillo solar ya que el sendero se encuentra bajo la sombra de los arboles, y no representa ningún problema para el visitante.

#### **d) Factor Precipitación (FCpre)**

En el área del canopy en época de invierno dispone de 4 horas de luz solar de 10h00 a 12h00 y de 15h00 a 17h00 durante 5 meses.

Durante los 5 meses de mayor precipitación el brillo solar se da de 12h00 a 14h00.

$$MI2 = 5 \text{ meses} = 150 \text{ días / año} * 4 \text{ horas / día} = 600 \text{ horas / año.}$$

$$MI = 600 \text{ horas / año.}$$

En época de verano dispone de 9 horas de luz solar de 09h00 h 17h00 durante 7 meses

$$Mt = 7 \text{ meses} = 214 \text{ días / año} * 9 \text{ horas / día} = 1926 \text{ horas / día}$$

Este factor se lo calcula debido a que las lluvias pueden impedir la visitación al lugar. Entonces bajo las mismas consideraciones, se tiene que en el lugar hay 150 días de fuerte lluvia.

Para este factor se utiliza la fórmula:

$$FCpre = \frac{MI}{Mt} * 100$$

Dónde:

$MI$  = horas de lluvia limitantes al día

$Mt$  = horas de lluvia al año.

---

Con ello se tiene los siguientes datos:

$Ml = 5 \text{ meses} = 150 \text{ días- lluvia/ año} * 4 \text{ horas-lluvia- limitante} / \text{ día} = 600 \text{ horas-lluvia limitante/año.}$

$Mt = 1926 \text{ horas-sol} / \text{ año} + 600 \text{ horas - lluvia/ año} = 2526 \text{ horas.}$

Reemplazando en la fórmula:

$$FC_{pre} = \frac{600 \text{ horas}}{2526 \text{ horas}} * 100$$

$$FC_{pre} = 0.23$$

$$FC_{pre} = 23\%$$

### e) Anegamiento (FCane)

Este factor se lo aplica donde existen tramos en los que el agua se estanca y el sendero tiende a destruirse.

Pero debido a que en este caso el sendero se encuentra de manera inclinada no se tiene este tipo de problema, es por esta razón que no se la toma en cuenta.

Una vez que se han aplicado los factores de corrección para cada sendero se procede a calcular la Capacidad de Carga Real:

### SENDERO

$$CCR = CCF * \frac{100-FC_1}{100} * \frac{100-FC_2}{100} * \frac{100-FC_N}{100}$$

$$CCR = 2080 \frac{\text{visitas}}{\text{día}} * \frac{100-75}{100} * \frac{100-0}{100} * \frac{100-0}{100} * \frac{100-23}{100} * \frac{100-0}{100}$$

$$CCR = 2080 \frac{\text{visitas}}{\text{día}} * \frac{25}{100} * \frac{100}{100} * \frac{100}{100} * \frac{77}{100} * \frac{100}{100}$$

$$CCR = 2080 \text{ visitas/día} * (0,25 * 1 * 1 * 0,77 * 1)$$

$$CCR = 2080 \text{ visitas/día} * 0.1925$$

$$CCR = 19.25 \text{ visitas/día}$$

### 6.4.1.3 CAPACIDAD DE MANEJO

En este punto se determina las condiciones que la administración necesita para poder cumplir a cabalidad con sus funciones y objetivos. Es el resultado del cálculo del porcentaje de lo existente en relación con lo óptimo.

Para el cálculo de la capacidad de manejo se tomo como referencia la siguiente matriz.

**Cuadro N°24.-** Cálculo de la Capacidad de Manejo

CATEGORÍA	ITEMS	NÚMERO ÓPTIMO	ACTUAL	%
PERSONAL	Gerente - contador	1	1	100
	Guías de seguridad.	4	2	50
INFRAESTRUCTURA	Canopy	1	1	100
EQUIPO	Equipo de Comunicación	2	1	50
	Equipo de Primeros Auxilios	2	1	50
	Equipo de Computación	1	1	100
				450
				64,28%

FUENTE: Plan de Manejo del Parque Nacional Galápagos: Amador, E., M. Bliemsrieder, L. J. Cayot, E. Cruz, F. Cruz, M. Cifuentes y J. Rodríguez. 1996. INEFAN.

ELABORACIÓN: Luis Elizalde

### 6.4.1.4 Capacidad de Carga Efectiva

La Capacidad de Carga Efectiva representa el número máximo de visitas que se puede permitir el sendero, para su cálculo se consideró la capacidad de manejo del mismo. Considerando lo anterior, la Capacidad de Carga Efectiva se la calcula con la siguiente fórmula:

$$CCE = CCR * CM / 100$$

Reemplazando se obtiene:

$$CE = 19,25 \frac{\text{visitas}}{\text{día}} * \frac{64,28}{100} = 12,37 \frac{\text{visitas}}{\text{día}} * 0.64 = 7,91 \text{visitas/día}$$

Esto quiere decir que el sendero tendrá una capacidad efectiva de 7 visitas por día, tomando en cuenta que cada grupo es de 20 personas.

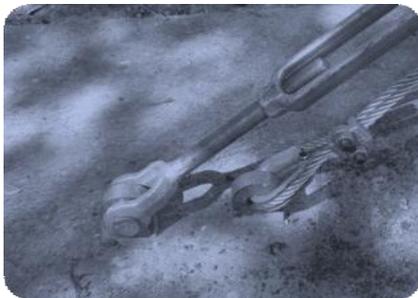
## 6.5 COSTEO DE EQUIPO

### 6.5.1 Implementos para canopy

#### EMPRESA DE VIVIENDA SOCIAL. PROVIVIR



750 metros Cable 3/8" 7x19 galvanizado especial para canopy ertificado en normas internacionales y tiene garantía, cumple con la "Norma API Spec9A" y "RR-W-410E" Ideal para factores de seguridad superior a 5 tiene 3 años de garantía.



Material de sujeción. Es recomendable trabajar con el material de sujeción de la marca Crosby; única marca que ofrece las certificaciones y pruebas individuales en todos sus productos. 3 años Resisten Sujetar una presion de 2880 libras.



Anclaje cimentado (anclas) son lo más seguros que se pueda usar en el. Dichos anclajes se dividen en dos partes distintas: el elemento de anclaje de acero y el concreto reforzado. 3 años La capacidad de estos elementos de anclaje de acero, están diseñados para lograr un factor de seguridad de 10, lo cual significa que resistirán un mínimo de diez veces más la fuerza de tensión de la instalación.

## EMPRESA PETZL ECUADOR



20 arnés El ASPIR es un modelo cómodo, que ofrece muchas de las ventajas de nuestros arneses de alta gama: cinturón y perneras acolchados, punto de acordamiento reforzado y anillos portamaterial

Garantía: 3 años



20 PoleasPetzlTàndem speed plateada

### Características técnicas

Peso: 195 g

Garantía: 3 años



20 Cascos Aosefitmulti talla PETZL

### Características técnicas:

CE EN 12492 / UIAA

Fabricado en China

Garantía: 3 años



20 Mosquetones de seguridad para 22 KN especial para Canopy 2.3 Toneladas de resistencia

### Características técnicas

Fabricado en Italia

Garantía: 3 años

Peso: 86 g (SL), 92 g (TL)



20 Extensiones en cinta tubular de 21 KN en 60 cm  
PETZL Resiste 22KN equivalente hasta 2.1 toneladas

**Características técnicas:**

Fabricado en Francia

**Garantía:** 3 años



20 pares Pares de guantes para Canopy PETZL  
Estos guantes están fabricados con cuero natural y lona. Brindan el equilibrio perfecto entre protección y facilidad de movimiento

**Garantía:** 3 años

## 6.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO DEL PROYECTO.

Este estudio consiste en definir el funcionamiento de la empresa y la constitución legal de la misma.

### 6.6.1 PLAN ESTRATÉGICO

#### 6.6.1.1 Misión

La empresa “**puyango extremo**” brinda la oportunidad de tener un contacto diferente con la naturaleza realizando un deporte nuevo, emocionante y con mucha adrenalina, mediante el deslizamiento por cables sobre las copas de los arboles, dirigido a turistas y ciudadanía en general, promoviendo nuevas formas de turismo y conservando el medio ambiente.

---

### **6.6.1.2 Visión**

Ser una empresa líder en la región del país, buscando la diversión y satisfacción del cliente y de esta manera contribuir con el desarrollo turístico y económico de la parroquia el Arenal.

### **6.6.1.3 ANÁLISIS F.O.D.A.**

El análisis F.O.D.A. nos permite conocer el entorno en el que se desarrolla nuestra empresa.

#### **FORTALEZAS**

- Clima agradable para realizar canopy.
- Precios acoplados a la realidad de la economía del cantón
- Poco personal involucrado en la operación.
- Que la empresa de canopy se encuentra ubicado en el complejo turístico de “Aguas Sulfurosas”.
- Estar ubicado a pocos minutos de la vía principal que une la costa con la sierra en la región sur.
- Ingresos económicos aceptables en la población.
- La vía de acceso al complejo turístico de las “Aguas Sulfurosas” esta habilitada todo el año.

#### **OPORTUNIDADES**

- Capacidad de atraer a usuarios que buscan un contacto extremo y diferente con la naturaleza sin tener que trasladarse a otros lugares
- Creciente habito por parte de la juventud en continuar los estudios universitarios y tener un población capacitada para emplearla en el proyecto

- 
- Es un servicio nuevo que no existe en el Cantón; lo cual despierta la curiosidad y el interés en la población por este proyecto
  - Formar parte de los diferentes proyectos de desarrollo turístico en el sur del país.

### DEBILIDADES

- Falta de personal con experiencia en deportes extremos.
- No existen hoteles ni restaurantes en el lugar.
- El complejo de las aguas sulfurosas no cuenta con agua potable ni luz eléctrica.
- La infraestructura del complejo Turístico de “Aguas Sulfurosas”, esta descuidada.

### AMENAZAS

- Proyecto fácil de imitar.
- Superpoblación de profesionales en turismo.
- Afluencia turística discreta en el Cantón Puyango.
- Desinterés por la monotonía del deporte.

### 6.6.1.4 MATRIZ DE ALTO IMPACTO

**Cuadro N° 25–M A I**

<p><b><u>MATRIZ DE ALTO IMPACTO</u></b></p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Poco personal involucrado en la operación.</li> <li>▪ Que la empresa de canopi se encuentra ubicado en el complejo turístico de “Aguas Sulfurosas”</li> <li>▪ Clima agradable para realizar canopi</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de personal con experiencia en deportes extremos</li> <li>• No existen hoteles ni restaurantes en el lugar</li> <li>• El complejo de las aguas sulfurosas no cuenta con agua potable ni luz eléctrica</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto fácil de imitar.</li> <li>• Superpoblación de profesionales en turismo</li> <li>• Poca afluencia turística discreta en el Cantón Puyango</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitar al personal para que se constituya en un elemento de la empresa difícil de superar</li> <li>• Brindar la oportunidad de trabajo a los profesionales del lugar que se están preparando en turismo</li> <li>• Que el complejo turístico de la aguas sulfurosas y el clima del lugar se conviertan en un punto de atracción para que la afluencia de turistas aumente en el cantón</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• atacar a nuestro mercado con publicidad para que despierte el interés por visitar el cantón y por ende nuestra empresa.</li> <li>• Compartir ideas y generar clústeres con los nuevos profesionales en turismo</li> <li>• Que al no contar con luz ni agua potable se dificulta la inversión para nuevos proyectos</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Creciente habito por parte de la juventud en continuar los estudios universitarios y tener un población capacitada para emplearla en el proyecto</li> <li>▪ Es un servicio nuevo que no existe en el Cantón; lo cual despierta la curiosidad y el interés en la población por este proyecto</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la facilidad para seleccionar un personal de excelencia por la nueva tendencia de la juventud a prepararse</li> <li>• aprovechar que la empresa esta ubicada en el complejo de la aguas sulfurosas y complementarlo con la aventura y el vértigo del canopi</li> <li>• al ser un nuevo servicio en la ciudad genera gran curiosidad, combinándolo con la ubicación el clima y la atención al cliente</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• inculcar en nuestro personal aptitudes y actitudes para brindar al visitante un ambiente agradable para su diversión</li> <li>• innovación de su infraestructura con ayuda de los microcréditos.</li> <li>• Aprovechar la curiosidad de las personas para realizar publicidad</li> </ul>

Fuente: análisis F O D A  
 Autor: Luis Elizalde

---

### 6.6.1.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Constituir al componente humano como uno de los aspectos difíciles de superar por otras empresas.
- Conseguir una estabilidad en el mercado y ser reconocidos a nivel nacional.
- Brindar comodidades adicionales a los visitantes como restaurant, canchas deportivas, sauna, turco, etc.

#### **Estrategias**

##### Objetivo N 1

- Capacitar al personal en los aspectos de atención al cliente, seguridad en equipos de canopy, charlar de motivación, etc.
- Buen trato, y buen habiente de trabajo para que el tener que trabajar sea un placer mas no una obligación.
- Buen sueldo y todos los derechos q la ley otorga al trabajador.

##### Objetivo N 2

- Publicidad radial, audio visual, escrita, etc., con la ofertas de la empresa y los servicios que presta.
- Participar de las diferentes eventos turísticos realizados en el cantón, provincia y país.
- Organizar turísticamente al cantón con el fin de brindar una propuesta clara a los turistas y ciudadanía en general.

##### Objetivo N 3

- Realizar convenios con otras empresas relacionadas con el turismo para brindar el servicio de alojamiento y alimentación.
- Pedir crédito bancario para la implementación de sauna, turco, hidromasaje, etc

## 7. ANALISIS ECONOMICO – FINANCIERO

### 7. 1. Plan de inversión

Un plan de inversión define sus ingresos con precisión, identifica sus metas y sirve como currículum de sus negocios. El plan de inversión lo ayuda a asignar los recursos de forma apropiada, manejar complicaciones imprevistas y tomar buenas decisiones para el negocio.

Para la elaboración de este cuadro necesitamos de las siguientes descripciones:

#### ACTIVOS FIJOS

##### Cuadro N° 26.- Equipos de computo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V/U	V/T
Computadora TOSHIBA L635 mas impresora multifunciones Epson	1	1105,00	1105,00
<b>TOTAL</b>			<b>1105,00</b>

Fuente: tecnocompu  
autor: Luis Elizalde

##### Cuadro N° 27. – Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V/U	V/T
Archivador 4 gavetas	1	140	140
Escritorio ejecutivo	1	140	140
Sillón ejecutivo	1	100	100
Sillas para atención en oficina - hierro y corosil	4	35	140
<b>TOTAL</b>			<b>520,00</b>

Fuente: Feria cuencana  
Autor: Luis Elizalde

##### Cuadro N° 28. – Obras preliminares

DESCRIPCION	CANT	V/U	V/T
replanteo para obras de construcción	5	0,73	3,65
<b>TOTAL</b>			<b>3,65</b>

Fuente: empresa de vivienda socia provivir  
Autor: Luis Elizalde

**Cuadro N°29 . – Acero de refuerzo**

DESCRIPCIÓN	CANT	V/U	V/T
acero de refuerzo en barras fy=4200kg/cm2	90	1,76	158,40
<b>TOTAL</b>			<b>158,4</b>

fuelle: empresa de vivienda social provivir

autor: Luis Elizalde

**Cuadro N°30 . – cimentación inferior, hormigones,  
mampostería**

DESCRIPCION	CANT	V/U	V/T
excabacion manual para cimiento	10,000	7,30	73,00
hormigon simple en columnas f'c 210 Kg/cm2+ encofrado	1,950	150,97	294,39
hormigon simple f'c 210 Kg/cm2 (anclajes)	10,000	129,13	1.291,30
cable de acero D=3/4"	750,590	20,18	15.146,91
<b>TOTAL</b>			<b>16.805,60</b>

Fuente: empresa de vivienda social provivir

Autor: Luis Elizalde

**Cuadro N° 31. – Equipos para canopy USD**

DESCRIPCIÓN	CANT.	V/U	V/T
Arneses multi talla para canopy	20	51,00	1.235,20
Polea Tandem Speed	20	89,00	2.992,80
Casco PROTEC	20	30,88	617,6
Extensiones en cinta tubular de 21 KN en 60 cm.	20	15,04	300,8
Mosquetón Rocklock	20	22,17	443,4
Pares de guantes para Canopy	20	6,33	126,6
Kit de primeros auxilios	1	14,25	14,25
Frenos pasivos para canopy	4	51,46	205,84
<b>TOTAL</b>			<b>5.936,49</b>

Fuente: tirolesa y productos PETZL

Autor: Luis Elizalde

### Cuadro N° 32. – Herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V/U	V/T
machete	3	5,50	16,50
caja de herramientas mecánicas	1	53,00	53,00
<b>TOTAL</b>			<b>69,50</b>

Fuente: comercial Elizacord  
autor: Luis Elizalde

### ACTIVOS DIFERIDOS

#### Cuadro N° 33. – Permisos y Requisitos

Descripción	C/T
Formulario Patente Municipal	0,50
Patente Municipal	38,00
Solicitud de búsqueda fonética IEPI	16,00
Registro de Marca IEPI	116,00
Registro Ambiental	0,00
Certificado de Registro del MINTUR	0,00
Inscripción CAPTUR	100,00
Superintendencia de Compañías	0,00
Registro Mercantil	45,00
Permiso de Bomberos (sticker)	1,50
Permiso de Letrero	22,50
S.R.I (formulario)	1,50
<b>Total.</b>	<b>341,00</b>

Fuente: análisis legal  
autor: Luis Elizalde

#### Cuadro N° 34. – Abogado

Descripción	C/T
Servicios Profesionales y Minuta	50,00
<b>Total.</b>	<b>50,00</b>

Fuente: Abogado Alex Buños  
Autor: Luis Elizalde

### Cuadro N° 35. – Arquitecto

Descripción	C/T
Plano	100,00
<b>Total.</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Ing. Israel Román  
Autor: Luis Elizalde

### Cuadro N° 36. –plan de inversión

<b>7.1.1 ACTIVOS FIJOS</b>	
Descripción	C/T
Terreno	0,00
Cimentación inferior, hormigones, mampostería	16805,60
Obras preliminares	3,65
Acero de refuerzo	158,40
Equipos para canopy	5.936,49
Muebles y enseres	520,00
Equipos de computo	1.105,00
herramientas	69,50
<b>Total.</b>	<b>24.598,64</b>
<b>7.1.2 ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Descripción	C/T
Permisos y Requisitos	341,00
Abogado	50,00
Arquitecto	100,00
<b>Total.</b>	<b>491,00</b>
<b>7.1.3 CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>7.1.3.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	
Descripción	C/T
Sueldos de produccion	7875,60
<b>Total.</b>	<b>7875,60</b>
<b>7.1.3.2 GASTOS GENERALES</b>	
Descripción	C/T
Artículos de Limpieza y otros	348,00
Mantenimiento	320,00
Servicios Básicos	276,00
Depreciaciones	7231,83
<b>Total.</b>	<b>8175,83</b>
<b>7.1.3.3 GASTOS DE OPERACIÓN</b>	
Descripción	C/T
sueldos administrativos	7330,80
Publicidad	723,60
<b>Total.</b>	<b>8054,40</b>
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>49195,47</b>

Fuente: plan de inversión  
Autor: Luis Elizalde

## 7.1.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos para el funcionamiento de la empresa han sido proyectados para los 10 años de vida útil del proyecto, se considera una incremento anual del 3,33 %, que es el promedio de la tasa inflacionaria del País.

**Cuadro N° 37. -proyección de costos.**

7.1.1.1 CAPITAL DE TRABAJO		PROYECCIÓN DE COSTOS								
7.1.1.1.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Descripción	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldos de producción	7875,60	9086,64	9386,50	9696,25	10016,23	10346,77	10688,21	11040,92	11405,27	11781,64
7.1.1.1.2 GASTOS GENERALES										
Mantenimiento	320,00	333,79	348,18	363,18	378,84	395,17	412,20	429,96	448,49	467,83
Servicios Básicos	276,00	287,90	300,30	313,25	326,75	340,83	355,52	370,84	386,83	403,50
Depreciaciones	1982,86	1982,86	1982,86	1642,96	1642,96	1642,96	1642,96	1642,96	1642,96	1642,96
<b>Total.</b>	<b>10454,46</b>	<b>11691,19</b>	<b>12017,84</b>	<b>12015,65</b>	<b>12364,78</b>	<b>12725,72</b>	<b>13098,89</b>	<b>13484,69</b>	<b>13883,55</b>	<b>14295,93</b>
7.1.1.1.3 GASTOS DE OPERACIÓN										
Descripción	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Publicidad	723,60	747,70	772,59	798,32	824,91	852,38	880,76	910,09	940,39	971,71
Intereses.	3190,55	2984,69	2757,72	2507,49	2231,62	1927,46	1592,13	1222,43	814,84	365,46
sueldos administrativos	7330,80	8373,48	8652,32	8940,44	9238,16	9545,79	9863,66	10192,12	10531,52	10882,22
<b>Total.</b>	<b>11244,95</b>	<b>12105,86</b>	<b>12182,63</b>	<b>12246,25</b>	<b>12294,68</b>	<b>12325,62</b>	<b>12336,55</b>	<b>12324,64</b>	<b>12286,75</b>	<b>12219,39</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>21699,41</b>	<b>23797,05</b>	<b>24200,48</b>	<b>24261,90</b>	<b>24659,45</b>	<b>25051,35</b>	<b>25435,44</b>	<b>25809,33</b>	<b>26170,30</b>	<b>26515,32</b>

Fuente: plan de inversión

Autor: Luis Elizalde

## 7.1.2.Ingresos

Cuadro N° 38.- ingresos.

AÑOS	Canopy					
	CAP INSTALADA	crecimiento	Cap. Utilizada	Inflación	Precio + infl.	Ingresos
2011	7800	40%	3120		6,00	18.720,00
2012	7800	45%	3510	3,33%	6,20	21.761,30
2013	7800	50%	3900	3,33%	6,41	24.984,39
2014	7800	60%	4680	3,33%	6,62	30.979,64
2015	7800	70%	5460	3,33%	6,84	37.346,47
2016	7800	80%	6240	3,33%	7,07	44.102,99
2017	7800	80%	6240	3,33%	7,30	45.571,61
2018	7800	80%	6240	3,33%	7,55	47.089,15
2019	7800	80%	6240	3,33%	7,80	48.657,22
2020	7800	80%	6240	3,33%	8,06	50.277,50
<b>TOTAL</b>						<b>369.490,27</b>

Fuente: plan de inversión  
Autor: Luis Elizalde

Los ingresos de una empresa en especial en los primeros años es un aspecto muy delicado, ya que no se sabe con exactitud cómo va a reaccionar el mercado a tu propuesta.

Para la elaboración del cuadro de ingresos se toma en cuenta la capacidad instalada de nuestra empresa que es de 7800, el porcentaje con que esta considerado se va a empezar a funcionar empezando desde un 40% hasta concluir con un 80%; consideramos una inflación del 3,33%, generando unos ingresos totales de 369490,27 dólares en los 10 años de funcionamiento

## 7.2 Amortización de deuda

**Cuadro N° 39. – amortización de deuda**

AÑO	SEMESTRE	SALDO SEMESTRAL	INTERES SEMESTRAL	INTERES ANUAL	PAGO P	DIVIDEND ANUAL	CAPITAL	SALDO
1	1	34000	1.700,00	3.348,59	2.728,25	5456,50	1028,25	32971,75
	2	32971,75	1.648,59		2.728,25		1079,66	31892,09
2	3	31892,09	1.594,60	3.132,53	2.728,25	5456,50	1133,64	30758,45
	4	30758,45	1.537,92		2.728,25		1190,33	29568,12
3	5	29568,12	1.478,41	2.894,32	2.728,25	5456,50	1249,84	28318,28
	6	28318,28	1.415,91		2.728,25		1312,33	27005,95
4	7	27005,95	1.350,30	2.631,70	2.728,25	5456,50	1377,95	25628,00
	8	25628,00	1.281,40		2.728,25		1446,85	24181,15
5	9	24181,15	1.209,06	2.342,16	2.728,25	5456,50	1519,19	22661,96
	10	22661,96	1.133,10		2.728,25		1595,15	21066,81
6	11	21066,81	1.053,34	2.022,94	2.728,25	5456,50	1674,91	19391,90
	12	19391,90	969,60		2.728,25		1758,65	17633,25
7	13	17633,25	881,66	1.671,00	2.728,25	5456,50	1846,59	15786,66
	14	15786,66	789,33		2.728,25		1938,91	13847,75
8	15	13847,75	692,39	1.282,98	2.728,25	5456,50	2035,86	11811,89
	16	11811,89	590,59		2.728,25		2137,65	9674,23
9	17	9674,23	483,71	855,20	2.728,25	5456,50	2244,54	7429,70
	18	7429,70	371,48		2.728,25		2356,76	5072,93
10	19	5072,93	253,65	383,56	2.728,25	5456,50	2474,60	2598,33
	20	2598,33	129,92		2.728,25		2598,33	0,00

Fuente: plan de inversión

Autor: Luis Elizalde

Se considera valores que a continuación se detalla

Monto : 34000

Interés : 10%

Pago : semestral

Plazo : 10 años

---

### **7.3 Estados de Resultado**

Una vez que conocemos los ingresos que va a tener la empresa y los egresos de la misma procedemos a la elaboración de un cuadro proyectado a diez años de la vida útil del proyecto en el cual queden reflejados las ganancias o las pérdidas de PUYANGO EXTREMO LTDA. Además de los cálculos anuales y los resultados que se obtiene al finalizar cada año

Es importante señalar que según las leyes del país se considera el 25% para el pago del impuesto a la renta, el 15% Para la Participación de empleados y trabajadores y el 10% para reservas de capitalización según consta en los estatutos de constitución de la empresa, dejando así la utilidad neta de la empresa

**Cuadro N° 40. – estado de pérdidas y ganancias**

<b>AÑOS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>+ INGRESOS</b>	18.720,00	21.761,30	24.984,39	30.979,64	37.346,47	44.102,99	45.571,61	47.089,15	48.657,22	50.277,50
- costos de produccion	15.703,43	16.940,16	17.266,81	12.058,67	12.407,80	12.768,75	13.141,91	13.527,71	13.926,58	14.338,95
<b>= UTILIDAD MARGINAL</b>	<b>3.016,57</b>	<b>4.821,14</b>	<b>7.717,57</b>	<b>18.920,97</b>	<b>24.938,67</b>	<b>31.334,24</b>	<b>32.429,70</b>	<b>33.561,44</b>	<b>34.730,64</b>	<b>35.938,55</b>
- Gastos Administrativos	7.330,80	8.373,48	8.652,32	8.940,44	9.238,16	9.545,79	9.863,66	10.192,12	10.531,52	10.882,22
- costos de ventas	723,60	747,70	772,59	798,32	824,91	852,38	880,76	910,09	940,39	971,71
- intereses pagados	3.348,59	3.132,53	2.894,32	2.631,70	2.342,16	2.022,94	1.671,00	1.282,98	855,20	383,56
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	<b>-8.386,42</b>	<b>-7.432,57</b>	<b>-4.601,66</b>	<b>6.550,51</b>	<b>12.533,46</b>	<b>18.913,14</b>	<b>20.014,29</b>	<b>21.176,25</b>	<b>22.403,53</b>	<b>23.701,06</b>
- 25% De impuesto a la renta			-1150,41	1637,63	3133,36	4728,29	5003,57	5294,06	5600,88	5925,26
- 15% Trabajadores			-690,25	982,58	1880,02	2836,97	3002,14	3176,44	3360,53	3555,16
<b>= UTILIDAD ANTES DE RESERVA</b>	<b>-8386,42</b>	<b>-7432,57</b>	<b>-2760,99</b>	<b>3930,31</b>	<b>7520,07</b>	<b>11347,88</b>	<b>12008,57</b>	<b>12705,75</b>	<b>13442,12</b>	<b>14220,64</b>
- 10% De reservas de Capitalizacion			-276,10	393,03	752,01	1134,79	1200,86	1270,57	1344,21	1422,06
<b>= UTILIDAD NETA</b>	<b>-8386,42</b>	<b>-7432,57</b>	<b>-2484,90</b>	<b>3537,28</b>	<b>6768,07</b>	<b>10213,10</b>	<b>10807,71</b>	<b>11435,17</b>	<b>12097,91</b>	<b>12798,57</b>

Fuente: plan de inversión  
 Autor: Luis Elizalde

---

#### **7.4 Flujo de caja**

Representa la diferencia entre los ingresos y egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa, para pagar deudas o pagar activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa. La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación se efectuará sobre los resultados que en ella determine. La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico, organizacional, así como el cálculo de los beneficios. Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

El flujo de caja se utiliza para determinar los ingresos y egresos de dinero en una empresa y proyectarlos para la vida útil de la misma

## Cuadro N° 41. – Flujo de Caja

AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>INGRESOS</b>	18720,00	21761,30	24984,39	30979,64	37346,47	44102,99	45571,61	47089,15	48657,22	50277,50
- costos de produccion	15703,43	16940,16	17266,81	12058,67	12407,80	12768,75	13141,91	13527,71	13926,58	14338,95
<b>UTILIDAD MARGINAL</b>	3016,57	4821,14	7717,57	18920,97	24938,67	31334,24	32429,70	33561,44	34730,64	35938,55
- Gastos administrativos	7330,80	8373,48	8652,32	8940,44	9238,16	9545,79	9863,66	10192,12	10531,52	10882,22
- Costos de ventas	723,60	747,70	772,59	798,32	824,91	852,38	880,76	910,09	940,39	971,71
- Intereses Pagados	3348,59	3132,53	2894,32	2631,70	2342,16	2022,94	1671,00	1282,98	855,20	383,56
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	-8386,42	-7432,57	-4601,66	6550,51	12533,46	18913,14	20014,29	21176,25	22403,53	23701,06
- 25% De Impuesto a la Renta			-1150,41	1637,63	3133,36	4728,29	5003,57	5294,06	5600,88	5925,26
- 15% De trabajadores			-690,25	982,58	1880,02	2836,97	3002,14	3176,44	3360,53	3555,16
<b>UTILIDAD ANTES DE RESERVAS</b>	-8386,42	-7432,57	-2760,99	3930,31	7520,07	11347,88	12008,57	12705,75	13442,12	14220,64
+ depreciaciones	7231,83	7231,83	7231,83	1685,99	1685,99	1685,99	1685,99	1685,99	1685,99	1685,99
+ Pago de capital	2107,91	2323,97	2562,18	2824,80	3114,34	3433,56	3785,50	4173,51	4601,30	5072,93
<b>FLUJO NETO</b>	953,32	2123,24	7033,01	8441,09	12320,40	16467,43	17480,06	18565,25	19729,40	20979,55

Fuente: plan de inversión

Autor: Luis Elizalde

---

## 7.5 Evaluación financiera

La evaluación financiera es el proceso mediante el cual se busca justificar la realización o no del proyecto

Los principales criterios de evaluación son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RB/C), Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) y el Análisis de Sensibilidad (AS).

### 7.5.1 Valor actual neto (V.A.N)

Este factor expresa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final del periodo de duración del proyecto de inversión. Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- a. Si el **VAN** es positivo, y mayor a 1 significa que es conveniente financieramente.
- b. Si el **VAN** es negativo y menor a 1 no es conveniente financieramente.

$$VANP = \sum VAN1a \quad n - INVERSIÓN$$

VANP = Valor actual neto del proyecto.

$\sum VAN1a \quad n$  = Sumatoria de los valores actuales de los años de vida del proyecto

El resultado representa que el valor de la empresa aumenta durante su etapa de operación, ello nos da el referente si es conveniente invertir o no.

## Cuadro N° 42. – VAN

años	flujos	facotr actualizacion	VALOR ACTUALIZADO
1	953,32	1,14	839,49
2	2123,24	1,29	1646,45
3	7033,01	1,46	4802,48
4	8441,09	1,66	5075,71
5	12320,40	1,89	6523,76
6	16467,43	2,14	7678,45
7	17480,06	2,44	7177,37
8	18565,25	2,77	6712,71
9	19729,40	3,14	6281,82
10	20979,55	3,57	5882,24
sumatoria de flujos actualizados			52620,46
total de inversion			49195,47
<b>VALOR ACTUAL NETO(VAN)</b>			<b>3424,99</b>

Fuente: plan de inversión  
Autor: Luis Elizalde

**V.A.N = Sumatoria Flujos Netos Actualizados – Inversión**

**V.A.N= 52620,46 – 49195,47**

**V.A.N= 3424,99**

La tasa de oportunidad del mercado que estamos trabajando es del 13.56% con relación al interés del prestamos que es del 10%. El VAN obtenido en el cuadro adjunto es de \$3424,99 y expresa el valor actual de los recursos obtenidos durante la vida útil del proyecto, el mismo que es positivo verificando que si es conveniente invertir en el proyecto.

### 7.5.2. Tasa interna de retorno (T.I.R)

Conocida como criterio de rentabilidad, se cita muy frecuentemente como base para evaluar criterios de inversión. La (TIR) Se la define como la tasa de descuento que hace que el valor presente (VAN), de entradas de efectivo sean igual a la inversión neta relacionada con un proyecto. Por otro parte se la conoce como la tasa por la cual se expresa el lucro o beneficio neto, que

proporciona una determinada inversión en función de un porcentaje anual, que permite igualar el valor actual de los beneficios y costos y en consecuencia el resultado del valor neto actual es igual a cero. Además se utiliza para evaluar un proyecto en función de una tasa única de rendimiento anual.

Se debe tomar en cuenta los siguientes criterios:

- a.- Si la **TIR**. Es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- b.- Si la **TIR**. Es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.
- c.- Si la **TIR**. Es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto. Su fórmula es:

$$TIR = Tasa\ Menor + \frac{VAN\ Tasa\ menor - VAN\ mayor}{diferencia\ de\ tasa}$$

#### Cuadro N° 43. – TIR

años	flujos	TASA MENOR	V MENOR	TASA MAYOR	van mayor
0	-49195,47	1,00	-49195,47	1,00	-49195,47
1	953,32	1,14	836,25	1,15	828,97
2	2123,24	1,30	1633,76	1,32	1605,47
3	7033,01	1,48	4747,08	1,52	4624,32
4	8441,09	1,69	4997,80	1,75	4826,22
5	12320,40	1,93	6398,83	2,01	6125,42
6	16467,43	2,19	7502,34	2,31	7119,32
7	17480,06	2,50	6985,68	2,66	6571,40
8	18565,25	2,85	6508,22	3,06	6069,01
9	19729,40	3,25	6066,95	3,52	5608,33
10	20979,55	3,71	5659,10	4,05	5185,82
		total	2140,54		-631,18

Fuente: plan de inversión  
 Autor: Luis Elizalde

TASA MENOR: 14%

---

TASA MAYOR: 15%

TIR: 14,77%

La TIR se obtuvo mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

**TIR = Tasa Menor + Diferencia de Tasas ((VAN Tasa Menor)/(VAN Tasa Menor – VAN Tasa Mayor))**

$TIR = 0,14 + (0,15 - 0,14) / 2140,54 (/ 2140,54 - (-631,18))$

TIR = 0,1477

TIR= 14,77%

Considerando que la tasa de oportunidad del mercado es de 13,56% y la del proyecto es de 14,67% tenemos una leve diferencia a favor, resultado más favorable invertir el dinero en nuestro proyecto que depositarlo en una institución financiera

### **7.5.3 RELACION BENEFICIO COSTO (B/C)**

Se basa en la relación entre los costos y beneficios asociados en el proyecto. Consiste en determinar cuáles elementos son benéficos y cuales son costos, en general los beneficios son ventajas expresadas en términos monetarios que recibe el propietario, en cambio que los costos son gastos anticipados de construcción, operación, mantenimiento, etc.

Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- a.- Si la relación beneficio costo es mayor a uno se acepta el proyecto.
- b.- Si la relación beneficio costo es menor a uno no se acepta el proyecto.
- c.- Si la relación beneficio costo es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto.

### Cuadro N° 44. – RBC

AÑO	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACT	SUMA INGRESOS ACTUA	SUMA EGRE ACT
1	18.720,00	15.703,43	1,14	16.484,68	13.828,31
2	21.761,30	16.940,16	1,29	16.874,62	13.136,11
3	24.984,39	17.266,81	1,46	17.060,53	11.790,60
4	30.979,64	12.058,67	1,66	18.628,37	7.251,00
5	37.346,47	12.407,80	1,89	19.775,28	6.570,04
6	44.102,99	12.768,75	2,14	20.564,38	5.953,82
7	45.571,61	13.141,91	2,44	18.711,85	5.396,11
8	47.089,15	13.527,71	2,77	17.026,20	4.891,27
9	48.657,22	13.926,58	3,14	15.492,40	4.434,21
10	50.277,50	14.338,95	3,57	14.096,78	4.020,35
			total	174.715,10	77.271,82

Fuente: plan de inversión  
 Autor: Luis Elizalde

$$\text{Formula: } R.B.C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}} - 1$$

$$RBC = \frac{174.715,10}{77.271,82}$$

$$RBC = 2,26 - 1$$

$$RBC = 1,26$$

Esto refleja que por cada dólar invertido se gana 1,26 dólares demostrando que el proyecto si es factible

#### 7.5.4 PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL (PRC)

Son los años que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce.

**Cuadro N° 45. – PRC**

Año	Flujos Netos	Factor de act. 13,56%%	Valor actualizado
1	1.009,19	1,14	1146,03
2	2.159,65	1,29	2785,05
3	6.995,84	1,46	10245,09
4	8.385,00	1,66	13944,55
5	12.243,44	1,89	23122,27
6	16.367,47	2,14	35102,17
7	17.354,75	2,44	42266,47
8	18.411,98	2,77	50921,78
9	19.545,32	3,14	61386,26
10	20.761,49	3,57	74047,82
<b>Sumatoria de flujos actualizados</b>			<b>314.967,50</b>
<b>Inversión Total</b>			<b>49.195,47</b>

Fuente: plan de inversión  
Autor: Luis Elizalde

#### Aplicando la Fórmula del PRI:

$$PRI = \frac{\sum \text{Flujos Netos}}{\text{Inversión Inicia}}$$

$$PRI = \frac{314.967,50}{49.195,47}$$

PRI= 6,4 Años

Esto quiere decir en 6,4 años; es decir en 6 años, 4 meses 25 días recuperaremos el capital y el resto de años hasta llegar a los diez de la vida útil serán ganancias para la empresa

---

### **7.5.5 Punto de Equilibrio (p/e)**

El Punto de Equilibrio se fundamenta en el criterio de que la empresa proyectada no obtiene ganancias ni sufre pérdidas en un momento dado, es decir que se encuentra en un punto en donde los ingresos son iguales a los costos.

Para calcular el Punto de Equilibrio es preciso determinar los costos fijos totales, costos variables totales y los ingresos totales por venta.

**Cuadro N° 46. – P/E**

<b>COSTOS FIJOS</b>	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
publicidad	723,60	747,70	772,59	798,32	824,91	852,38	880,76	910,09	940,39	971,71
sueldos Administrativos	7330,80	8373,48	8652,32	8940,44	9238,16	9545,79	9863,66	10192,12	10531,52	10882,22
Depreciaciones	7.231,83	7.231,83	7.231,83	1.685,99	1.685,99	1.685,99	1.685,99	1.685,99	1.685,99	1.685,99
Costo en Ventas	3.921,40	3.739,17	3.536,59	3.311,52	3.061,60	2.784,22	2.476,51	2.135,30	1.757,08	366,29
Intereses por Préstamo	3.197,80	2.991,47	2.763,99	2.513,19	2.236,69	1.931,84	1.595,75	1.225,21	816,69	366,29
sueldos de produccion	7.875,60	9.086,64	9.386,50	9.696,25	10.016,23	10.346,77	10.688,21	11.040,92	11.405,27	11.781,64
<b>total costos fijos</b>	<b>22.405,44</b>	<b>23.083,65</b>	<b>22.957,32</b>	<b>17.249,46</b>	<b>17.047,33</b>	<b>16.800,21</b>	<b>16.502,67</b>	<b>16.148,70</b>	<b>15.731,67</b>	<b>14.272,50</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>										
Gastos Generales	8.175,83	8.448,09	8.729,41	9.020,10	9.320,47	9.630,84	9.951,55	10.282,93	10.625,35	10.979,18
Mantenimiento	320,00	333,79	348,18	363,18	378,84	395,17	412,20	429,96	448,49	467,83
<b>total costos variables</b>	<b>8.495,83</b>	<b>8.781,88</b>	<b>9.077,59</b>	<b>9.383,28</b>	<b>9.699,31</b>	<b>10.026,01</b>	<b>10.363,74</b>	<b>10.712,90</b>	<b>11.073,85</b>	<b>11.447,00</b>
<b>ingresos</b>	<b>18.720,00</b>	<b>21.761,30</b>	<b>24.984,39</b>	<b>30.979,64</b>	<b>37.346,47</b>	<b>44.102,99</b>	<b>45.571,61</b>	<b>47.089,15</b>	<b>48.657,22</b>	<b>50.277,50</b>
punto e capacidad	219%	178%	144%	80%	62%	49%	47%	44%	42%	37%
punto eventas	41.023,38	38.702,06	36.058,45	24.744,08	23.027,96	21.743,11	21.360,37	20.904,54	20.366,97	18.479,94

Fuente: plan de inversión  
 Autor: Luis Elizalde

### Cuadro N° 47. – datos para graficar el punto de equilibrio

Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos	18.720,00	21.761,30	24.984,39	30.979,64	37.346,47	44.102,99	45.571,61	47.089,15	48.657,22	50.277,50
Costo Variable	8.495,83	8.781,88	9.077,59	9.383,28	9.699,31	10.026,01	10.363,74	10.712,90	11.073,85	11.447,00
Costo Fijo	22.405,44	23.083,65	22.957,32	17.249,46	17.047,33	16.800,21	16.502,67	16.148,70	15.731,67	14.272,50
Costo Total	30.901,27	30.901,27	30.901,27	30.901,27	30.901,27	30.901,27	30.901,27	30.901,27	30.901,27	30.901,27
Punto de Equilibrio	41.023,38	38.702,06	36.058,45	24.744,08	23.027,96	21.743,11	21.360,37	20.904,54	20.366,97	18.479,94

Fuente: plan de inversión  
 Autor: Luis Elizalde

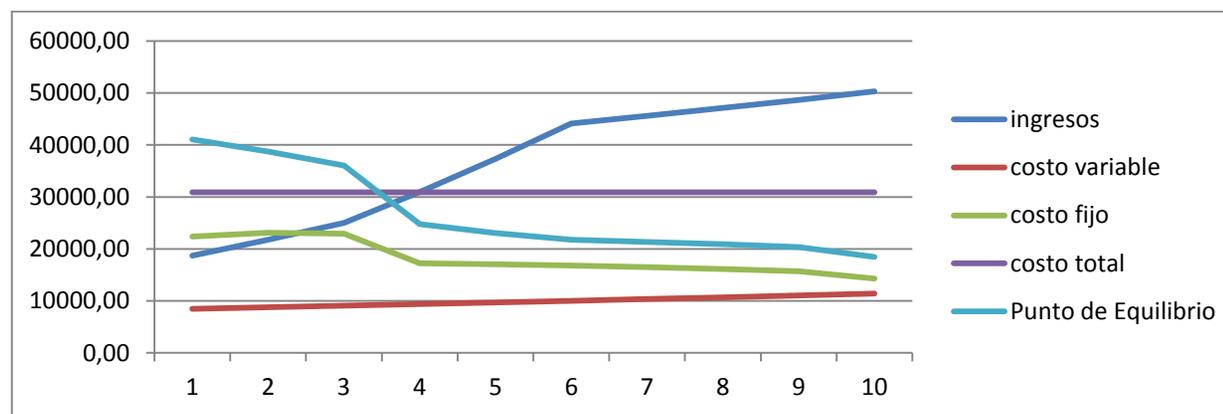


Gráfico N°: 12  
 Título del Gráfico: Punto de equilibrio  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

En el gráfico se puede evidenciar claramente que se llega a un equilibrio en los costos y los ingresos

---

### **7.5.6 Coeficiente de Análisis de Sensibilidad**

La vulnerabilidad de los proyectos de inversión frente a las alternativas en los precios de consumo o de otras causas de tipo económico, en periodos de tiempo relativamente cortos obliga a los analistas considerar el riesgo como un factor más en el cálculo de la eficiencia económica.

Existen cuatro formas de aumentar la utilidad de un negocio a partir de la base dada por el punto de equilibrio.

- Buscar disminución de los costos fijos
- Aumentar el precio unitario de la venta.
- Disminuir el costo variable por unidad.
- Aumentar el volumen producido.

En síntesis el análisis de sensibilidad es un estudio que permite ver de qué manera se alterara la decisión económica se varía algunos factores.

Para el análisis de Sensibilidad de este proyecto se ha considerado un incremento de 13% en los costos y un decremento del 13% en los Ingresos.

Se considera un decrecimiento en los ingresos del 13%

### Cuadro N° 48. – SENSIBILIDAD INGRESOS

	INGRESOS	EGRESOS O COSTOS	NUEV INGRESO	FLUJO	TASA NENOR	FLUJ MENOR	T MAYOR	FLUJ MAYR
0				-49195,473	1,00	-49195,47	1,00	-49195,47
1	18.720,00	15.703,43	16286,40	582,97	1,21	481,79	1,22	477,84
2	21.761,30	16.940,16	18932,33	1.992,17	1,46	1.360,68	1,49	1.338,46
3	24.984,39	17.266,81	21736,42	4.469,60	1,77	2.522,97	1,82	2.461,44
4	30.979,64	12.058,67	26952,29	14.893,62	2,14	6.947,98	2,22	6.722,97
5	37.346,47	12.407,80	32491,43	20.083,63	2,59	7.743,11	2,70	7.430,93
6	44.102,99	12.768,75	38369,60	25.600,85	3,14	8.157,22	3,30	7.764,18
7	45.571,61	13.141,91	39647,30	26.505,39	3,80	6.979,70	4,02	6.588,94
8	47.089,15	13.527,71	40967,56	27.439,85	4,59	5.971,71	4,91	5.591,17
9	48.657,22	13.926,58	42331,78	28.405,20	5,56	5.108,93	5,99	4.744,16
10	50.277,50	14.338,95	43741,43	29.402,47	6,73	4.370,49	7,30	4.025,18
					total	449,11		-2050,20

Fuente: plan de inversión  
Autor: Luis Elizalde

Tasa menor: 21%  
Tasa mayor: 22%  
Nueva tir: 21,18%  
Tir del proyecto: 14,67%

**TIR = Tasa Menor + Diferencia de Tasas ((VAN Tasa Menor) / (VAN Tasa Menor – VAN Tasa Mayor))**

**NUEVA TIR = 0,21+(0,22-0,21)\*(449,11 / (449.11+2050,20))**

**NUEVA TIR = 21,18%**

---

Se calcula la diferencia de la TIR Nueva y la TIR del proyecto

$$\text{TIR Nueva} = 0,2118 * 100 = 21,18$$

$$\text{TIR Real} = 0,1467 * 100 = 14,67$$

$$\text{Diferencias} = 6.51$$

Se obtiene un porcentaje de Variación

$$\text{Diferencia} / \text{TIR Real} = 0,44\%$$

Se calcula la Sensibilidad

$$\text{Variación} / \text{Nueva TIR} = 0,02$$

Esto quiere decir que no tendría inconveniente alguno en que los ingresos bajen un 13% ya que el resultado obtenido es menor a 1.

Consideramos un aumento en los Egresos de un 13%

**Cuadro N° 49. – SENSIBILIDAD EGRESOS**

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS O COSTOS	NUEVOS COSTOS	FLUJO	TASA MENOR	FLUJ MENOR	T MAYOR	FLUJ MAYR
0				-49195,473	1,00	-49195,47	1,00	-49195,47
1	18.720,00	15.703,43	17.744,88	975,12	1,24	786,39	1,25	780,10
2	21.761,30	16.940,16	19.142,38	2.618,92	1,54	1703,25	1,56	1676,11
3	24.984,39	17.266,81	19.511,50	5.472,89	1,91	2870,46	1,95	2802,12
4	30.979,64	12.058,67	13.626,30	17.353,34	2,36	7340,01	2,44	7107,93
5	37.346,47	12.407,80	14.020,82	23.325,66	2,93	7956,56	3,05	7643,35
6	44.102,99	12.768,75	14.428,68	29.674,30	3,64	8163,01	3,81	7778,94
7	45.571,61	13.141,91	14.850,36	30.721,25	4,51	6815,33	4,77	6442,71
8	47.089,15	13.527,71	15.286,31	31.802,84	5,59	5689,74	5,96	5335,63
9	48.657,22	13.926,58	15.737,03	32.920,19	6,93	4749,71	7,45	4418,47
10	50.277,50	14.338,95	16.203,02	34.074,49	8,59	3964,72	9,31	3658,72
<b>TOTAL</b>						<b>843,71</b>		<b>-1551,39</b>

Fuente: plan de inversión

Autor: Luis Elizalde

Tasa menor: 24%

Tasa mayor: 25%

Nueva tir: 24,35%

Tir del proyecto: 14,67%

**TIR = Tasa Menor + Diferencia de Tasas ((VAN Tasa Menor) / (VAN Tasa Menor – VAN Tasa Mayor))**

**NUEVA TIR = 0,24+(0,25-0,24)\*(843,71 / (843,71+1551,39))**

**NUEVA TIR = 0,2435**

---

Se calcula la diferencia de la TIR Nueva y la TIR del proyecto

$$\text{TIR Nueva} = 0,2435 * 100 = 24,35\%$$

$$\text{TIR Real} = 0,1477 * 100 = 14,77\%$$

$$\text{Diferencias} = 9,58$$

Se obtiene un porcentaje de Variación

$$\text{Diferencia} / \text{TIR Real} = 0,65\%$$

Se calcula la Sensibilidad

$$\text{Variación} / \text{Nueva TIR} = 0,02$$

Esto quiere decir que el proyecto si resistiría el aumento de los egresos en un 13% ya que el resultado obtenido es menor a 1.

## 8. EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL

La matriz de Leopold (causa – efecto ) considera a cada una de las celdas un numero fraccionario en donde la Magnitud es el numerador y puede ser negativa (-) o positiva (+) deacuerdo al criterio técnico del evaluador y la Importancia del impacto es el denominador.

La agregación de resultados se resume en los denominados “promedios aritméticos”, que resultan de dividir el numerador para el denominador (y así obtener un numero decimal) y adicionarlos algebraicamente a lo largo de la fila o columna analizada.

La matriz causa – efecto anteriormente indicada, es sobre todo un método de identificación y valoración que pueden ser ajustados a las distintas fases del Proyecto, arrojando resultados cuali-cuantitativos, realizando un analisis de las relaciones de causalidad entre una acción dada y sus posibles efectos sobre un determinado componente ambiental.

En donde las cuadrículas subrayadas representan la interacción entre las Actividades a realizarse y los Componentes Ambientales que son intervenidos.

Los impactos serán clasificados deacuerdo a la siguientes consideraciones:

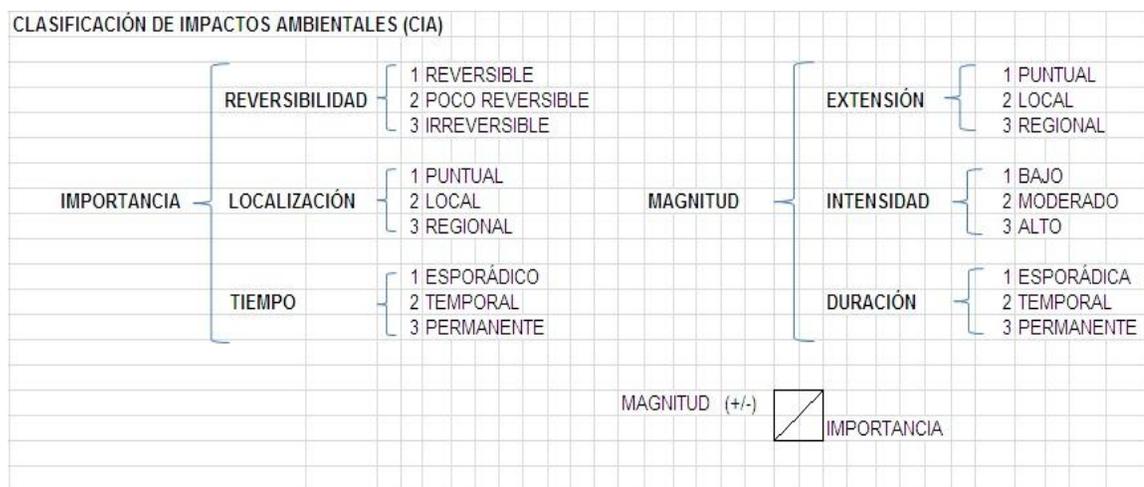


Grafico # 13  
 Titulo: clasificación de los impactos ambientales  
 Autor: Luis Elizalde

**Cuadro N° 50. – matriz de evaluación de impactos ambientales**

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES												
"Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Empresa de Canopy en el Cantón Puyango, Parroquia El Arenal"												
ACTIVIDADES →	ETAPAS									AFECTACIONES NEGATIVAS	AFECTACIONES POSITIVAS	AGREGACIÓN DE IMPACTOS
	CONSTRUCCIÓN				OPERACIÓN		MANTENIMIENTO		CIERRE			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9			
COMPONENTES AMBIENTALES ↓	Desbroce de vegetación	Excavación	Rellenos y compactación	Construcción y Armado de estructuras	Presencia de Visitantes	Generación de Residuos	Mantenimiento de Instalaciones	Mantenimiento de Senderos	Retiro de Infraestructura			
<b>1. ABIÓTICOS (FÍSICOS)</b>												
<b>A. SUELO</b>												
1. Estabilidad	-1/2	-1/1	-1/1				-1/1	-1/1	-1/1	-6	0	-7
2. Ocupación				-1/1						-1	0	-1
<b>B. AGUA</b>												
1. Calidad de Agua	-1/1					-1/1				-2	0	-2
<b>C. AIRE</b>												
1. Calidad del Aire										0	0	0
										0	0	0
<b>2. BIÓTICOS (BIOLÓGICOS)</b>												
<b>A. FLORA.</b>												
1. Componente vegetal	-1/1	-1/1	-1/1			-1/1	-1/1	-1/1		-6	0	-6
<b>B. FAUNA</b>												
1. Componente faunístico	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1		-1/1	-1/1	-1/1		-7	0	-7
<b>3. SOCIO ECONÓMICOS</b>												
1. Empleo	2/2			2/2	2/2		1/1	1/1		0	5	14
2. Comercio, Producción	2/2			2/2	2/2	2/2				0	3	12
3. Riesgos de Accidentes		-1/1		-1/1	-1/1		-1/1		-1/1	-5	0	-5
<b>AFECTACIONES NEGATIVAS</b>	-4	-4	-3	-3	-1	-3	-2	-3	-4	<b>COMPROBACIÓN</b>		
<b>AFECTACIONES POSITIVAS</b>	2	0	0	2	2	0	1	1	0	14		-2
<b>AGREGACION DE IMPACTOS</b>	3	-4	-3	5	7	-3	-1	-2	-4	45		-2

Autor Paul Córdova

---

En las cuadrículas de la parte izquierda se ha trazado una diagonal, donde se califica de forma cuantitativa: la Magnitud y la Importancia de dicha interacción. Por ejemplo, para la actividad : **Desbroce de Vegetación** esta afectará (-1) al Componente Ambiental **Suelo** en cuanto a su **Estabilidad** se refiere.

Los valores de Magnitud han sido asignados positivamente si se van a generar beneficios al ambiente, y negativos si se registran impactos al ambiente.

En el Caso de la Magnitud para la actividad **Presencia de Visitantes** y su interacción con el Componente Socioeconómico **Empleo** se le ha asignado ( 2 ) es decir: poco reversible, local y temporal , y partiendo de lo antes señalado su signo es positivo debido a que generará un **beneficio**.

En el caso de la Importancia de interacción de la actividad **Desbroce de Vegetación** y su interacción con la **Estabilidad** es de ( 1 ) es decir : es un impacto de extensión puntual, intensidad baja, y duración esporádica. Esto responde a circunstancias en que los espacios abiertos no son tan grandes en relación a la magnitud del proyecto.

Esta metodología permite la obtención de resultados cuali-cuantitativos que permiten la identificación clara de las acciones que mayor detrimento causan, en contraposición con aquellas que mayor beneficio generan, de los componentes ambientales que mayor detrimento sufrirán, y de aquellos que se beneficiaran con la actividad propuesta.

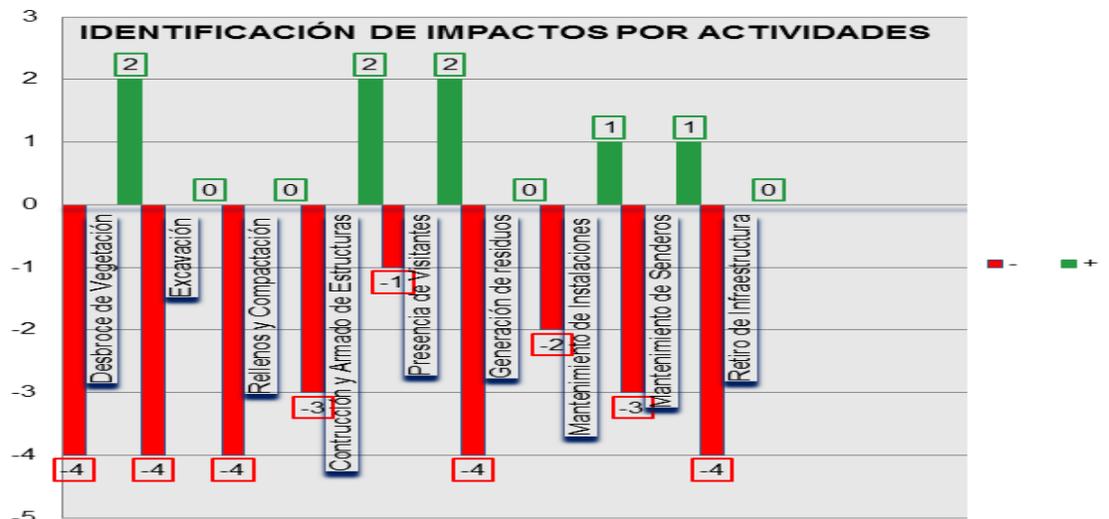


Grafico # 14  
 Titulo: Identificación de impactos ambientales  
 Autor: Luis Elizalde

JERARQUIZACIÓN DE IMPACTOS			
ACTIVIDADES		COMPONENTES AMBIENTALES	
1 Desbroce de Vegetación	-4	1. ABIÓTICOS (FÍSICOS)	
2 Excavación	-4	A. SUELO	
3 Rellenos y Compactación	-4	1. Estabilidad	-7
4 Construcción y Armado de Estructuras	-3	2. Ocupación	-1
5 Presencia de Visitantes	-1	B. AGUA	
6 Generación de residuos	-4	1. Calidad de Agua	-2
7 Mantenimiento de Instalaciones	-2	C. AIRE	
8 Mantenimiento de Senderos	-3	1. Calidad del Aire	
9 Retiro de Infraestructura	-4	2. BIÓTICOS (BIOLÓGICOS)	
		A. FLORA,	
		1. Componente vegetal	-6
		B. FAUNA	
		1. Componente faunístico	-7
		3. SOCIO ECONÓMICOS	
		1. Empleo	14
		2. Comercio, Producción	12
		3. Riesgos de Accidentes	-5

Grafico # 15  
 Titulo: Jerarquización de impactos  
 Autor: Luis Elizalde

ACTIVIDADES			COMPONENTES AMBIENTALES		
IMPACTOS NEGATIVOS			IMPACTOS POSITIVOS		
Nº	DESCRIPCIÓN	VALOR	Nº	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	Desbroce de Vegetación	-4	1	Empleo	14
2	Excavación	-4	2	Comercio y Producción	12
3	Rellenos y Compactación	-4	IMPACTOS NEGATIVOS		
4	Retiro de Infraestructura	-4	Nº	DESCRIPCIÓN	VALOR
5	Generación de residuos	-4	1	Componente Faunístico	-7
6	Mantenimiento de Senderos	-3	2	Estabilidad	-7
7	Contrucción y Armado de Estructuras	-3	3	Componente Vegetal	-6
8	Mantenimiento de Instalaciones	-2	4	Riesgos de Accidentes	-5
9	Presencia de Visitantes	-1	5	Calidad del Agua	-2
			6	Ocupación del Suelo	-1

Grafico # 16  
 Titulo: Actividades y Componentes Ambientales  
 Autor: Luis Elizalde

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, las actividades tanto de Construcción, Operación, Mantenimiento y Cierre, enmarcadas dentro del “Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Empresa de Canopy en el Cantón Puyango parroquia El Arenal”, actividades como: **Desbroce de Vegetación, Excavación, Rellenos y Compactación, Retiro de Infraestructura y Generación de Residuos** tienen una ponderación de valores de ( -4 ) siendo consideradas negativas para el ambiente pero que generan Impacto medianamente significativo al entorno.

En cuanto a la Importancia los impactos que estas actividades generan pueden ser considerados de carácter reversible, puntual y esporádico. En su Magnitud los impactos que se generan son de carácter Puntual, Bajo y Esporádico, siendo de fácil y económica mitigación.

Los Componentes Ambientales que son susceptibles de sufrir impactos con el desarrollo del Proyecto, ya sea de forma negativa o positiva, se tiene que los de carácter Socioeconómico: **Empleo, Comercio y Producción** son los que generan un beneficio al ambiente en este caso ya que son generadores de fuentes de trabajo, así como también se beneficia compra y venta de bienes, servicios y productos derivados de la actividad a realizarse.

---

En lo referente a los Componentes Ambientales **Agua, Suelo, Flora, Fauna y Riesgos de Accidentes** son los que pueden sufrir impactos ambientales negativos pero en mínimos porcentajes y son del fácil remediación y/o mitigación.

---

## 9 CONCLUSIONES

Una vez terminado el proceso investigación se concluye lo siguiente:

- Que el proyecto resulta factible para su ejecución con los siguientes resultados: Valor Actual Neto es de 3129,32; la Tasa Interna de Retorno es de 14,67%; la Relación Beneficio Costo de 2,26 y el Periodo de Recuperación del Capital es de 6 años, 4 meses y 25 días.
- El diagnóstico turístico efectuado permitió conocer que no existe un inventario ni jerarquización de atractivos turísticos en el Cantón Puyango generando falta de información para los visitantes.
- Para la ejecución del proyecto se requiere como mínimo cuatro personas que serán la encargadas del funcionamiento, control y administración de la empresa de canopy
- Con la implementación de la empresa de canopy serian beneficiados otros sectores de la parroquia el arenal como restaurantes, despensas, transporte y alojamiento comunitario.
- La socialización del proyecto con el personal del Ilustre Municipio de Puyango (Alcalde y fiscalizador de proyectos) permitió difundir el contenido y la factibilidad de su ejecución.

---

## 10 RECOMENDACIONES

- Que cualquier persona natural, institución pública o privada que invierta en el proyecto, ya que los indicadores arrojaron valores rentables.
- Se sugiere Municipio del Cantón Puyango realice un levantamiento de los atractivos turísticos del Cantón, con información actualizada, para conservarlos y mejorarlos si el caso fuere necesario
- Se recomienda que el departamento de cultura del municipio realice una promoción masiva de los atractivos turísticos por los diferentes medios de comunicación con el fin que se incremente el flujo turístico.
- Al implantarse la empresa de canopy se debe emprender en la capacitación a los diferentes sectores del sitio, involucrados como restaurantes, despensas, transporte, hospedaje comunitario, para que brinden una buena atención a los turistas

---

## 11 BIBLIOGRAFÍA.

- Arciniega, G. (s.f.). proyecto de factibilidad para la implementación del canopy en el sector san agustín del cantón puyango de la provincia de Loja.
- Catillo, L. G. (2008). *evaluacion de proyectos de inversion de proyectos* .
- Imerú, A. (2009). *www.wikipedia.com*.
- Meerman, D. (2007). *Las nuevas reglas del Marketing y de las Relaciones Públicas*.
- Mejoramiento del Complejo Turístico de “Aguas Sulfurosas” parroquia El Arenal cantón Puyango. (s.f.).
- Plan de Desarrollo del Canton Puyango. (s.f.). gobierno local de Puyango.
- Sernovitz, A. (2009). *Marketing de boca en boca*.
- Wikipedia. (2011). Recuperado el Mayo de 2011, de <http://www.proyectosenlinea.com>
- Wikipedia (2011). <http://www.geointeractivo.com>
- Centro de Estudios Financieros Manual de Fiscalidad Básica 2010 editorial
- Llorente Olier, José Ignacio, [Manual de análisis de cuentas anuales](#)
- Profesores del CEF. La contabilidad y las operaciones financieras en los exámenes
- Llorente Olier, José Ignacio. [Análisis de estados económico-financieros](#)
- Martínez Alfonso, Antonio Pascual; Montes Carrillo, Ángel; Fernández González, Fernando Javier; Ayats Vilanova, Anna; García Giménez, Pilar. Cierre contable y fiscal. Estados financieros
- García Benau, M.<sup>a</sup> A.; Vico Martínez, A. [Introducción a la contabilidad financiera](#)

---

## **12. ANEXOS**

### **Anexo1 ANTE PROYECTO**

Tema:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE  
UNA EMPRESA DE CANOPI EN EL CANTÓN PUYANGO,  
PARROQUIA EL ARENAL”**

---

## Problemática

El cantón puyango se a convertido en un punto importante en el turismo y comercio de la región sur de nuestro país, pero hay muy poco en lo que a infraestructura turística se refiere,

Alamor está situada en el límite de Loja con la Provincia de El Oro por lo cual la convierte en un lugar clave para la inversión, esta ciudad mueve cantidades significativas de turistas y comerciantes diariamente, hecho que es muy poco aprovechado por los empresarios

El Arenal es una parroquia perteneciente al cantón puyango, aquí podemos encontrar Las Aguas Sulfurosas. Estas aguas están ubicadas en el sitio denominado Papayas, en la quebrada Las Vegas, en la margen izquierda de la vía que conduce a la parroquia Ciano, tiene un área de 8.264,86 metros cuadrados; a una altitud de 800 msnm; temperatura promedio de 22°C; a una distancia de 17 Km de la ciudad de Alamor.

El escaso apoyo de las autoridades de turno, hizo que se pierda el interés en las bondades curativas de las aguas, debido a que en ese entonces se tomaba al turismo no como una actividad económica sino al contrario, que el dinero que se invertía en turismo era dinero perdido, debido a la falta de conocimientos en dicho sector.

La administración 2004-2009, elaboró los diseños para en convenio con el Consejo Provincial emprender en un plan de mejoramiento para convertir al lugar en un atractivo de interés turístico y medicinal hecho que en la actualidad no se cumple en su totalidad

El lugar dispone de tres piscinas pequeñas de diferentes dimensiones, que acumulan el agua para ser aprovechada por los bañistas, una quebrada con poco caudal de agua que permite ser utilizada como piscina natural, senderos y árboles nativos. Pero no existe nadie que controle las personas que visitan el

---

lugar, existiendo así el mal uso de las instalaciones como : no caminar por los senderos establecidos, arrojar basura a las piscinas y quebrada, prender fuego en lugares peligrosos, etc. Hay que mencionar que en la parroquia El Arenal no dispone de hoteles ni restaurantes, generando así que las personas lleven sus propios alimentos generando los problemas mencionados anteriormente

La implementación de una empresa de canopi plantea desarrollar el turismo en la parroquia, y que los moradores del sector, en especial la juventud conozcan las nuevas alternativas que existen para generar recursos económicos, y no solo esperanzarse a la agricultura y la ganadería, que aunque ese ha sido su sustento por años, no podemos negar que actualmente la naturaleza y las tierras son impredecibles.

Existe una gran afluencia de viajeros por comercio, los cuales realizan sus actividades en uno o máximo dos días y se regresa, la afluencia por turismo es muy baja , prácticamente nula,

En la actualidad la falta de turistas en el cantón es muy evidente, dado que el Bosque petrificado Puyango es el único atractivo de jerarquía que se promociona prácticamente solo. Por esa razón los turistas solo llegan a puyango y se regresan a su lugar de origen. La falta de una adecuada promoción de otros atractivos naturales del sector genera que los viajeros solo se queden uno o máximo dos días en el sector.

La población a la cual estaría dirigida y llegaría a ser nuestro mercado potencial es la de los comerciantes y turistas, solo les tomaría una o dos horas de sus viajes y podrían realizarlo cuantas veces lo deseen.

Al generar nuevos proyectos turísticos estaríamos asegurando que puyango sea considerado como un lugar en el cual los turistas puedan quedarse y no se convierta en un lugar únicamente de paso

Las ideas innovadoras que se pueden realizar en el cantón, solo pueden ser obstruidas por nuestra imaginación, es por eso que he decidido como tema:

---

---

**“proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de canopi para el cantón puyango parroquia el arenal”**

**JUSTIFICACIÓN**

La Universidad Nacional de Loja mediante el Sistema Académico Modular por Objeto de Transformación (SAMOT), ha logrado que sus estudiantes se preocupen por investigar, y darse cuenta de la realidad de nuestro entorno mediante la identificación de problemas y buscando aportar con las posibles soluciones

Académicamente es de suma importancia que en la actualidad los estudiantes posean ideas innovadoras y sobre todo que las puedan aplicar en su vida profesional. Mediante este proyecto espero aportar con los conocimientos veraces que puedan ser aplicados por las personas interesadas en ejecutarlo; y que además me permitirá obtener el título en ingeniero en administración turística.

Económicamente hablando la creación de una empresa de canopi beneficiará directa e indirectamente a los moradores del sector y de sus alrededores, tanto para las personas que trabajarían en el canopi es decir: instructores, guías, etc. como personas dedicadas a brindar productos y servicios requeridos por los turistas como hoteles, transporte, alimentación, etc.

Desde el punto de vista social el Proyecto tendrá como fin proporcionar a la población un lugar donde realizar un deporte extremo y disfrutar de la naturaleza, de un baño curativo y medicinal en las aguas sulfurosas y en el barro milagroso del complejo turístico el arenal. Además que la población local se interese en dar a conocer la riqueza natural del sector. Y que la juventud encuentre nuevas formas de divertirse.

---

Motivo por el cual he elegido realizar un **“proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de canopi para el cantón puyango parroquia el arenal”** con el fin de contribuir con el desarrollo turístico del sector y así brindar mayores opciones turísticas a los viajeros.

---

## Objetivos

### Objetivo general:

- Diseñar un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de canopi en el cantón puyango, parroquia el arenal sector el papayo

### Objetivos específicos

- Realizar un diagnostico turístico del cantón puyango para establecer los sectores más visitados por los viajeros
- Proponer un manejo organizativo de la empresa para un buen funcionamiento técnico interno
- Socializar la investigación a los entes involucrados mediante la difusión de resultados para determinar la aceptación del mismo

---

## METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente proceso de investigación y cumplimiento de nuestros objetivos se emplearan se realizara lo siguiente.

Para el objetivo general que es “Generar un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de canopi en el cantón puyango, parroquia el arenal, sector papayas”

Será fundamental determinar la Capacidad de Carga Turística , esta capacidad hace referencia a la Capacidad de Carga Física (CCF), Capacidad de Carga Real (CCR), y Capacidad de Carga Efectiva (CCE).

$$CCT = CCF > CCR > CCE$$

A continuación se señala cada una de las fórmulas necesarias para su cálculo:

### CAPACIDAD DE CARGA FÍSICA:

$$CCF = V/a * S * NV/día$$

En donde:

**S:** Superficie disponible

**V/a:** Superficie usada por persona (1 m.)

**NV/día:** Número de visitas por día, se divide el horario de visita por el tiempo para visitar el sitio.

Este último se calcula a través de la fórmula:

$$NV/día = Hv / tv$$

En donde:

**Hv:** Horario de visita.

**Tv:** Tiempo necesario de visita.

### CAPACIDAD DE CARGA REAL:

Los factores de corrección considerados para este estudio son:

- 
- *Factor social:*  $FC_{soc} = P/mt * 100$
  - *Factor Erodabilidad:*  $FC_{ero} = mpe*100 / mt$
  - *Factor Disturbio de Fauna:*  $FC_{fau} = mr*100 / 12 \text{ meses}$
  - *Factor Accesibilidad:*  $FC_{acc} = mm/mt * 100$
  - *Factor Precipitación:*  $FC_{pre} = ml * 100/mt$
  - *Factor Brillo Solar:*  $FC_{sol} = ml/mt * 100$

Interpretación General:

**P** = Número de Personas.

**Mt** = Magnitud Total.

**Mpe** = Metros del sendero con problemas de erodabilidad.

**Mr** = Meses de reproducción.

**Mm** = Metros del Sendero con dificultad mínima.

**MI** = Magnitud Limitante.

Para este nivel el cálculo resulta de multiplicar esta serie de factores correctores a la Capacidad de Carga Física anteriormente mencionada, quedando así la fórmula:

$$CCR = CCF * FCs$$

**CAPACIDAD DE CARGA EFECTIVA:**

$$CCE = CCR * CM/100$$

En donde:

**CCR** = Capacidad de Carga Real.

**CM** = Capacidad de Manejo

---

## Realizar un estudio de mercado

Para lo cual determinaremos nuestro segmento de mercado que este caso serán los turistas que llegan al canton que según el boletín de estadísticas turísticas 2005 – 2009 del Ministerio de Turismo. El turismo interno crece un 10% con relación al año 2008 es decir 14306 viajeros que proyectadas al 2011 nos dan 23039,85

### CUADRO N° 51 AFLUENCIA EN LOS HOTELES DE PUYANGO

Nombre	N° de habitaciones	N° de plazas	Tasa de ocupación promedio anual	Total pernoctaciones anuales	Pernoctaciones	
					Segmento negocios – 80%	Segmento vacacional – 20%
Rey Plaza	17	23	45%	3.630	2.904	726
Gran Hotel SIC	18	35	45%	3.843	3.075	769
Hotel Puyango	16	24	45%	3.416	2.733	683
Central	9	9	45%	1.922	1.537	384
Del Bosque	7	14	45%	1.495	1.196	299
<b>Totales</b>	<b>67</b>	<b>105</b>	<b>45%</b>	<b>14.306</b>	<b>11.445</b>	<b>2.861</b>

*Fuente: elaboración propia MHI – TYPESA, a partir de entrevistas de campo, catastro MINTUR y Plan de Manejo del Bosque Petrificado de Puyango 2006 (documento preliminar) del proyecto adecuación, construcción y mejoramiento de las instalaciones y equipamientos para turismo en el bosque petrificado de puyango.*

Se considera a la población económicamente activa del cantón como mercado y a las cuales también se les realizara una encuesta, que según el INEC 2001 son 5.097 personas y que según el **proyecto adecuación, construcción y mejoramiento de las instalaciones y equipamientos para turismo en el bosque petrificado de puyango** crece un 9.7 % anual, para el 2011 tenemos 11989 personas

---

La fórmula para calcular la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Reemplazando la formula anterior tenemos

$$z = 1,96$$

$$p = 0,5$$

$$q = 0,5$$

$$e = 0,05$$

$$N = 11989$$

$$n = ?$$

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{N \times e^2 + z^2 \times p \times q}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5) \times (11989)}{12373 \times (0,05)^2 + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = \frac{11883,02}{31,89}$$

$$n = 372$$

$$n = 380 \text{ muestras}$$

Para el cálculo de la Demanda Potencial se necesitara los siguientes datos :

**S. M** = Segmento de Mercado

**D. P** = Demanda Potencial equivalente

Dichos datos nos ayudaran a calcular la demanda potencial y la demanda real

Consecutivamente realizamos cuadros de Costos de Producción, Gastos Generales y Gastos de Operación, para obtener el monto económico para la producción operativa del mismo, a continuación se realizó el Estado de Resultados donde se obtuvo la Utilidad Neta.

Para saber la Rentabilidad de nuestro negocio nos basamos en algunos estudios de varios Indicadores Económicos como:

**VAN:** que nos permitió saber si era Rentable nuestro proyecto a través de la fórmula;

$$VAN = \frac{\sum fn}{(1+i)^n}$$

**TIR:** nos dio a conocer la Tasa de interés por medio de la fórmula;

$$TIR = im + (iM - im) * \left[ \frac{VAN.im}{VAN.im - VAN.iM} \right]$$

**R B/C:** donde obtuvimos el estado de rentabilidad con la fórmula aplicada;

$$B \& C = \frac{\frac{\sum ingresos}{(1+i)^n}}{\frac{\sum egresos}{(1+i)^n}}$$

**PRC:** Cuando la sumatoria del Flujo neto es igual a la Inversión, su fórmula es;

$$PRC = \frac{I}{\bar{X}.fa}$$

A través de los análisis realizados con anterioridad, podremos determinar si es factible o no la práctica de nuestro proyecto.

---

## Análisis de marketing

Este análisis está enfocado a establecer una misión y visión, que servirán como base para identificar la razón social de la empresa y el propósito dentro del mercado, enfocado a la satisfacción del cliente y al progreso económico del negocio. Además se analizar las famosas cuatro Ps:

- PRODUCTO,
- PRECIO,
- PLAZA
- y PROMOCIÓN;

Con la finalidad de satisfacer las expectativas del cliente, para: ***Establecer precios y elegir las técnicas de promoción y distribución más adecuadas.***

## ANÁLISIS TÉCNICO

En el análisis técnico se analizará la localización:

**Localización:** La **macro localización** que es el entorno generalizado en donde va estar ubicado el proyecto buscando información en libros e internet acerca del sector donde va a estar localizado y la **micro localización** que es el lugar exacto y detallado donde van estar ubicadas las instalaciones y donde va a operar la empresa, aquí habrá que trasladarse a la parroquia el arenal

**Diseño:** El diseño del proyecto consta de dos partes: **Diseño arquitectónico** todo lo referente a infraestructura e instrumentos para poner en marcha el proyecto es decir un plano del sector para lo cual se necesitara la ayuda de un arquitecto y el **Diseño operativo** que es toda la parte administrativa con la que operaria la empresa

**Tamaño:** En el tamaño del proyecto se calculará la capacidad instalada, capacidad utilizada y capacidad operativa

**Costeo:** tiene que ver con los activos fijos que es el valor de todos los implementos que se necesita en el proyecto, capital de trabajo, gastos generales, costos de operación

---

## ANALISIS LEGAL

Para la parte legal se necesita la ayuda de un abogado, se tiene que registrar la empresa en el registro mercantil. El nombre de la empresa tiene que registrarse en el I.E.P.,I (Instituto ecuatoriano de propiedad intelectual), además de registrarse en al ministerio de turismo

Los permisos para operar se tiene que tramitar: cámara provincial de turismo, impuesto de patente municipal, bomberos, letreros, Itur (información turística), permiso de funcionamiento, SRI (servicio de rentas internas) RUC (registro único del contribuyente)

Desde este punto de vista el proyecto es accesible y no tendría ningún problema para su funcionamiento

Para el primer objetivo específico que es **Realizar un diagnostico turístico del cantón puyango para establecer los sectores más visitados por los viajeros** se elabora una lista de los principales atractivos turísticos del cantón para analizar su aceptación en los turistas y en la población

Para el segundo objetivo específico que es **Proponer un manejo organizativo de la empresa para un buen funcionamiento técnico interno.** Para esto se necesita elaborar un organigrama estructural, de los departamentos y oficinas que van a existir y un organigrama funcional, especificando las tareas que están obligados a cumplir cada uno de los empleados

En el manual de funciones constara: el puesto, departamento a quien pertenece, departamento a quien reporta, objetivo del puesto, funciones y perfil

Para el último objetivo específico que es **Socializar la investigación a los entes involucrados mediante la difusión de resultados para determinar la aceptación del mismo** realizare una petición al municipio para en uno de sus salones exponer los resultados de la investigación ante las personas y autoridades encargadas de evaluar el proyecto

---

## REVISIÓN DE LITERATURA

### CAPÍTULO I

Proyectos

Tipos de proyectos

### CAPITULO II

#### ANTECEDENTES DEL CANTÓN PUYANGO

Fundación

Ubicación geográfica.

División política.

Flora.

Fauna.

El turismo en puyango

Transporte.

Lugares turísticos

Alojamiento

### CAPITULO III

#### Deportes extremos

Canopy

---

## *PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.*

### **RECURSOS HUMANOS:**

- Un egresado de la carrera de Ingeniería en Administración Turística
- Docente a cargo del primer programa se asesoría para la graduación de ingenieros en administración turística.
- Habitantes del cantón Puyango
- Director del departamento de cultura del municipio de Puyango

### **RECURSOS MATERIALES:**

- Útiles de Oficina
- Cuaderno
- Hojas de papel
- Esferográfico
- Portaminas
- Borrador
- Carpetas
- Laptop

### **RECURSOS INSTITUCIONALES:**

- Ministerio de Turismo,
- Ilustre Municipio de puyango,
- Cámara Provincial de Turismo,
- Ministerio de Ambiente
- Canopi ayuma
- Canopi vidaventura

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS DEL PROYECTO TESIS.

**CUADRO N°52 PRESUPUESTO**

Ingresos		PRESUPUESTO gastos	
fondos propios	\$ 1.475,00	Material bibliográfico	30,00
		Internet	30,00
		Materiales de oficina	80,00
		Elaboracion del proyecto	80,00
		Levantamiento del Borrador y Tesis final	100,00
		Derechos y aranceles universitarios	30,00
		Movilizacion, Transporte y Manutencion	100,00
		Empastado	30,00
		Apoyo Logistico	45,00
		Imprevistos	50,00
		Movilizacion, del director/a de tesis	100,00
		Recurso humano	200,00
		tutoria UNL	600,00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$ 1.475,00</b>	<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>1475,00</b>

\$1475.00 dólares americanos, se necesitara para llevar a cabo el proyecto de investigación, monto que será financiado en su totalidad por la persona a cargo de la investigación

## CRONOGRAMA

**CUADRO N° 53 cronograma**

	marzo				abril					mayo				junio				julio					ags.
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1
Ejecucion marco teórico			■	■																			
Estudio de mercado																							
diagnósticos de Porter			■	■	■																		
Aplicación de encuestas					■	■	■	■															
Tabulación e interpretación de encuestas								■	■	■	■												
Análisis de mercado											■	■											
Estudio Técnico																							
Localización												■	■										
Definición de procesos													■	■									
Manejo de costos														■	■								
Análisis Económico - Financiero																							
medidas financieras																■	■	■	■				
Análisis Legal - Administrativo																			■	■			
Análisis ambiental																					■	■	
Conclusiones y Recomendaciones																						■	■
presentación de trabajo final																						■	■

---

## Anexo 2 Formato de Encuesta

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

La presente encuesta tiene como propósito fundamental recabar información acerca de las preferencias de los consumidores en el sector acerca de la implementación de una empresa de canopi, el uso de esta información será estrictamente de orden académico y garantizo la confidencialidad de la misma.

**Instrucción:** Señale con una x la alternativa que responda a la pregunta.

### ENCUESTA

1. ¿Qué edad tiene?

De 15 a 24	(    )
De 26 a 35	(    )
De 36 a 40	(    )
Mas de 40	(    )
  
2. ¿Cuánto gana mensualmente?

De 200 a 499	(    )
De 500 a 699	(    )
De 700 a 899	(    )
Mas de 900	(    )
  
3. ¿Quién influye al momento de decidir que comprar?

Esposa/so	(    )
Hijos	(    )
Padres	(    )
Amigos	(    )
Otros	(    )
  
4. ¿Qué actividad realiza en sus momentos de ocio?

Descansa en su hogar	(    )
Visita lugares turísticos	(    )
Realiza algún tipo de deporte	(    )
Otros	(    )
  
5. ¿ha realizado algún tipo de deporte extremo?

Si	(    )
No	(    )

---

6. ¿Con que frecuencia visita las aguas sulfurosas del arenal?

Una vez por semana ( )  
Tres veces al mes ( )  
Dos veces al mes ( )  
Una ves al mes ( )  
No lo conoce ( )

7. ¿Cuánto tiempo destina para su diversión?

Un día ( )  
Medio día ( )  
Dos horas ( )  
Otros ( )

8. ¿Le gustaría que existiese el servicio de canopy en el sector de las aguas sulfurosas del Arenal? (Canopy es deslizarse en cables por la copa de los árboles.)

Si ( )  
No ( )

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de canopy (5 cables de un promedio de 150m)?

Ocho  
Nueve  
Diez

10. ¿Utilizaría las instalaciones del canopy?

Si ( )  
No ( )

11. ¿Por que dejaría de utilizar las instalaciones del canopy?

Precios muy elevados ( )  
Por la monotonía ( )  
El acceso ( )  
Otros ( )

12. ¿Con quién utilizaría las instalaciones del canopy?

Amigos ( )  
Familia ( )  
Compañeros de trabajo ( )  
Compañeros de estudio ( )  
Otros. ( )

13. ¿cuánto no estaría dispuesto a pagar por el servicio de canopy?

Diez ( )  
Doce ( )  
Quince ( )

---

14. ¿Con qué frecuencia aria uso de las instalaciones del canopy?

Semanalmente ( )  
Cada quince días ( )  
Mensualmente ( )  
Otros ( )

15. ¿Qué expectativas tiene usted acerca del canopy?

Que exista mucha adrenalina ( )  
Que haya contacto con la naturaleza ( )  
Que los precios sean muy accesibles ( )

16. ¿Cómo le gustaría que fuese las instalaciones del canopy?

Rusticas ( )  
Modernas ( )  
Naturales ( )

17. Si no fuera al canopy ¿Qué otro lugar visitaría?

Bosque Petrificado de Puyango ( )  
Piscinas naturales de Pindal. ( )  
Recorrido por el Cantón. ( )  
Otros ( )

18. ¿Cómo realiza sus compras turísticas?

Operadoras turísticas ( )  
Por internet ( )  
Directamente ( )  
Otros ( )

19. Cómo le gustaría informarse de los servicios que presta el canopy?

Radio ( )  
Prensa ( )  
Televisión ( )  
Internet ( )  
Otros ( )

20. ¿Que días destina usted para su diversión?

Los fines de semana ( )  
Entre semana ( )

21. ¿Acudiría al canopy en los días laborables de la semana?

Si, en las mañanas ( )  
Si, en las tardes ( )  
No lo visitaría ( )

GRACIAS

## ANEXO 3 CERTIFICACIÓN DE LA SOCIALIZACIÓN



### **Gobierno Autónomo Descentralizado DEL CANTÓN PUYANGO**

Alamor - Loja - Ecuador

Web: [www.puyango.gov.ec](http://www.puyango.gov.ec)

Email: [gobiernolocalpuyango@gmail.com](mailto:gobiernolocalpuyango@gmail.com)

*Trabajemos juntos por el desarrollo de Puyango*

Alamor, 05 de Agosto del 2011.

Licenciada

Diana Nagua

**COORDINADORA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

Loja.-

*A petición verbal de parte interesada en forma legal.*

#### **CERTIFICO:**

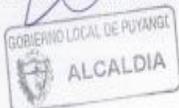
*Me es grato dirigir a Usted para expresarle un cordial saludo y el deseo sincero de que sus actividades cotidianas se desarrollen con el mayor de los éxitos.*

Que el Señor **LUIS EDUARDO ELIZALDE CORDOVA**, portador de la Cedula de Ciudadanía Nro. 070488977-3, EGRESADO de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja, realizo la socializó del proyecto denominado **"FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE CANOPI EN EL CANTÓN PUYANGO, PARROQUIA ARENAL"**; el día viernes 05 de Agosto del presente año, a las 11h30 en la sala de conferencias del hotel Rey Plaza de la ciudad de Alamor.

*Por su amable atención quedo muy agradecido.*

Atentamente

*Dr. Víctor Hugo Tinoco.*  
**ALCALDE DEL CANTON PUYANGO.**



---

#### Anexo 4



Fotografía N°: 19  
Titulo de la fotografia: socializacion alcalde Victor Hugo Tinoco  
Autor: Luis Elizalde

#### Anexo 5



Fotografía N°: 20  
Titulo de la fotografia: Socializacion fiscalizador de proyectos Israel Roman  
Autor: Luis Elizalde

---

## Anexo 6

Loja, 01 de Agosto del 2011.

Lic. Diana Nagua Suing Mg. Sc.

### **COORDINADORA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION TURISTICA.**

Por medio del presente quiero saludarle y desearle los mejores éxitos en la realización de las funciones a usted encomendadas. Así mismo le hago la siguiente invitación:

Que, por dar cumplimiento a uno de los objetivos del proyecto de tesis que estoy realizando **Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de canopy en el cantón Puyango, parroquia el Arenal** , me permito invitarle a la socialización de los resultados el día 05 de agosto del presente año en la sala de conferencias del hotel Rey Plaza de la ciudad de Alamor.

Seguro de contar con su importante presencia ; desde ya le antelo mis sentimientos de consideración y estima personal.

Atentamente,

.....

Luis Eduardo Elizalde Cordova

---

## Anexo 7

Loja, 01 de Agosto del 2011.

Dr. Victor Hugo Tinoco

### **ALCALDE DEL CANTON PUYANGO.**

Por medio del presente quiero saludarle y desearle los mejores éxitos en la realización de las funciones a usted encomendadas. Así mismo le hago la siguiente invitación:

Que, por dar cumplimiento a uno de los objetivos del proyecto de tesis que estoy realizando **Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de canopy en el cantón Puyango, parroquia el Arenal** , me permito invitarle a la socialización de los resultados el día 05 de agosto del presente año en la sala de conferencias del hotel Rey Plaza de la ciudad de Alamor.

Seguro de contar con su importante presencia ; desde ya le antelo mis sentimientos de consideración y estima personal.

Atentamente,

.....

Luis Eduardo Elizalde Cordova

---

## Anexo 8

Loja, 01 de Agosto del 2011.

Ing. Israel Roman

**FISCALIZADOR DE PROYECTOS DEL ILUSTRE MUNICIPIO DEL CANTON  
PUYANGO**

Por medio del presente quiero saludarle y desearle los mejores éxitos en la realización de las funciones a usted encomendadas. Así mismo le hago la siguiente invitación:

Que, por dar cumplimiento a uno de los objetivos del proyecto de tesis que estoy realizando **Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de canopy en el cantón Puyango, parroquia el Arenal** , me permito invitarle a la socialización de los resultados el día 05 de agosto del presente año en la sala de conferencias del hotel Rey Plaza de la ciudad de Alamor.

Seguro de contar con su importante presencia ; desde ya le antelo mis sentimientos de consideración y estima personal.

Atentamente,

.....

Luis Eduardo Elizalde Cordova

---

## Anexo 9

Loja, 01 de Agosto del 2011.

Ing. Rodrigo Culcay

### **DIRECTOR DE TESIS**

Por medio del presente quiero saludarle y desearle los mejores éxitos en la realización de las funciones a usted encomendadas. Así mismo le hago la siguiente invitación:

Que, por dar cumplimiento a uno de los objetivos del proyecto de tesis que estoy realizando **Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de canopy en el cantón Puyango, parroquia el Arenal**, me permito invitarle a la socialización de los resultados el día 05 de agosto del presente año en la sala de conferencias del hotel Rey Plaza de la ciudad de Alamor.

Seguro de contar con su importante presencia ; desde ya le antelo mis sentimientos de consideración y estima personal.

Atentamente,

.....

Luis Eduardo Elizalde Cordova

---

**Anexo 10**

**GOBIERNO LOCAL DE PUYANGO**

Alamor – Loja – Ecuador

.....

**FORMULARIO DE DECLARACIÓN DEL CAPITAL EN GIRO, PARA  
OBTENCIÓN DE LA PATENTE DE COMERCIO ANUAL DEL AÑO 2010**

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PROPIETARIO
RAZÓN SOCIAL O NOMBRE DEL NEGOCIO
NÚMERO DE CEDULA O RUC
DOMICILIO DEL CONTRIBUYENTE: CALLE N°
UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO: CALLE N°
TIPO DE ACTIVIDAD ECONÓMICA
MONTO DEL CAPITAL CON EL QUE OPERA EL ESTABLECIMIENTO
VALOR DE LA PATENTE ANUAL A PAGAR (reservado municipio)
FECHA DE INICIO DE LAS ACTIVIDADES
LLEVA O NO CONTABILIDAD EN EL NEGOCIO
OBSERVACIONES
FIRMA DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL

Atentamente,  
DIRECCIÓN FINANCIERA MUNICIPAL

## Anexo 11



### instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual - IEPI-

#### Solicitud a la Dirección de Patentes

#### (12) Datos de la solicitud

Patente de Invención	
Patente de Invención PCT en fase nacional	
Modelo de utilidad	
Diseño Industrial	

Número de trámite	
Fecha y hora de presentación	
Fecha de publicación	

#### (55) Título de la patente

--

#### (51) Clasificación internacional de patentes

--

#### (73) Solicitantes

Nombres	Nacionalidad	País--Ciudad	Dirección

#### (74) Inventores / Diseñadores

Nombres	Nacionalidad	País - ciudad	Dirección

#### Invención referente a procedimiento biológico

Lugar de depósito	Fecha

#### (31) Declaraciones de prioridad

País	Número	Fecha

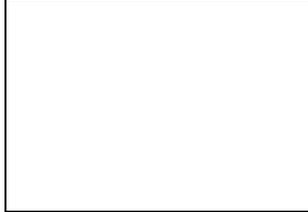
#### (75) Representante legal (R) o apoderado (A)

Notificar a:		
Casillero IEPI	Casillero Judicial	Dirección:

---

**(58) Resumen**

**Gráfico (Imagen en formato jpg)**



**Documentos que se acompañan a la solicitud**

Comprobante ingreso N°.

Comprobante tasa N°.

N°. hojas memoria

N°. reivindicaciones

N°. dibujos

Cesión

Poder

Copia prioridad

Otros documentos

**Observaciones**

<b>FIRMA DEL SOLICITANTE</b>	<b>FIRMA DEL ABOGADO</b>
<hr/>	<hr/>

## Anexo 12

### SOLICITUD PAGO TASA TITULO



 <p style="text-align: center;"><b>República del Ecuador</b> <b>Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual -IEPI-</b> <b>Unidad de Gestión de Signos Distintivos</b></p>	<p><b>* Fe de presentación</b></p>		
<p>A: Director Nacional de Propiedad Industrial. Adjunto pago por concepto de tasa oficial para obtención de título de registro:</p>			
<p><b>Denominación:</b></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"> <p><b>Marca de Producto</b> ( ) ( )</p> <p><b>Lema Comercial</b> ( ) ( )</p> <p><b>Denominación de Origen</b> ( )</p> <p><b>Marca de Certificación</b> ( )</p> </td> <td style="width: 50%; border: none;"> <p><b>Marca de Servicios</b></p> <p><b>Nombre Comercial</b></p> <p><b>Apariencia Distintiva</b> ( )</p> <p><b>Marca Colectiva</b> ( )</p> </td> </tr> </table> <p><b>Trámite No.:</b></p> <p><b>Publicado en la Gaceta:</b></p> <p><b>Solicitante:</b></p> <p><b>Resolución No.:</b></p> <p><b>Fecha Resolución:</b></p> <p><b>Concedido por:</b></p> <p><b>Dirección Nacional de Propiedad Industrial / Unidad de Signos Distintivos</b> ( )</p> <p><b>Comité de Propiedad Intelectual, Industrial, Obtenciones Vegetales</b> ( )</p>		<p><b>Marca de Producto</b> ( ) ( )</p> <p><b>Lema Comercial</b> ( ) ( )</p> <p><b>Denominación de Origen</b> ( )</p> <p><b>Marca de Certificación</b> ( )</p>	<p><b>Marca de Servicios</b></p> <p><b>Nombre Comercial</b></p> <p><b>Apariencia Distintiva</b> ( )</p> <p><b>Marca Colectiva</b> ( )</p>
<p><b>Marca de Producto</b> ( ) ( )</p> <p><b>Lema Comercial</b> ( ) ( )</p> <p><b>Denominación de Origen</b> ( )</p> <p><b>Marca de Certificación</b> ( )</p>	<p><b>Marca de Servicios</b></p> <p><b>Nombre Comercial</b></p> <p><b>Apariencia Distintiva</b> ( )</p> <p><b>Marca Colectiva</b> ( )</p>		
<p>Recaudos anexos:</p> <p>[ ] Comprobante pago N°:</p>	<p>_____</p> <p>Firma petionario</p> <p>Casillero IEPI : Casillero judicial : Estudio jurídico : Teléfonos :</p>		
	<p>Correo electrónico:</p>		

Favor llenar el presente formulario a máquina o con letra legible.

---

## ANEXO 13

### CONTRATO DE COMODATO

En la ciudad de \_\_\_\_\_, a los \_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_, entre el Sr. \_\_\_\_\_ (tipo y N° de documento), domiciliado en \_\_\_\_\_, en adelante EL COMODANTE y el Sr. \_\_\_\_\_ (tipo y N° de documento), domiciliado en \_\_\_\_\_, en adelante EL COMODATARIO, convienen celebrar el presente contrato de comodato sujeto a las siguientes cláusulas:

PRIMERA: OBJETO. El comodante entrega en comodato al comodatario el inmueble de su propiedad sito en \_\_\_\_\_, en buen estado de uso y conservación que el comodatario declara conocer y aceptar. El inmueble únicamente podrá ser destinado por el comodatario para uso \_\_\_\_\_ no pudiendo afectarlo a ningún otro uso. El comodante podrá inspeccionar el inmueble a fin de constatar su estado y uso en cualquier tiempo y oportunidad.

SEGUNDA: PLAZO. Este comodato tendrá una vigencia de \_\_\_\_\_ contados a partir de la fecha del presente.

TERCERA: GASTOS. Son a cargo del comodatario los gastos de luz, gas, y teléfono (especificar otros si hay) durante todo el tiempo que dure el comodato y hasta la efectiva restitución del inmueble al comodatario. Realizados los pagos de los gastos indicados precedentemente, el comodatario deberá entregar al comodante los recibos correspondientes para su fiscalización y archivo.

CUARTA: INCUMPLIMIENTO. En caso que el comodatario no cumpliera con cualquiera de las obligaciones asumidas en este contrato, quedará constituido en mora en forma automática sin necesidad de interpelación judicial o extrajudicial alguna y el comodante podrá requerir la inmediata restitución del bien inmueble, sin perjuicio de su derecho de accionar por daños y perjuicios y de que comenzará a correr la multa estipulada en la cláusula que sigue hasta la efectiva restitución del inmueble al comodante.

QUINTA: MULTA POR FALTA DE RESTITUCION. Al vencimiento del plazo del contrato el comodatario deberá restituir al comodante el inmueble. Caso contrario, quedará constituido en mora automáticamente, sin necesidad de interpelación judicial o extrajudicial alguna y se hará pasible de una multa (diaria, mensual, etc.) de \$ \_\_\_\_\_ (pesos \_\_\_\_\_), la que será exigible por vía ejecutiva.

SEXTA: PROHIBICION DE CESION. Este contrato no puede ser cedido por el comodatario a terceras personas.

---

SEPTIMA: DOMICILIOS. El comodante y el comodatario constituyen domicilios en los indicados en este contrato para todos los efectos judiciales y extrajudiciales derivados del mismo. Ambas partes acuerdan en someterse a la competencia ordinaria de los Tribunales de \_\_\_\_\_ para todos los efectos judiciales derivados del presente contrato.

En prueba de conformidad, se firman dos ejemplares de un mismo tenor.

## Anexo 14: rol de pagos

### ROL DE PAGOS 2011

Cuadro N° 54. – rol de pago 2011

N°	Nombres/A	Cargo	H. E	S. B	S. H. E.	Ingresos	F. R	Vac.	XIV	XIII	Tot. Ing.	I anuales
1	XXX	Gerente/ contador		541,00		541,00	0	0	22,00	47,90	610,90	7330,8
2	YYY.	Guía		282,60		282,60	0	0	22,00	23,55	328,15	3.937,80
3	WWW	Guía		282,60		282,60	0	0	22,00	23,55	328,15	3.937,80
Total											1764,1	15206,4

### ROL DE PAGOS 2012

Cuadro N° 55. – rol de pago 2012

N°	Nombres/A	Cargo	H. E	S. B	S. H. E.	Ingresos	F. R	Vac.	XIV	XIII	Tot. Ing.	anuales
1	XXX	Gerente/contador		559,62		559,62	46,62	23,32	22,73	46,64	697,79	8373,48
2	YYY.	Guía		292,01		292,01	24,32	12,17	22,73	24,33	378,61	4543,32
3	WWW	Guía		292,01		292,01	24,32	12,17	22,73	24,33	378,61	4543,32
Total											1916,7	17.460,12

### PROYECCIÓN GENERAL DE SUELDOS

Cuadro N° 56. – Proyección general de sueldos.

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
15206,40	17.460,12	18.036,30	18.636,91	19.257,52	19.898,80	20.561,43	21.246,12	21.953,62	22.684,67

**ANEXO 16 Cuadros y Figuras de encuesta**

**Cuadro N° 57. – Pregunta # 1**

Variable	Frecuencia	%
De 15 a 24 años	172	46
De 25 a 35 años	142	38
De 36 a 40 años	60	16
Mas de 40 años	0	0
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuestas  
Elaboración: Luis Elizalde

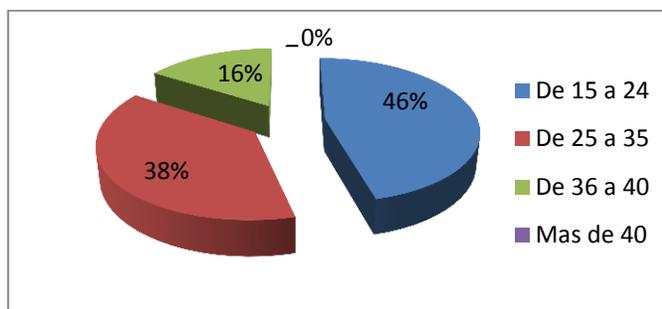


Gráfico N°: 17  
Titulo del Gráfico: resultado de encuestas  
Autor: Luis Eduardo Elizalde

**Cuadro N° 58. – Pregunta # 2**

Variable	Frecuencia	%
De 200 a 499 dólares	232	62
De 500 a 699 dólares	120	32
De 700 a 899 dólares	15	4
mas de 900 dólares	7	2
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuestas  
Elaboración: Luis Elizalde

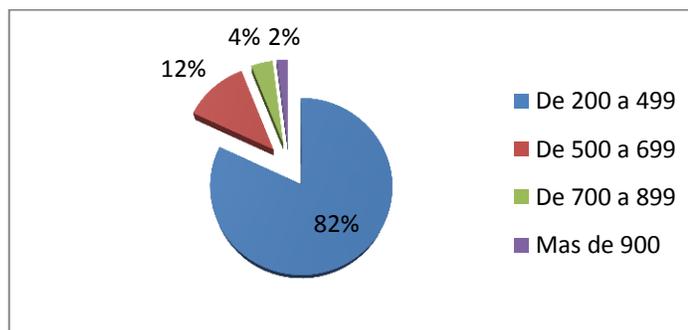


Gráfico N°: 18  
 Título del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

**Cuadro N° 59. – Pregunta # 3**

Variable	Frecuencia	%
esposa/o	105	28
hijos	97	26
Padres	67	18
Amigos	37	10
otros	67	18
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuestas  
 Elaboración: Luis Elizalde

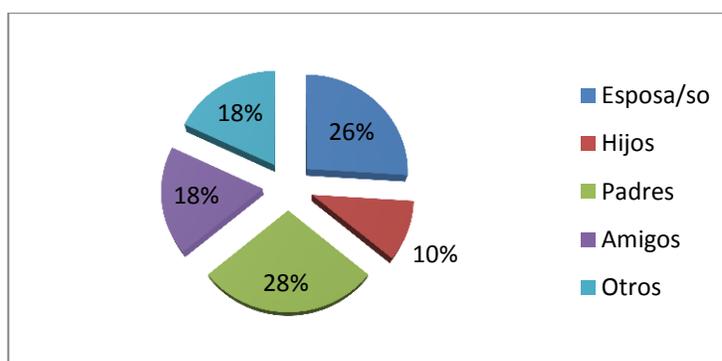


Gráfico N°: 19  
 Título del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

**Cuadro N° 60. – pregunta # 4**

Variable	Frecuencia	%
Descansa en su hogar	112	30
visita lugares turísticos	90	24
realiza deporte	150	40
otros	22	6
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuestas  
 Elaboración: Luis Elizalde

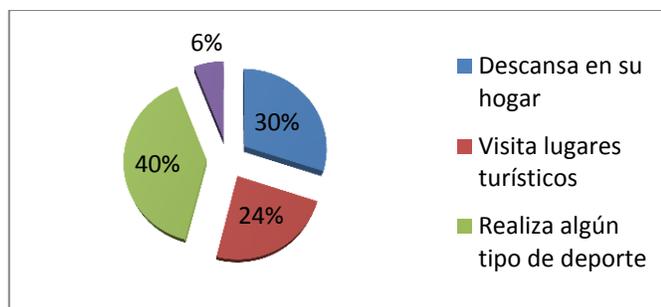


Gráfico N°: 20  
 Título del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

**Cuadro N° 61. – pregunta # 5**

Variable	Frecuencia	%
si	105	28
no	269	72
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
 Elaboración: Luis Elizalde

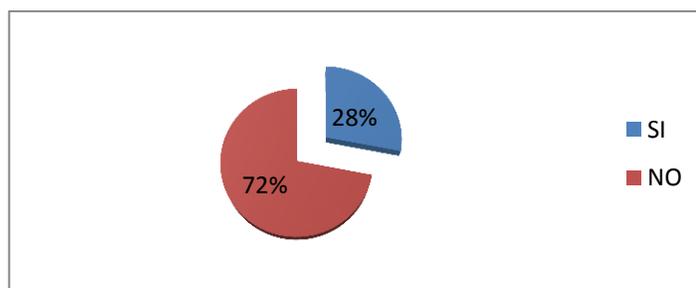


Gráfico N°: 21  
 Título del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

**Cuadro N° 62. – pregunta # 6**

Variable	Frecuencia	%
una vez por semana	7	2
tres veces al mes	0	0
dos veces al mes	30	8
una vez al mes	202	54
no lo conoce	135	36
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
 Elaboración: Luis Elizalde

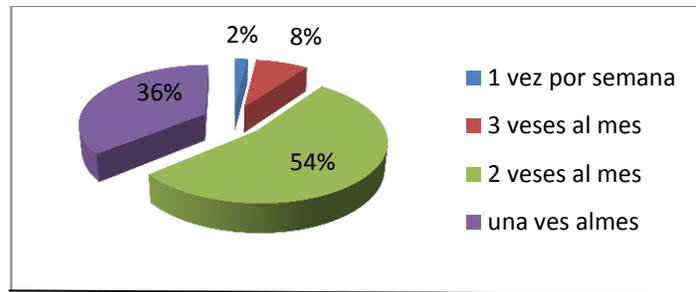


Gráfico N°:22  
 Título del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

**Cuadro N° 63. – pregunta # 7**

Variable	Frecuencia	%
un día	150	40
medio día	82	22
dos horas	127	34
otros	15	4
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
 Elaboración: Luis Elizalde

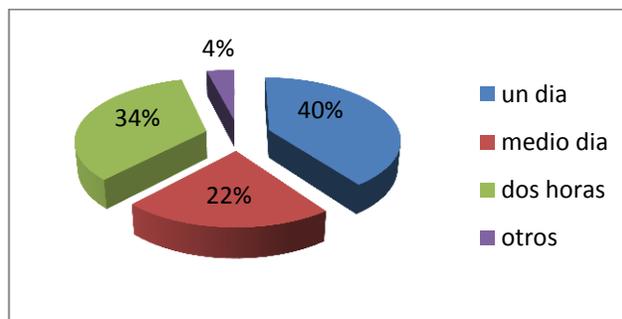


Gráfico N°: 23  
 Título del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

**Cuadro N° 64. – pregunta # 8**

Variable	Frecuencia	%
si	337	90
no	37	
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
 Elaboración: Luis Elizalde

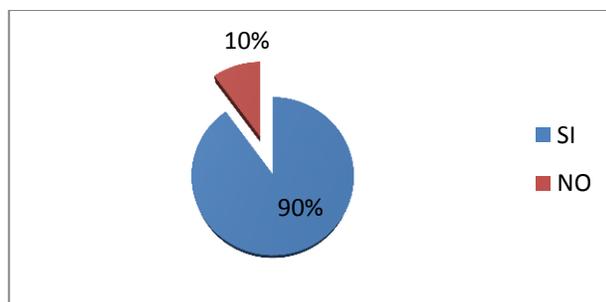


Gráfico N°: 24  
 Título del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

### Cuadro N° 65. – pregunta # 9

Variable	Frecuencia	%
ocho	344	92
nueve	30	8
diez	0	0
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
 Elaboración: Luis Elizalde

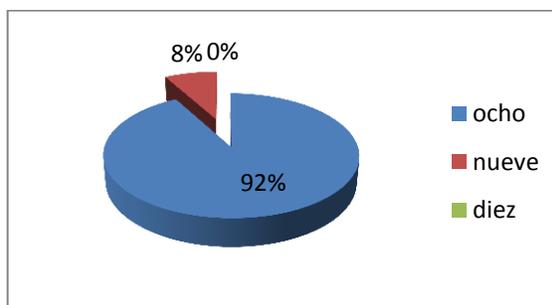


Gráfico N°: 25  
 Título del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

### Cuadro N° 66. – pregunta # 10

Variable	Frecuencia	%
si	374	100
no	0	0
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
 Elaboración: Luis Elizalde

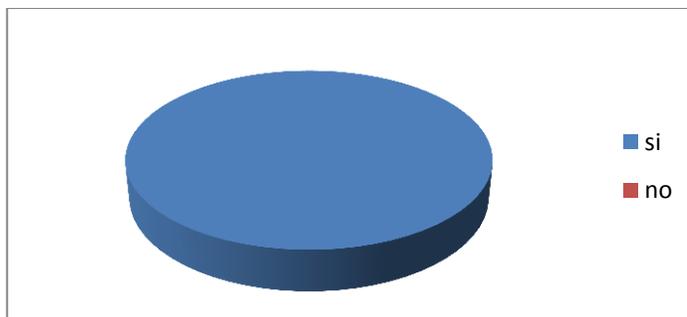


Gráfico N°: 26  
 Título del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

**Cuadro N° 67. – pregunta # 11**

Variable	Frecuencia	%
precios muy elevados	172	46
por la monotonía	75	20
el acceso	60	16
otros	67	18
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
 Elaboración: Luis Elizalde

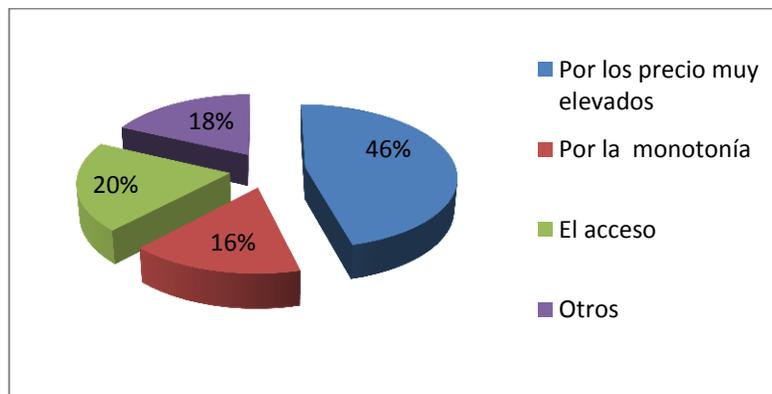


Gráfico N°: 27  
 Título del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

### Cuadro N° 68. – pregunta # 12

Variable	Frecuencia	%
amigos	247	66
familia	75	20
compañeros de trabajo	7	2
compañeros de estudio	7	2
otros	37	10
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
Elaboración: Luis Elizalde

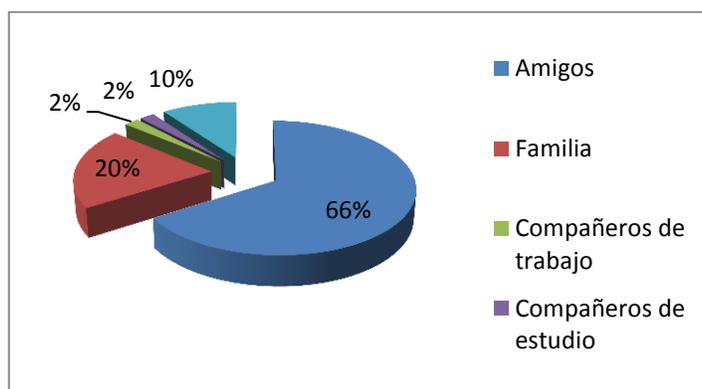


Gráfico N°: 28  
Titulo del Gráfico: resultado de encuestas  
Autor: Luis Eduardo Elizalde

9 ¿cuánto no estaría dispuesto a pagar por el servicio de canopy?

### Cuadro N° 69. – pregunta # 13

Variable	Frecuencia	%
diez	180	48
doce	15	4
quince	180	48
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
Elaboración: Luis Elizalde

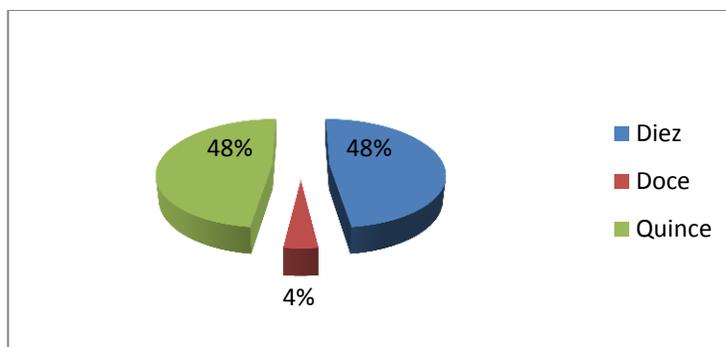


Gráfico N°: 29  
 Título del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

### Cuadro N° 70. – pregunta # 14

Variable	Frecuencia	%
Semanalmente	30	8
cada quince días	67	18
Mensualmente	209	56
Otros	67	18
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
 Elaboración: Luis Elizalde

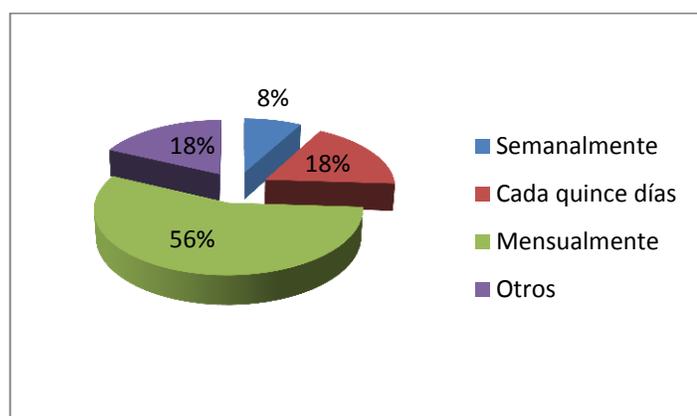


Gráfico N°: 30  
 Título del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

### Cuadro N° 71. – pregunta # 15

Variable	Frecuencia	%
mucha adrenalina	180	48
contacto con la naturaleza	150	40
precios accesibles	45	12
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
Elaboración: Luis Elizalde

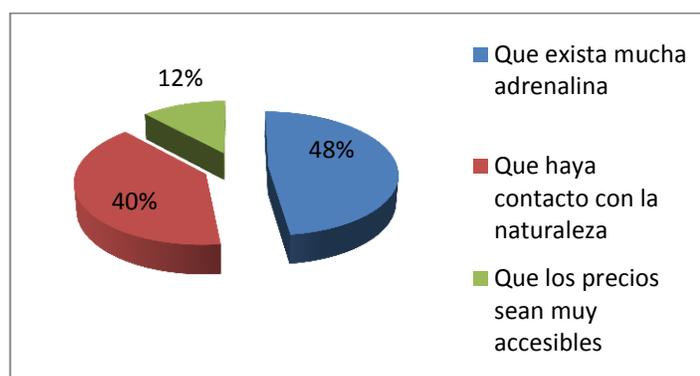


Gráfico N°: 31  
Titulo del Gráfico: resultado de encuestas  
Autor: Luis Eduardo Elizalde

10 ¿Cómo le gustaría que fuese las instalaciones del canopy?

### Cuadro N° 72. – pregunta # 16

Variable	Frecuencia	%
rustica	97	26
modernas	22	6
naturales	254	68
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
Elaboración: Luis Elizalde

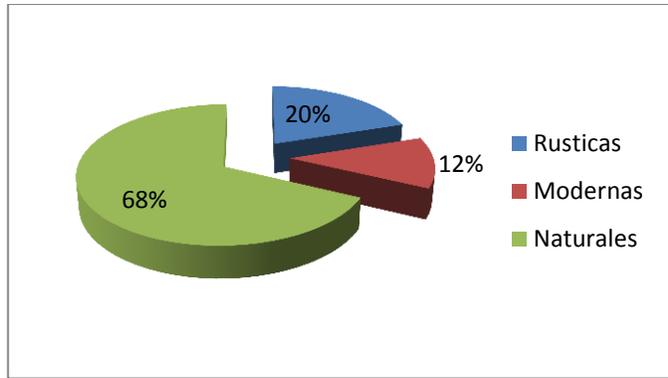


Gráfico N°: 32  
 Titulo del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

**Cuadro N° 73. – pregunta # 17**

Variable	Frecuencia	%
bosque petrificado puyango	165	44
piscinas naturales de Pindal	142	38
recorrido por el Cantón	22	6
Otros	45	12
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
 Elaboración: Luis Elizalde

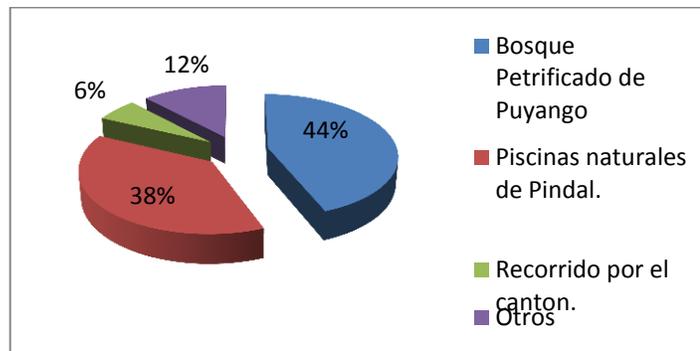


Gráfico N°: 33  
 Titulo del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

### Cuadro N° 74. – pregunta # 18

Variable	Frecuencia	%
operadoras turísticas	22	6
por internet	0	0
directamente	307	82
otros	45	12
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
Elaboración: Luis Elizalde

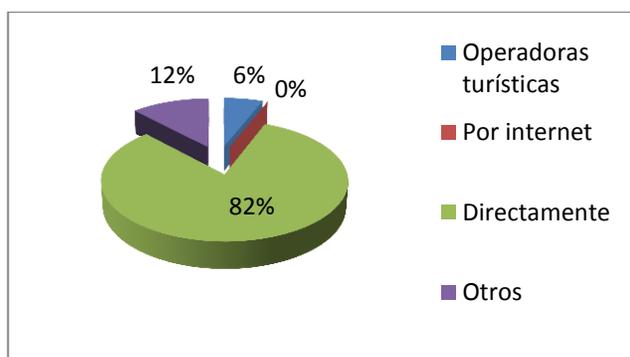


Gráfico N°: 34  
Título del Gráfico: resultado de encuestas  
Autor: Luis Eduardo Elizalde

### Cuadro N° 75. – pregunta # 19

Variable	Frecuencia	%
radio	150	40
prensa	7	2
televisión	67	18
Internet	112	30
otros	37	10
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
Elaboración: Luis Elizalde

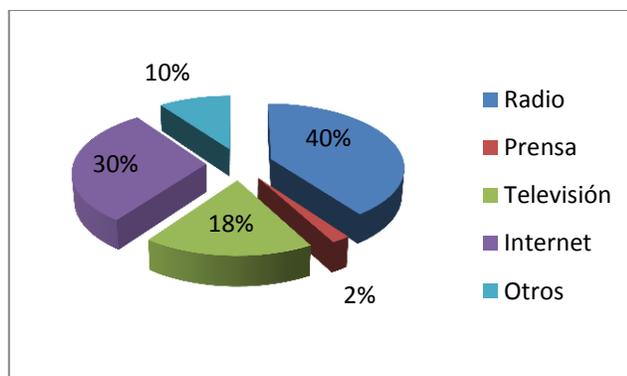


Gráfico N°: 35  
 Título del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

### Cuadro N° 76. – pregunta # 20

Variable	Frecuencia	%
Los fines de semana	359	96
Entre semana	15	4
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
 Elaboración: Luis Elizalde

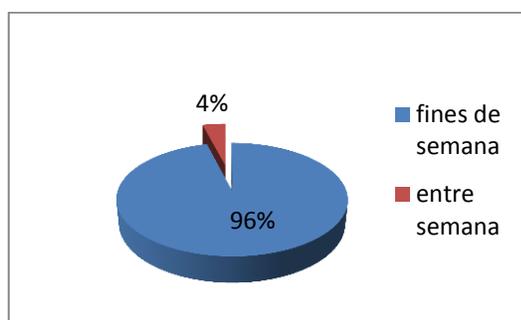


Gráfico N°: 36  
 Título del Gráfico: resultado de encuestas  
 Autor: Luis Eduardo Elizalde

### Cuadro N° 77. – pregunta # 21

Variable	Frecuencia	%
Si, en las mañanas	37	10
Si, en las tardes	127	34
no lo visitaría	209	56
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>

Fuente: encuesta  
 Elaboración: Luis Elizalde

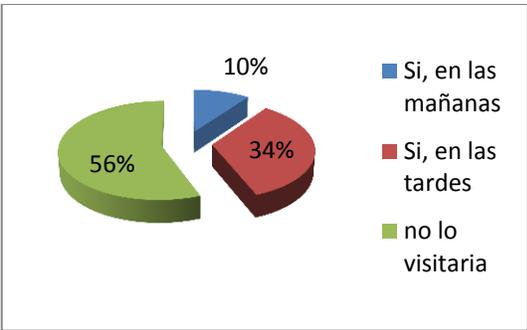


Gráfico N°: 37  
Titulo del Gráfico: resultado de encuestas  
Autor: Luis Eduardo Elizalde

## ANEXO 17

### EMPRESA DE VIVIENDA SOCIAL PROVIVIR

PROYECTO:IMPLEMENTACIÓN DE CANOPING EN EL CENTRO TURSTICO "AGUAS SULFUROSAS".

UBICACIÓN:PARROQUIA ARENAL, CANTÓN PUYANGO, PROVINCIA DE LOJA

FECHA:JUNIO 2011

#### PRESUPUESTO REFERENCIAL VIVIENDA POPULAR

RUBRO No.	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
	<b>OBRAS PRELIMINARES</b>				<b>3,65</b>
1	REPLANTEO PARA OBRAS DE CONSTRUCCIÓN	M2	5,000	0,73	3,65
	<b>CIMENTACIÓN INFERIOR, HORMIGONES, MAMPOSTERÍA</b>				<b>19.057,37</b>
2	EXCAVACIÓN MANUAL PARA CIMIENTO	M3	10,000	7,30	73,00
3	HORMIGÓN SIMPLE EN COLUMNAS f'c=210 kg/cm2 + ENCOFRADO	M3	1,950	150,97	294,39
4	HORMIGÓN SIMPLE f'c=210 kg/cm2 (anclajes)	M3	10,000	129,13	1.291,30
5	CABLE DE ACERO D= 3/4"	ML	750,590	23,18	17.398,68
	<b>ACERO DE REFUERZO</b>				<b>158,4</b>
6	ACERO DE REFUERZO EN BARRAS fy=4.200 kg/cm2	Kg	90,000	1,76	158,40
<b>Subtotal</b>					<b>19.219,42</b>
<b>IVA 12%</b>					<b>2.306,33</b>
<b>Total</b>					<b>21.525,75</b>

---

## **ANEXO 18 Organización Legal.**

Para conseguir la constitución legal en la Superintendencia de Compañías se necesita la siguiente documentación:

- Apertura cuenta de Integración de Capital
- Celebrar la Escritura Pública
- Solicitar la aprobación de las Escrituras de Constitución
- Obtener la resolución de aprobación de las Escrituras
- Cumplir con las disposiciones de la Resolución
- Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil
- Elaborar nombramientos de la directiva de la Compañía
- Inscribir nombramientos en el Registro Mercantil
- Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías
- Obtener el RUC
- Retirar la cuenta de Integración de Capital
- Aperturar una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía
- Obtener permiso para imprimir Facturas

### **Registro mercantil.**

Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil, para lo cual se requiere la siguiente documentación:

- Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.
- Patente municipal.
- Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.
- Publicación del extracto.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.
- Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente).

---

Seguidamente se deberá inscribir los nombramientos en el registro mercantil para lo cual se necesita la siguiente documentación:

- Tres copias de cada Nombramiento.
- Copia de las Escrituras de Constitución.
- Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente.
- Culminando con este trámite se tendrá que reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía para lo cual se hará con la siguiente documentación:
  - Formulario RUC 01A.
  - Formulario RUC 01B.
  - Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
  - Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente.
  - Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
  - Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía.
  - Publicación del extracto.
  - Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.

### **R.U.C.**

Para obtener el R.U.C. se necesita la siguiente documentación:

- Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
- Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.

- 
- Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
  - Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
  - Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
  - Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
  - Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
  - Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.

Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

## **Escrituras públicas de propiedad**

### **Constitución Compañía De Responsabilidad Limitada.**

Según el Art. 93 reformado, de la Ley de Compañías «La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras - Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación adjetiva, será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

---

Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como «comercial. Industrial», «agrícola, «constructora», etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil. El mínimo de socios es dos y el máximo quince.

Los cónyuges entre si no pueden comparecer juntos a la constitución de una compañía de responsabilidad limitada.

El capital suscrito de la compañía no podrá ser menor de cuatrocientos dólares, y deberá estar pagado al momento de otorgarse la escritura de constitución, por lo menos el cincuenta por ciento y. El saldo en el plazo de un año.

### **MINUTA PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA LIMITADA**

En la minuta constaran todos los reglamentos al que se regirá la compañía y los socios que la conforman

Antes de elevar a escritura pública la minuta que contiene el contrato de constitución de la compañía, es conveniente, enviarla a la Intendencia de Compañías, para su revisión y visto bueno. Con ello, estamos asegurando, en cierta forma, la conformidad de la Intendencia para la aprobación de la escritura pública; incluida la que se refiere a la razón social de la compañía a constituirse.

### **Registros, Permisos de Funcionamiento y Patentes**

En la actualidad el Ministerio de Turismo no cuenta con un reglamento que controle a los establecimientos que brindan el servicio de la práctica de deportes extremos, es por esto que los únicos requisitos que se utiliza para poner en funcionamiento un canopy son: Patente municipal, la cual otorga el Ilustre Municipio del Cantón Puyango.

**ANEXO 19 fichas de atractivos**

<b>FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS</b>	
<b>1. DATOS GENERALES</b>	
ENCUESTADOR: Luis Elizalde	FICHA No: 001
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Rodrigo Culcay	FECHA :24 de Septiembre 2011
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bosque Petrificado de Puyango	
PROPIETARIO: Público	
CATEGORÍA: Sitio Natural	TIPO: Bosque
	SUBTIPO: Petrificado
<b>2. UBICACIÓN</b>	
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Loja
CALLE: Vía a Puyango Viejo	LOCALIDAD: Puyango Viejo
	NÚMERO:.....
	TRANSVERSAL:.....
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
NOMBRE DEL POBLADO: Puyango viejo	DISTANCIA(km): 5 Km
NOMBRE DEL POBLADO:.....	DISTANCIA (Km):.....
<b>C A L O R  I N D I C E C O</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>
	ALTURA (m.s.n.m.): 750 a 1320
	TEMPERATURA (°C): 22°c.
	PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA .....
	El Bosque Petrificado de Puyango, mundialmente conocido como yacimiento de fósiles marinos y madera petrificada, es un verdadero atractivo turístico, únicamente comparable con las islas Galápagos y el Oriente ecuatoriano por su gran importancia.
	Grandes árboles petrificados reposan en el camino, y en sus cortezas si se observan aun se puede apreciar las huellas de las hojas y pequeños moluscos. En el lugar existe un museo que guarda, aunque con algo de desorden piezas fosilizadas de animales, frutas, peces, insectos y moluscos.
	La petrificación es el resultado de un proceso llamado fosilización en el que interviene la silicificación o carbonización, se da cuando el material a sido cubierto por el sedimento volcánico antes de que haya entrado en proceso de putrefacción, en el momento que el material volcánico penetra en la fibra orgánica del árbol este se convierte en roca a través de un lento proceso.

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R  E X T R I N S E C O</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b>			<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>							
		<p>Este recurso se lo utiliza fines turísticos a través de senderismos, observación de aves, observación de flora, bosque seco, bosque petrificado y ríos.</p> <p>En cuanto a lo investigativo para tratar de descifrar los orígenes del hombre ya que este recurso representa una puerta abierta para esta actividad.</p> <p>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>			<p>ALTERADO ( x )      NO ALTERADO ( )</p> <p>DETERIORADO ( )      CONSERVADO ( x )      EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>CAUSAS: - se han realizado senderos</p> <p style="padding-left: 40px;">- Se trata de conservar en lo posible el recurso</p> <p><b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p>Nombre: _____</p> <p>Fecha de Declaración: _____</p> <p>Categoría:      Patrimonio de la Humanidad                          Patrimonio del Ecuador</p> <p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO ( x )      NO ALTERADO ( )</p> <p>ETERIORADO ( x )      CONSERVADO ( )      EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>CAUSAS: Rio Puyango contaminado.</p>							
<b>A P O Y O</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>											
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
	TERRESTRE	ASFALTADO		x		BUS					365	
		LASTRADO				AUTOMOVIL	X				DIAS AL MES	
		EMPEDRADO				4X4					Culturales:	30 días
		SENDERO				TREN					Naturales:	
	ACUÁTICO	MARITIMO				BARCO					HORAS AL DIA	
						BOTE					Culturales:	Día Inicio:
		FLUVIAL				CANOA					Día Fin:	
AEREO					OTROS					Culturales:		
					AVION					Día Fin:		
					AVIONETA					Naturales:	9 horas	
Observaciones:												

A P O Y O	<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>								
	<b>AGUA</b>								
	POTABLE	( )	ENTUBADA	( x )	TRATADA	( )	DE POZO	NO EXISTE	OTROS
	<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>								
	SISTEMA INTERCONECTADO	( x )	GENERADOR	( )	NO EXISTE	OTROS			
	<b>ALCANTARILLADO</b>								
RED PÚBLICA	( x )	POZO CIEGO	( )	POZO SEPTICO	( )	NO EXISTE	OTROS		
<b>PRECIO</b>									
SI	( x )	NO	( )	ENTRADA LIBRE	( )	OTROS			
Observación : _____									
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>									
NOMBRE				DISTANCIA					
Piscinas naturales de la Zota				2 kilómetros					
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>				Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos  _____ <b>FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR</b>					
LOCAL	( )	NACIONAL	( )						
PROVINCIAL	( )	INTERNACIONAL	( x )						
Otros:									

<b>1. DATOS GENERALES</b>		
ENCUESTADOR: Luis Elizalde	FICHA No: 002	
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Rodrigo Culcay	FECHA : 26 de Septiembre 2011	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Balneario de Cochurco		
PROPIETARIO: Publico		
CATEGORÍA: Sitio Natural	TIPO: lacustre	SUBTIPO: Balneario
<b>2. UBICACIÓN</b>		
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Puyango	LOCALIDAD: Cochurco
CALLE: Vía al Bosque Petrificado	NÚMERO:.....	TRANSVERSAL:.....
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
NOMBRE DEL POBLADO: Alamor	DISTANCIA(km): 27 Km	
NOMBRE DEL POBLADO:.....	DISTANCIA (Km):.....	
<b>C A L I D A D</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
	<b>V A L O R  I N T R I N S E C O</b>	<p>ALTURA (m.s.n.m.): 730                      TEMPERATURA (°C): 22°C.                      PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm<sup>3</sup>):.....</p> <p>Encontramos reservorios de aguas termales mas visitados del cantón Puyango, especialmente en época de carnaval y feriados que son días donde la gente sale en busca de diversión y relajamiento.</p> <p>La fresca, pura y cristalina agua que recorre el lugar es una invitación explícita para sumergirse en ella y dejarse llevar [por el encanto y tibieza que solo aquí podrá encontrar.</p>

<b>C A L I F I C A D O</b>	<b>V A L O R  E X T R I N S E C O</b>	<p><b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Turística: Pesca deportiva, aguas termales, observación de flora y fauna</li> </ul> <p>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>	<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO ( )      NO ALTERADO ( x )</p> <p>DETERIORADO ( )      CONSERVADO ( x )      EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>CAUSAS:</p> <p><b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b>  <b>Nombre:</b> _____  <b>Fecha de Declaración:</b> _____  <b>Categoría:</b>      Patrimonio de la Humanidad                                      Patrimonio del Ecuador</p> <p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO ( )      NO ALTERADO ( X )      EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>DETERIORADO ( )      CONSERVADO ( x )</p> <p>CAUSAS:</p>								
<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>											
<b>A P O Y O</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			<b>B</b>	<b>R</b>	<b>M</b>		<b>DIARIA</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>EVENTUAL</b>	<b>DIAS AL AÑO</b>
	TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	x				365
		LASTRADO				AUTOMOVIL	x				
		EMPEDRADO				4X4					DIAS AL MES
		SENDERO				TREN					Culturales: :
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Naturales: :
						BOTE					30 días
		FLUVIAL				CANOA					HORAS AL DIA
	AEREO					AVION					Culturales: Día Inicio: 6. 00 AM
					AVIONETA					Día Fin: 19:00 PM	
					HELICOPTEROS					Naturales: 8 horas	
Observaciones:											

<b>A P O Y O</b>	<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>								
	<b>AGUA</b>								
	POTABLE	( )	ENTUBADA	( x )	TRATADA	( )	DE POZO	NO EXISTE	OTROS
	<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>								
	SISTEMA INTERCONECTADO		( x )	GENERADOR		( )	NO EXISTE		OTROS
	<b>ALCANTARILLADO</b>								
RED PÚBLICA	( x )	POZO CIEGO	( )	POZO SEPTICO	( )	NO EXISTE		OTROS	
<b>PRECIO</b>									
SI	( )	NO		( x )	ENTRADA LIBRE		( )	OTROS	
Observación : _____									
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>									
NOMBRES				DISTANCIA					
Quebrada de la Zota				17 Kilómetros					
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>				Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos					
LOCAL	( x )	NACIONAL	( )	_____ FIRMA: <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b>					
PROVINCIAL	( )	INTERNACIONAL	( )						
Otros:									

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
ENCUESTADOR: Luis Elizalde	FICHA No: 003
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Rodrigo Culcay	FECHA : 28 de Septiembre 2011
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Aguas Sulfurosas el Arenal	
PROPIETARIO: Publico	
CATEGORÍA: Sitio Natural	TIPO: Balneario      SUBTIPO: Medicinal
<b>2. UBICACIÓN</b>	
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Puyango      LOCALIDAD: El Papayo
CALLE: Vía al Arenal	NÚMERO:.....      TRANSVERSAL:.....
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
NOMBRE DEL POBLADO: Arenal	DISTANCIA(km): 10 Km
NOMBRE DEL POBLADO:.....	DISTANCIA (Km):.....
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R  I N T R I N S E C O</b>
	<p>ALTURA (m.s.n.m.): 820      TEMPERATURA (°C): 22°C.      PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm<sup>3</sup>):.....</p> <p>Los moradores del sector comentan que fue don Ángel Bustamante en el año de 1963 quien acompañó al Rvdo. Carlos Vaca a una de sus quebradas para indicarle el sector donde se encontraban piedras de color blanquecino pegadas y mal olientes y es aquí cuando se descubre la existencias de la vertiente de las aguas sulfurosas. La actual administración del cantón Puyango a asignado el presupuesto respectivo para continuar con su adecuación y ofrecer al visitante una alternativa más a la gran gama que dispone el cantón en cuanto a turismo se refiere.</p> <p>Los que visitan el balneario afirman que untándose el barro en el cuerpo y lavándose el mismo con el agua sulfurosa, sanan enfermedades de los huesos, de la piel y especialmente el acné.</p>

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R  E X T R I N S E C O</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Turística: observación de flora y fauna</li> <li>• Senderos</li> <li>• Medicinal: para los huesos</li> <li>• Acné</li> <li>• Enfermedades de la piel</li> </ul>	<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b> ALTERADO ( ) NO ALTERADO (x) EN PROCESO DE DETERIORO ( ) DETERIORADO ( ) CONSERVADO (x) CAUSAS: el lugar se mantiene como en sus orígenes <b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> <b>Nombre:</b> _____ <b>Fecha de Declaración:</b> _____ <b>Categoría:</b> Patrimonio de la Humanidad Patrimonio del Ecuador
		ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> ALTERADO ( ) NO ALTERADO (X ) EN PROCESO DE DETERIORO ( ) DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x ) CAUSAS: bosques prístinos

<b>A P O Y O</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO		
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X					365	
		LASTRADO	X			AUTOMOVIL	X					DIAS AL MES	
		EMPEDRADO				4X4						Culturales: :	
		SENDERO				TREN						Naturales: 30 días	
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO						HORAS AL DIA	
						BOTE						Culturales: Día Inicio: 6. 00 AM	
		FLUVIAL				CANOA						Día Fin: 19:00 PM	
AEREO					OTROS						Naturales: 8 horas		
					AVION								
					AVIONETA								
					HELICOPTEROS								
Observaciones:													

A	<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>								
	<b>AGUA</b>								
	POTABLE	( )	ENTUBADA	( x )	TRATADA	( )	DE POZO	NO EXISTE	OTROS
P	<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>								
			SISTEMA INTERCONECTADO	( x )	GENERADOR	( )		NO EXISTE	OTROS
O	<b>ALCANTARILLADO</b>								
		RED PÚBLICA	( x )	POZO CIEGO	( )	POZO SEPTICO	( )	NO EXISTE	OTROS
Y	<b>PRECIO</b>								
		SI	( )	NO	( x )	ENTRADA LIBRE	( )		OTROS
	<b>Observación :</b> _____								
O	<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>								
	<b>NOMBRES</b>				<b>DISTANCIA</b>				
	Bosque Petrificado de Puyango				20 Kilómetros				
	<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>				Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos				
	LOCAL	( x )	NACIONAL	( )					
	PROVINCIAL	( )	INTERNACIONAL	( )	_____ <b>FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR</b>				
	Otros:								

<b>1. DATOS GENERALES</b>				
ENCUESTADOR: Luis Elizalde	FICHA No: 004			
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Rodrigo Culcay	FECHA : 30 de Septiembre 2011			
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cueva Santa	PROPIETARIO:			
CATEGORÍA: Sitio Natural	TIPO: Bosque	SUBTIPO: Bosque		
<b>2. UBICACIÓN</b>				
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Puyango	LOCALIDAD: El derrumbo		
CALLE: Vía al derrumbo	NÚMERO:.....	TRANSVERSAL:.....		
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>				
NOMBRE DEL POBLADO: El Limo	DISTANCIA(km): 20 Km			
NOMBRE DEL POBLADO:.....	DISTANCIA (Km):.....			
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>				
<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R</b>	ALTURA (m.s.n.m.): 800	TEMPERATURA (°C): 14 a 18°C.	PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm <sup>3</sup> ):.....
	<b>I N T R I N S E C O</b>	Los moradores de este lugar comentan que la cueva tiene su desembocadura en una parte del Perú, pero hasta la actualidad nadie la ha atravesado a toda, las personas que se han atrevido a entrar han llegado hasta 200 metros; ellos comentan que a esta altura el oxígeno empieza a faltar, las linternas se queman por lo que es recomendable hacer el ingreso con linternas de carburo. También se cree que esta cueva fue usada por Atahualpa para el traslado del famoso dorado, constituyendo a este recurso en un turístico interesante para las personas que disfrutan de estas actividades.		

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R E X T R I N S E C O</b>	<p><b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>En la actualidad ninguno ya que es poco conocida pero si este recurso fuese desarrollado responsablemente significaría un gran potencial turístico dentro de la provincia de Loja.</li> </ul> <p>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>	<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO ( ) NO ALTERADO ( x ) EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x )</p> <p>CAUSAS: Pocos visitantes.</p> <p><b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p><b>Nombre:</b> _____</p> <p><b>Fecha de Declaración:</b> _____</p> <p><b>Categoría:</b> Patrimonio de la Humanidad Patrimonio del Ecuador</p>								
		<p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO ( ) NO ALTERADO ( x ) EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x )</p> <p>CAUSAS: Pocos visitantes.</p>									
<b>A P O Y O</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>										
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO
	<b>TERRESTRE</b>	ASFALTADO				BUS	x				
		LASTRADO	x			AUTOMOVIL					365
		EMPEDRADO				4X4					DIAS AL MES
		SENDERO				TREN					Culturales: :
	<b>ACUATICO</b>	MARITIMO				BARCO					Naturales: 30 días
		FLUVIAL				CANOA					HORAS AL DIA
						OTROS					Culturales: Día Inicio: 6. 00 AM Día Fin: 19:00 PM
<b>AEREO</b>					AVION					Naturales: 12 horas	
					AVIONETA						
					HELICOPTEROS						
OBSERVACIONES:											

<b>A P O Y O</b>	<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>										
	<b>AGUA</b>										
	POTABLE	( )	ENTUBADA	( x )	TRATADA	( )	DE POZO	NO EXISTE	OTROS		
	<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>										
	SISTEMA INTERCONECTADO		( x )	GENERADOR		( )	NO EXISTE		OTROS		
	<b>ALCANTARILLADO</b>										
	RED PÚBLICA		( x )	POZO CIEGO		( )	POZO SEPTICO		( )	NO EXISTE	OTROS
	<b>PRECIO</b>										
	SI		( )	NO		( x )	ENTRADA LIBRE		( )	OTROS	
	Observación : _____										
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>											
NOMBRES				DISTANCIA							
Bosque de Tagua del Limo				20 Km.							
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>				Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos  _____ FIRMA: <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b>							
LOCAL	( x )	NACIONAL	( )								
PROVINCIAL	( )	INTERNACIONAL	( )								
Otros: _____											

<b>1. DATOS GENERALES</b>				
ENCUESTADOR: Luis Elizalde	FICHA No: 005			
SUPERVISOR EVALUADOR: : Ing. Rodrigo Culcay	FECHA : 02 de Octubre 2011			
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bosque de tagua del Limo				
PROPIETARIO: Publico				
CATEGORÍA: Sitio Natural	TIPO: Bosque	SUBTIPO: Bosque		
<b>2. UBICACIÓN</b>				
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Puyango	LOCALIDAD: El Limo		
CALLE: Vía al Limo	NÚMERO:.....	TRANSVERSAL:.....		
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>				
NOMBRE DEL POBLADO: El Derrumbo	DISTANCIA(km): 20 Km			
NOMBRE DEL POBLADO:.....	DISTANCIA (Km):.....			
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>				
<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R</b>	ALTURA (m.s.n.m.): 800	TEMPERATURA (°C): 14 a 18°C.	PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm <sup>3</sup> ):.....
	<b>I N T R I N S E C O</b>	La parroquia el Limo cuenta con un recuso natural que sus habitantes lo llaman bosque de tagua que comprenden aproximadamente 200 hectáreas ubicados en el sitio las Canoas, la Sambumba y Pueblo Nuevo, donde trabajan una gran cantidad de personas que comercializan la semilla para la elaboración de artesanías o para venderlas a otras familias.		

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b>	<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>								
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Turístico: Observación de flora y fauna y senderismo.</li> <li>Comercial: industrialización de la semilla.</li> </ul> <p>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>	<p>ALTERADO ( ) NO ALTERADO ( x ) EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x )</p> <p>CAUSAS: la gente que se dedica a esta actividad no es muy abundante</p> <p><b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p><b>Nombre:</b> _____</p> <p><b>Fecha de Declaración:</b> _____</p> <p><b>Categoría:</b> Patrimonio de la Humanidad Patrimonio del Ecuador</p> <p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO ( ) NO ALTERADO ( X ) EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x )</p> <p>CAUSAS: son sectores alejados</p>								
<b>A P O Y O</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>										
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO
	<b>TERRESTRE</b>	ASFALTADO				BUS	x				365
		LASTRADO	x			AUTOMOVIL	x				
		EMPEDRADO				4X4					
		SENDERO				TREN					Culturales: : Naturales: 30 días
	<b>ACUATICO</b>	<b>MARITIMO</b>				BARCO					30 días
						BOTE					
		<b>FLUVIAL</b>				CANOA					HORAS AL DIA
<b>AEREO</b>					AVION					Culturales: Día Inicio: 6. 00 AM Día Fin: 19:00 PM	
					AVIONETA					Naturales: 9 horas	
					HELICOPTEROS						

<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>					
<b>A P O Y O</b>	<b>AGUA</b> POTABLE ( ) ENTUBADA ( x ) TRATADA ( ) DE POZO NO EXISTE OTROS				
	<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b> SISTEMA INTERCONECTADO ( x ) GENERADOR ( ) NO EXISTE OTROS				
	<b>ALCANTARILLADO</b> RED PÚBLICA ( x ) POZO CIEGO ( ) POZO SEPTICO ( ) NO EXISTE OTROS				
	<b>PRECIO</b> SI ( ) NO ( x ) ENTRADA LIBRE ( ) OTROS				
	Observación : _____				
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>					
<table border="1"> <thead> <tr> <th>NOMBRES</th> <th>DISTANCIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cueva Santa</td> <td>20 Km.</td> </tr> </tbody> </table>		NOMBRES	DISTANCIA	Cueva Santa	20 Km.
NOMBRES	DISTANCIA				
Cueva Santa	20 Km.				
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>					
LOCAL ( x ) NACIONAL ( ) PROVINCIAL ( ) INTERNACIONAL ( ) Otros:	Certifico que los datos constantes en estas hojas son ver di  _____ FIRMA: <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b>				

<b>1. DATOS GENERALES</b>				
ENCUESTADOR: Luis Elizalde	FICHA No: 006			
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Rodrigo Culcay	FECHA : 04 de Octubre 2011			
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Balneario de la Zota				
PROPIETARIO: Publico				
CATEGORÍA: Sitio Natural	TIPO: Lacustre	SUBTIPO: Balneario		
<b>2. UBICACIÓN</b>				
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Puyango	LOCALIDAD: La Zota		
CALLE: Vía a Cerro Blanco	NÚMERO:.....	TRANSVERSAL:.....		
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>				
NOMBRE DEL POBLADO: Bosque petrificado de Puyango	DISTANCIA(km): 5 Km			
NOMBRE DEL POBLADO:.....	DISTANCIA (Km):.....			
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>				
<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R</b>	ALTURA (m.s.n.m.): 750	TEMPERATURA (°C): 22 a 30°C.	PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm <sup>3</sup> ):.....
	<b>I N T R I N S E C O</b>	La piscina natural como su nombre lo indica, son formaciones naturales, que están ubicadas en la quebrada de la Zota, aquí se encuentran los reservorios de aguas termales mas visitados, generalmente en épocas de carnaval y feriados. Alrededor existe una vegetación exuberante con enormes árboles que brindan su sombra y cobijo, también en el recorrido encontramos gran cantidad de troncos petrificados, que demuestra la riqueza paleontológica existente en el sector.		

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R  E X T R I N S E C O</b>	<p><b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Turística: Pesca deportiva, aguas termales, observación de flora y fauna</li> </ul> <p>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>	<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO ( ) NO ALTERADO ( x )</p> <p>DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x ) EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>CAUSAS:</p> <p><b>6.2 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p><b>Nombre:</b> _____</p> <p><b>Fecha de Declaración:</b> _____</p> <p><b>Categoría:</b> Patrimonio de la Humanidad Patrimonio del Ecuador</p>																																																																																																																																								
	<b>A P O Y O</b>	<p><b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b></p>		<p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO ( ) NO ALTERADO ( x )</p> <p>DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x ) EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>CAUSAS: bosques prístinos</p>																																																																																																																																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">TIPO</th> <th rowspan="2">SUBTIPO</th> <th colspan="3">ESTADO DE LAS VIAS</th> <th rowspan="2">TRANSPORTE</th> <th colspan="4">FRECUENCIAS</th> <th colspan="2">TEMPORALIDAD DE ACCESO</th> </tr> <tr> <th>B</th> <th>R</th> <th>M</th> <th>DIARIA</th> <th>SEMANAL</th> <th>MENSUAL</th> <th>EVENTUAL</th> <th colspan="2">DIAS AL AÑO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">TERRESTRE</td> <td>ASFALTADO</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>BUS</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2" rowspan="2">365</td> </tr> <tr> <td>LASTRADO</td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td>AUTOMOVIL</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">DIAS AL MES</td> </tr> <tr> <td>EMPEDRADO</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>4X4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">Culturales:</td> </tr> <tr> <td>SENDERO</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>TREN</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">Naturales:</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">ACUATICO</td> <td rowspan="2">MARITIMO</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>BARCO</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">30 días</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>BOTE</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">HORAS AL DIA</td> </tr> <tr> <td>FLUVIAL</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>CANOA</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">Culturales: Día Inicio: 6. 00 AM</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">AEREO</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>OTROS</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">Día Fin: 19:00 PM</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>AVION</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">Naturales:</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>AVIONETA</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td colspan="2">10 horas</td> </tr> <tr> <td colspan="12">Observaciones</td> </tr> </tbody> </table>				TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		B	R	M	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO		TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X				365		LASTRADO	X			AUTOMOVIL				DIAS AL MES		EMPEDRADO				4X4				Culturales:		SENDERO				TREN				Naturales:		ACUATICO	MARITIMO				BARCO				30 días					BOTE				HORAS AL DIA		FLUVIAL				CANOA				Culturales: Día Inicio: 6. 00 AM		AEREO					OTROS				Día Fin: 19:00 PM						AVION				Naturales:						AVIONETA				10 horas		Observaciones											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO																																																																																																																																
		B	R	M	DIARIA		SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO																																																																																																																																	
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X				365																																																																																																																																	
	LASTRADO	X			AUTOMOVIL				DIAS AL MES																																																																																																																																		
	EMPEDRADO				4X4				Culturales:																																																																																																																																		
	SENDERO				TREN				Naturales:																																																																																																																																		
ACUATICO	MARITIMO				BARCO				30 días																																																																																																																																		
					BOTE				HORAS AL DIA																																																																																																																																		
	FLUVIAL				CANOA				Culturales: Día Inicio: 6. 00 AM																																																																																																																																		
AEREO					OTROS				Día Fin: 19:00 PM																																																																																																																																		
					AVION				Naturales:																																																																																																																																		
					AVIONETA				10 horas																																																																																																																																		
Observaciones																																																																																																																																											

A P O Y O	<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>				
	<b>AGUA</b>				
	POTABLE	( )	ENTUBADA	( x )	
	TRATADA	( )	DE POZO	NO EXISTE	
	OTROS				
	<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>				
	SISTEMA INTERCONECTADO	( x )	GENERADOR	( )	
	NO EXISTE				
	OTROS				
	<b>ALCANTARILLADO</b>				
RED PÚBLICA	( x )	POZO CIEGO	( )		
POZO SEPTICO	( )	NO EXISTE	OTROS		
<b>PRECIO</b>					
SI	( )	NO	( x )		
		ENTRADA LIBRE	( )		
OTROS					
Observación : _____					
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>					
NOMBRES		DISTANCIA			
Quebrada de Cochurco		15 Kilómetros			
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>		Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos  _____ <b>FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR</b>			
LOCAL	( x )			NACIONAL	( )
PROVINCIAL	( )			INTERNACIONAL	( )
Otros: _____					

<b>1. DATOS GENERALES</b>				
ENCUESTADOR: Luis Elizalde	FICHA No: 007			
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Rodrigo Culcay	FECHA : 06 de Octubre 2011			
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Pampas de Guambona				
PROPIETARIO: Publico				
CATEGORÍA: Sitio Natural	TIPO: Bosque	SUBTIPO: Bosque		
<b>2. UBICACIÓN</b>				
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Puyango	LOCALIDAD: Guambona		
CALLE: Vía a Vicentino	NÚMERO:.....	TRANSVERSAL:.....		
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>				
NOMBRE DEL POBLADO: Alamor	DISTANCIA(km): 10 Km			
NOMBRE DEL POBLADO:.....	DISTANCIA (Km):.....			
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>				
<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R</b>	ALTURA (m.s.n.m.): 1320	TEMPERATURA (°C): 14 a 18°C.	PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm <sup>3</sup> ):.....
	<b>I N T R I N S E C O</b>	Las Pampas de Guambona tienen un valor histórico muy particular y con una diversidad de leyendas que hacen de este sitio un verdadero atractivo turístico una de sus leyendas mas conocidas es la "ciudad perdida de guambona, además su entorno natural llama la atención de quienes aman la biodiversidad ya que cuenta con una gran riqueza en lo que se refiere a flora y fauna.		

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R  E X T R I N S E C O</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b>				<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>						
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Turística: Senderismo, Relato de Leyendas observación de flora y fauna</li> </ul> <p>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>				<p>ALTERADO ( ) NO ALTERADO ( x )</p> <p>DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x ) EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>CAUSAS: pocos visitantes</p> <p><b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p><b>Nombre:</b> _____</p> <p><b>Fecha de Declaración:</b> _____</p> <p><b>Categoría:</b> Patrimonio de la Humanidad Patrimonio del Ecuador</p> <p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO ( ) NO ALTERADO ( X )</p> <p>DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x ) EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>CAUSAS: bosques en perfecto estado</p>						
<b>A P O Y O</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>											
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X				365	
		LASTRADO	X			AUTOMOVIL	x					
		EMPEDRADO				4X4					DIAS AL MES	
		SENDERO				TREN					Culturales:	
	ACUATICO	MARITIMO				BARCO					Naturales:	30 días
						BOTE						
		FLUVIAL				CANOA					HORAS AL DIA	
AEREO					OTROS					Culturales:	Día Inicio: 6. 00 AM	
					AVION					Día Fin: 19:00 PM		
					AVIONETA					Naturales:	8 horas	
Observaciones:												

<b>A P O Y O</b>	<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>									
	<b>AGUA</b>									
	POTABLE	( )	ENTUBADA	( x )	TRATADA	( )	DE POZO	NO EXISTE	OTROS	
	<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>									
	SISTEMA INTERCONECTADO			( x )	GENERADOR		( )	NO EXISTE	OTROS	
	<b>ALCANTARILLADO</b>									
RED PÚBLICA		( x )	POZO CIEGO		( )	POZO SEPTICO		( )	NO EXISTE	OTROS
<b>PRECIO</b>										
SI			( )	NO		( x )	ENTRADA LIBRE		( )	OTROS
Observación : _____										
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>										
NOMBRES					DISTANCIA					
Aguas Sulfurosas					17 Kilómetros					
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>					Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos  _____ FIRMA: <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b>					
LOCAL	( x )	NACIONAL		( )						
PROVINCIAL	( )	INTERNACIONAL		( )						
Otros:										

<b>1. DATOS GENERALES</b>		ENCUESTADOR: Luis Elizalde		FICHA No: 008	
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Luis Elizalde		FECHA : 08 de Octubre 2011			
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Piedra Urazhi		PROPIETARIO: publico			
CATEGORÍA: Recurso Cultural Tangible		TIPO: Petroglifo		SUBTIPO: Petroglifo	
<b>2. UBICACIÓN</b>					
PROVINCIA: Loja		CANTÓN: Puyango		LOCALIDAD: Mercadillo	
CALLE: Via a Mercadillo		NÚMERO:.....		TRANSVERSAL:.....	
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>					
NOMBRE DEL POBLADO: Alamor		DISTANCIA(km): 8 Km			
NOMBRE DEL POBLADO:.....		DISTANCIA (Km):.....			
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>					
<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R  I N T R I N S E C O</b>	ALTURA (m.s.n.m.): 1320		TEMPERATURA (°C): 22 a 30°C.	
		PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm <sup>3</sup> ):.....			
Llamada también piedra del sol, se cree que fue tallada por la cultura Urazhi que en años anteriores estaría sentada en el cantón Puyango y específicamente en Mercadillo. La piedra se encuentra a pocos metros del centro de esta población y constituye una ventana abierta para las investigaciones de las culturas anteriores.					

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R  E X T R I N S E C O</b>	<p><b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Turística: Observación de manifestaciones de comunicación de la cultura Urazhi a través de los escritos en la piedra.</li> <li>Senderismo</li> </ul> <p>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>	<p><b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b></p> <p>ALTERADO ( ) NO ALTERADO ( x )</p> <p>DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x ) EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>CAUSAS: pocos visitantes</p> <p><b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p><b>Nombre:</b> _____</p> <p><b>Fecha de Declaración:</b> _____</p> <p><b>Categoría:</b> Patrimonio de la Humanidad Patrimonio del Ecuador</p>
	<p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO ( ) NO ALTERADO ( x )</p> <p>DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x ) EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>CAUSAS: Paisajes en estado natural</p>		

<b>A P O Y O</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>												
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO		
	TERRESTRE	ASFALTADO	x			BUS	X					365 DIAS AL MES	
		LASTRADO				AUTOMOVIL	x						
		EMPEDRADO				4X4							
	ACUATICO	SENDERO				TREN						Culturales:	30 días
		MARITIMO				BARCO						Naturales:	
						BOTE							
		FLUVIAL				CANOA							
				OTROS							Culturales:	Día Inicio: 6. 00 AM	
AEREO					AVION							Día Fin: 19:00 PM	
					AVIONETA								
					HELICOPTEROS						Naturales:	8 horas	

<b>A P O Y O</b>	<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>									
	<b>AGUA</b>									
	POTABLE	<input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>	TRATADA	<input type="checkbox"/>	DE POZO	NO EXISTE	OTROS	
	<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>									
			SISTEMA INTERCONECTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR	<input type="checkbox"/>		NO EXISTE	OTROS	
	<b>ALCANTARILLADO</b>									
			RED PÚBLICA	<input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO	<input type="checkbox"/>	POZO SEPTICO	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	OTROS
	<b>PRECIO</b>									
			SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input checked="" type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/>	OTROS	
	Observación : _____									
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>										
NOMBRES				DISTANCIA						
Bosque Petrificado				35 Kilómetros						
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>				Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos  _____ FIRMA: <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b>						
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL	<input type="checkbox"/>							
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>							
Otros:										

<b>1. DATOS GENERALES</b>				
ENCUESTADOR: Luis Elizalde		ficha N° 009		
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Rodrigo Culcay		Fecha: 10 de octubre 2011		
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Reloj de ocho esferas de Puyango				
PROPIETARIO: Parroquia religiosa San Jacinto				
CATEGORÍA: Recurso Cultural Tangible	TIPO: Recurso Cultural	SUBTIPO: Reloj con características únicas		
<b>2. UBICACIÓN</b>				
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Puyango	LOCALIDAD: Alamor		
CALLE: Guayaquil	NÚMERO:.....	TRANSVERSAL: Diez de Agosto		
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>				
NOMBRE DEL POBLADO: Alamor		DISTANCIA(km): 0 kilómetros		
NOMBRE DEL POBLADO:.....		DISTANCIA (Km):.....		
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>				
<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R</b>	ALTURA (m.s.n.m.): 1320	TEMPERATURA (°C) 22 a 30°C.	PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm <sup>3</sup> ):.....
		Fabricada en Alemania en 1917 por un valor de cinco mil sucres, por las características que se exigió para la construcción el Dr. Lautaro Loaiza se cree que este reloj no fue hecho en serie, constituyendo una joya arquitectónica única en el mundo. El reloj llego en barco hasta Guayaquil, de ahí hacia Puerto Bolívar, para desde este lugar ser llevado en hombros por los hermanos Elizalde a la ciudad de Alamor. Se encuentra ubicado en el tercer piso de las torres de la iglesia, constituido por cuatro tambores que enrollan la cuerda, formando la maquina, de cada tambor cuelgan cuatro pesas de plomo de un peso aproximado de 80 libras cada uno, el reloj se activa mediante cuerda que se realiza cada 24 horas, las cuatro pesas cumplen una función específica, la primera marca los cuartos de hora, la segunda las medias horas, la tercera las horas y la cuarta los Ángelus. El reloj público de ocho esferas se ha constituido en un atractivo turístico histórico por su singularidad y elegancia, el cuatro de Abril del 2008 fue declarado Patrimonio Cultural del Ecuador.		

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R  E X T R I N S E C O</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b>  Turístico: Sesión de fotografías, en la parte superior de las torres se observa gran parte de la ciudad, belleza arquitectónica del reloj.  ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>  ALTERADO ( ) NO ALTERADO ( x ) DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x ) EN PROCESO DE DETERIORO ( ) CAUSAS: Pocas personas tienen acceso al reloj <b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> <b>Nombre:</b> <u>reloj publico de ocho esferas</u> <b>Fecha de Declaración:</b> <u>04/04/2008</u>  <b>Categoría:</b> Patrimonio de la Humanidad Patrimonio del Ecuador
		<b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>  ALTERADO ( ) NO ALTERADO ( ) DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x ) EN PROCESO DE DETERIORO ( ) CAUSAS: todo el centro de la ciudad de Alamor	

<b>A P O Y O</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>											
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO	x			BUS	x					365	
	LASTRADO				AUTOMOVIL						DIAS AL MES	
	EMPEDRADO				4X4						Culturales:	30 dias
	SENDERO				TREN						Naturales:	
ACUATICO	MARITIMO				BARCO						HORAS AL DIA	
					BOTE						Culturales:	Día Inicio:
	FLUVIAL				CANOA						Día Fin:	
AEREO					OTROS						HORAS AL DIA	
					AVION						Culturales:	Día Inicio:
					AVIONETA						Día Fin:	
					HELICOPTEROS						Naturales:	24 horas
Observaciones:												

<b>A P O Y O</b>	<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>											
	<b>AGUA</b>											
	POTABLE	(x)	ENTUBADA	( )	TRATADA	( )	DE POZO	NO EXISTE	OTROS			
	<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>											
	SISTEMA INTERCONECTADO			(x)	GENERADOR		( )	NO EXISTE	OTROS			
	<b>ALCANTARILLADO</b>											
	RED PÚBLICA		(x)	POZO CIEGO		( )	POZO SEPTICO		( )	NO EXISTE	OTROS	
	<b>PRECIO</b>											
	SI			( )	NO			(x)	ENTRADA LIBRE		( )	OTROS
	Observación : _____											
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
NOMBRES					DISTANCIA							
Reloj de ocho de esferas					1 kilometro							
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
LOCAL		(x)	NACIONAL		( )	Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos  _____ FIRMA: <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b>						
PROVINCIAL		( )	INTERNACIONAL		( )							
Otros:												

<b>1. DATOS GENERALES</b>				
ENCUESTADOR: Luis Elizalde	FICHA No: 010			
SUPERVISOR EVALUADOR: : Ing. Rodrigo Culcay	FECHA : 12 de Octubre del 2011			
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiesta religiosa en honor a la Virgen de Asunción				
PROPIETARIO: Publico				
CATEGORÍA: Festividades y eventos	TIPO: Cultural	SUBTIPO: Religioso		
<b>2. UBICACIÓN</b>				
PROVINCIA: Loja	CANTÓN: Puyango	LOCALIDAD: Alamor		
CALLE: Vía al Alamor	NÚMERO:.....	TRANSVERSAL:.....		
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>				
NOMBRE DEL POBLADO: Alamor	DISTANCIA(km): 0 Km			
NOMBRE DEL POBLADO:.....	DISTANCIA (Km):.....			
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>				
<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R  I N T R I N S E C O</b>	ALTURA (m.s.n.m.): 800	TEMPERATURA (°C): 14 a 18°C.	PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm <sup>3</sup> ):.....
		El 15 de Agosto de todos los años las ferias libres y puestos comerciales se toman las calles donde lo Puyanguenses realizan las compras después de la cosechas		

<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R</b>	<b>E X T R I N S E C O</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b>			<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>					
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Turístico: Observación de flora y fauna y senderismo.</li> <li>Comercial: industrialización de la semilla.</li> </ul> <p>ORGANIZACION Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)</p>			<p>ALTERADO ( ) NO ALTERADO ( x )</p> <p>DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x ) EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>CAUSAS: la gente que se dedica a esta actividad no es muy abundante</p> <p><b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b></p> <p><b>Nombre:</b> _____</p> <p><b>Fecha de Declaración:</b> _____</p> <p><b>Categoría:</b> Patrimonio de la Humanidad Patrimonio del Ecuador</p> <p><b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b></p> <p>ALTERADO ( ) NO ALTERADO ( X )</p> <p>DETERIORADO ( ) CONSERVADO ( x ) EN PROCESO DE DETERIORO ( )</p> <p>CAUSAS: son sectores alejados</p>					
<b>A P O Y O</b>	<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>										
	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>	<b>ESTADO DE LAS VIAS</b>			<b>TRANSPORTE</b>	<b>FRECUENCIAS</b>				<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO</b>
			B	R	M		DIARIA	SEMANTAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO
	<b>TERRESTRE</b>	ASFALTADO		x		BUS	x				365
		LASTRADO				AUTOMOVIL	x				
		EMPEDRADO				4X4					DIAS AL MES
	<b>ACUATICO</b>	SENDERO				TREN					Culturales:
		MARITIMO				BARCO					Naturales:
						BOTE					30 días
		FLUVIAL				CANOA					HORAS AL DIA
<b>AEREO</b>					OTROS					Culturales:	
					AVION					Día Inicio: 6. 00 AM	
					AVIONETA					Día Fin: 19:00 PM	
					HELICOPTEROS					Naturales:	
										9 horas	
Observaciones:											

<b>A P O Y O</b>	<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>											
	<b>AGUA</b>											
	POTABLE	( )	ENTUBADA	( x )	TRATADA	( )	DE POZO	NO EXISTE	OTROS			
	<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>											
	SISTEMA INTERCONECTADO			( x )	GENERADOR		( )	NO EXISTE	OTROS			
	<b>ALCANTARILLADO</b>											
	RED PÚBLICA		( x )	POZO CIEGO		( )	POZO SEPTICO		( )	NO EXISTE	OTROS	
	<b>PRECIO</b>											
	SI			( )	NO			( x )	ENTRADA LIBRE		( )	OTROS
	Observación : _____											
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>												
NOMBRES					DISTANCIA							
Cueva Santa					20 Km.							
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>												
LOCAL ( x )					NACIONAL ( )							
PROVINCIAL ( )					INTERNACIONAL ( )							
Otros:					Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos  _____ FIRMA: <b>SUPERVISOR EVALUADOR</b>							

