



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

**ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA:**

**“DISEÑO DE UN COMPLEJO AGROTURÍSTICO COMUNITARIO EN EL  
SECTOR DE VALLE NUEVO, PARROQUIA EL ARENAL, CANTÓN  
PUYANGO”**

*Trabajo de fin de carrera previa a la  
obtención del título de Ingeniera en  
Administración de Empresas Turísticas y  
Hoteleras.*

**AUTORA:**

**Becerra Granda Miriam Janeth**

**DIRECTOR:**

Dr. Arias Max

Loja – Ecuador  
2009

## I. CERTIFICACIÓN

Loja, 29 de Octubre del 2009

Dr. Max Arias

**DOCENTE-INVESTIGADOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA  
PARTICULAR DE LOJA**

CERTIFICA:

Una vez que, en mi calidad de director, he procedido a coordinar y orientar la elaboración de la tesis de grado: **“DISEÑO DE UN COMPLEJO AGROTURÍSTICO COMUNITARIO EN EL SECTOR DE VALLE NUEVO, PARROQUIA EL ARENAL, CANTÓN PUYANGO**; presentada por la Srta. Miriam Janeth Becerra Granda, de la escuela de Hotelería y Turismo

El presente trabajo ha sido objeto de un minuciosos análisis, revisión y corrección, cumpliendo de tal forma con los requisitos exigidos para este tipo de investigación. Por lo tanto, se autoriza su presentación, sustentación y defensa.

.....

Dr. Max Arias

**DIRECTOR DE TESIS**

## **II. AUTORÍA**

Todas las ideas, comentarios y opiniones vertidos en este trabajo de “Diseño de un complejo agroturístico comunitario en el sector de Valle Nuevo, parroquia el Arenal, cantón Puyango” son responsabilidad del autor.

Loja, Octubre del 2009

.....

Miriam Janeth Becerra Granda

### **III. DEDICATORIA**

Dedico este trabajo primeramente a Dios, porque El siempre ha sido y seguirá siendo el que guía mi camino, siempre está conmigo y me da fuerzas para seguir adelante.

A mis padres, ya que con su esfuerzo, paciencia y cariño me han enseñado a luchar por mis sueños y a no rendirme ante alguna dificultad.

A mis hermanos, hermanas y a toda mi familia que me apoyaron desinteresadamente para culminar con firmeza mi carrera.

Miriam Becerra.

#### **IV. AGRADECIMIENTO**

De todo corazón quiero agradecer a mis padres que me han brindado todo lo necesario para la culminación de la tesis.

También agradezco a todos mis hermanos y hermanas, que me han ayudado inmensamente de una u otra forma durante todo el recorrido de mi carrera universitaria.

También quiero expresar un sincero agradecimiento a la UTPL y a todos mis profesores que depositaron su conocimiento para formarme como profesional.

Miriam Becerra.

## V. DECLARACIÓN Y CESIÓN DE DERECHO DE TESIS

Yo, Miriam Janeth Becerra Granda, declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de disponer reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del Patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y de tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

.....

Miriam Janeth Becerra Granda

**AUTORA**

<b>VI. ÍNDICE GENERAL</b>	<b>Pág.</b>
Certificación.....	II
Autoría.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Declaración y cesión de derecho de tesis.....	VI
Índice de contenidos.....	VII
Resumen.....	VIII
Introducción.....	IX
Objetivos.....	X
<b>1. CAPITULO I GENERALIDADES.....</b>	<b>17</b>
1.1. Información General del Cantón Puyango.....	18
1.2. Información General de la Parroquia El Arenal y sector Valle Nuevo....	24
1.3. Costumbres y tradiciones de la comunidad.....	28
1.4. Inventario de atractivos turísticos del Cantón Puyango.....	31
1.5. Turismo rural y agroturismo.....	40
1.5.1. Modalidades de turismo rural.....	40
1.5.2. Agroturismo en el mundo.....	43
1.5.3. Principales problemas que enfrenta la Comunidad.....	46
1.5.4. Análisis FODA.....	47
1.6. Diagnóstico de la infraestructura turística del cantón.....	49
1.6.1 Alojamiento.....	49
1.6.2 Alimentación.....	49
1.6.3 Vías de comunicación y transporte.....	50
<b>2. CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>51</b>
2.1 metodología de la investigación.....	52
2.1.1 Objetivo de la investigación.....	52
2.1.2 Unidad de muestreo.....	52
2.1.3 Tamaño de la muestra.....	52

2.1.4	Diseño del cuestionario .....	54
2.2	Resultados.....	54
<b>3.</b>	<b>CAPITULO III DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....</b>	<b>90</b>
3.1	Concepto de producto turístico.....	91
3.2	Elementos que dan lugar al producto turístico.....	91
3.3	Actividades que se pueden hacer en valle nuevo.....	94
3.4	programas ofertados .....	95
3.5	Paquetes turísticos.....	96
3.6	Instalaciones y servicios del destino.....	106
3.7	Ciclo de vida del producto.....	108
<b>4.</b>	<b>CAPITULO IV ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>110</b>
4.1.	Objetivo del estudio financiero.....	111
4.2.	Presupuesto de inversión.....	111
4.2.1	Inversiones en activos fijos.....	111
4.2.2	Inversiones en activos diferidos.....	112
4.2.3	Inversiones en Capital de Trabajo.....	113
4.2.4	. Inversión total requerida.....	113
4.3	Estructura de capital.....	114
4.3.1.	Condiciones de financiamiento.....	115
4.4.	Pronóstico de ingresos.....	117
4.5.	Pronóstico de costos y gastos operacionales.....	118
4.6.	Análisis sobre la posición financiera esperada (PFE).....	119
4.6.1	Estado de resultado de pérdidas y ganancias.....	119
4.6.2.	El flujo de caja.....	120
4.7.	Rentabilidad.....	122
4.7.1	Valor Actual Neto (VAN).....	122
4.7.2	Tasa interna de retorno.....	124
<b>5.</b>	<b>CAPITULO V ESTUDIO SOCIAL.....</b>	<b>127</b>
5.1.	Capacitación.....	128
5.2.	Organización.....	129

5.3. Beneficios a la comunidad.....	133
<b>6. CAPITULO VI COMERCIALIZACIÓN.....</b>	<b>135</b>
6.1. Llineamientos para el Plan de Marketing Turístico de promoción y venta del producto turístico.....	136
6.1.1. Mercado Objetivo.....	136
6.1.2. Plan operativo de marketing .....	137
6.1.2.1. Estrategias de precio .....	137
6.2.2 Estrategias de Comunicación.....	138
<b>7. CAPITULO VII ANÁLISIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>140</b>
7.1. Conclusiones .....	141
7.2. Recomendaciones.....	142
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>143</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>146</b>

<b>ÍNDICE DE CUADROS</b>	<b>Pág.</b>
Cuadro N°1 Análisis FODA de la comunidad de Valle Nuevo.....	47
Cuadro N° 2 Establecimientos Hoteleros del Cantón Puyango.....	49
Cuadro N° 3 Restaurantes del Cantón Puyango.....	49
Cuadro N° 4 Número de encuestas.....	53
Cuadro N° 5 Activos fijos.....	111
Cuadro N° 6 Activos diferidos.....	112
Cuadro N° 7 Capital de Trabajo.....	113
Cuadro N° 8 Plan de inversiones.....	114
Cuadro N° 9 Estructura de capital.....	115
Cuadro N° 10 Tabla de pagos.....	115
Cuadro N° 11 Proyección de ventas.....	117
Cuadro N° 12 Tasa de Inflación anual.....	118
<i>Cuadro N° 13</i> Estado de pérdidas y ganancias.....	120
<i>Cuadro N° 14</i> flujo de caja.....	121
<i>Cuadro N° 15</i> cálculo del VAN.....	123
<i>Cuadro N° 16</i> Tasa interna de retorno (TIR).....	125
<i>Cuadro N° 17</i> Proceso de capacitación.....	128

## **I. RESUMEN**

El presente proyecto tiene la finalidad de brindar todas las herramientas para el diseño de un complejo agroturístico comunitario en el sector de Valle Nuevo, parroquia El Arenal, cantón Puyango como una actividad turística sostenible. Teniendo en cuenta que lo que se propone es el desarrollo de una actividad complementaria a las labores normales, que realiza diariamente la comunidad.

Para esto se identificó los recursos disponibles (naturales, culturales, agrícolas, físicos, entre otros.) con capacidad de ser utilizados para implementar la actividad agroturística.

Además se realizó el estudio de mercado, mediante la utilización de encuestas dirigida a los visitantes del cantón Puyango, cuyos resultados sirvieron para diseñar el Producto turístico y fijar los servicios que se pondrán a disposición del turista.

Asimismo se propone un Estudio financiero para medir el grado de factibilidad económica del proyecto mediante la estimación de las necesidades de inversión para acciones de mejoramiento de los recursos naturales.

Mediante un análisis social en el que se incluye capacitaciones a los actores directos e indirectos, se contribuye a la toma de conciencia hacia el cuidado del medio ambiente fortaleciendo el mensaje de protección de los recursos naturales, mejorando la calidad de vida de los agricultores del sector.

A través del desarrollo de plan de marketing, se establecieron y recomendaron mecanismos de promoción y marketing de los servicios y actividades diseñadas en los paquetes.

## I. INTRODUCCIÓN

El término agroturismo incluye un amplio número de actividades que se realizan directamente en el campo, y que están vinculadas con el turismo.

El agroturismo es una propuesta innovadora de turismo rural participativo, que permitirá incorporar a las familias campesinas en la actividad turística proporcionando a turistas nacionales y extranjeros vivencias diferentes a las tradicionales. Mediante esta experiencia los visitantes tendrán la posibilidad de disfrutar de la naturaleza a través de paseos por áreas agrícolas, ganaderas, además de la práctica diaria de la vida campesina. Las razones fundamentales para iniciar el agroturismo son complementar las rentas agrícolas y la posibilidad de aprovechamiento de la infraestructura existente, principalmente para la prestación de servicios de alojamiento.

El presente proyecto denominado **“DISEÑO DE UN COMPLEJO AGROTURÍSTICO COMUNITARIO EN EL SECTOR DE VALLE NUEVO, PARROQUIA EL ARENAL, CANTÓN PUYANGO”** busca incluir procesos de Turismo sostenibles dentro de cada uno de los servicios que se brindará, tal es el caso de: pesca deportiva, paseo a caballo, recorrido por senderos de árboles nativos, natación y otras actividades cotidianas como la participación directa del ordeño, la cosecha de café, y vinculación con los saberes de la comunidad, bajo una participación directa de la misma.

El proyecto consta de tres fases que son las siguientes:

- FASE I. - Organización y capacitación a la gente de la comunidad

- FASE II.- Diseño del producto Agroturístico
- FASE III.- Determinar los lineamientos para el Plan de Marketing Turístico de promoción y venta del producto.

El proyecto cobra mayor importancia ya que ofrecerá actividades que aún no están desarrolladas en la provincia de Loja, ofreciendo nuevas alternativas de distracción e investigación al visitante debido a la alta biodiversidad y valor cultural que posee la zona, dentro del concepto de producto turístico, bajo criterios de sostenibilidad que contribuyan a la inclusión directa de la comunidad en la operación turística, así como asegurar su participación dentro de la cadena de valor del turismo.

## **VISION**

- Posicionar a la parroquia El Arenal, específicamente a la comunidad de Valle Nuevo, como un destino Agroturístico en base a su belleza natural, cultural y agrícola, ofreciendo productos y servicios de calidad y siendo amigables con el medio ambiente.

Actualmente el Agroturismo está alcanzando un alto nivel de crecimiento y desarrollo pero no está bien difundido, ya que es una forma de turismo que procura la participación activa de la comunidad, instituciones privadas, además ayuda a la conservación del medio ambiente.

Causas:

- ✚ Las vías de acceso no tiene una adecuada atención ni mantenimiento.
- ✚ El los riachuelos que existen dentro del cantón, contienen sedimentos y residuos que son arrojados por parte de personas que visitan estos lugares.
- ✚ Falta de comunicación y organización entre los habitantes de la zona.
- ✚ No hay un programa de reciclaje, manejo adecuado de la basura para su posterior reutilización.
- ✚ Falta de promoción de este potencial turístico.
- ✚ Falta de conocimientos para difundir el lugar.
- ✚ Falta de infraestructura Turística y Hotelera.

## **II. OBJETIVOS**

### **Objetivo general del proyecto:**

- Ofrecer a la comunidad una nueva alternativa de ingresos económicos a través del AGROTURISMO como una actividad turística sostenible.

### **Objetivos específicos:**

- Determinar la oferta y demanda turística para el proyecto y zona de influencia.
- Diseñar el producto turístico en base a principios de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible, con participación directa de la comunidad.
- Diseñar un programa de capacitación y organización dirigido a la comunidad.
- Organizar a los miembros de la comunidad, delegando funciones a los mismos.

### Formulación de estrategias apropiadas para alcanzar los objetivos

<b>OBJETIVOS</b>	<b>ESTRATEGIAS PARA ALCANZARLOS</b>
Determinar la oferta y demanda turística para el proyecto y zona de influencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar un estudio de mercado</li> </ul>
Diseñar el producto turístico en base a principios de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible, con participación directa de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribuir las áreas.</li> <li>• Evitar el uso de contaminantes.</li> <li>• Mantener campañas sobre las 3 “R” reducir, reutilizar y reciclar.</li> </ul>
Diseñar un programa de capacitación y organización dirigido a la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar un programa de capacitación en: Liderazgo gerencial, desarrollo organizacional, Atención al cliente, Servicio de restaurant y gastronomía elaborado con productos de la zona, Contabilidad básica y Técnicas de guiar.</li> </ul>
Organizar a los miembros de la comunidad, delegando funciones a los mismos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taller de interiorización de rol de funciones.</li> <li>• Intercambio de experiencias.</li> <li>• Adecuación de funciones de acuerdo a su rol.</li> <li>• Elaborar el organigrama funcional.</li> </ul>

**CAPITULO I**  
**GENERALIDADES**

## **1.1 INFORMACIÓN GENERAL DEL CANTÓN PUYANGO**

### **SITUACIÓN GEOGRÁFICA:**

Las altitudes en el cantón Puyango van desde los 400 m.s.n.m. en el límite oeste y norte y hasta 2400 m.s.n.m. en la punta suroeste.

Las cabeceras parroquiales y cantonales están ubicadas todas en el rango de 900 a 1600 m.s.n.m.

Casi la mitad de la superficie del cantón es plana (menor al 12% de pendiente), el 27% tiene pendientes de 12-25% y el 20% representa pendientes de 25-40%. Pendientes mayores al 40% son muy escasos en este cantón.

**UBICACIÓN.** El cantón Puyango se encuentra ubicado en el extremo sur-occidental de la provincia de Loja, al sur del Ecuador. Su cabecera cantonal Alamor está a 214 Km de la capital provincial (Loja) y a 140 km. de la ciudad de Machala. Con Latitud 4'02'S y Longitud 80'01'W.

**LÍMITES.** Limita al norte con el cantón Paltas y la provincia de El Oro, al sur con los cantones de Celica y Pindal, al este con parte de Celica y Paltas y al oeste con Zapotillo y la república del Perú.

**EXTENSIÓN.** El cantón Puyango tiene una superficie de 643 km<sup>2</sup>

**DEMOGRAFÍA.** La población del Cantón Puyango según el Censo del 2001 es de 15.505 habitantes. Lo cual representa el 3,8% del total de la Provincia de Loja; Su población presenta un incremento en el último período intercensal 1990-2001, del -0,7%

promedio anual. El 75,7% de su población reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven, ya que el 47,1% son menores de 20 años.

**CLIMA:** Puyango goza de un clima templado, cálido húmedo. En las partes bajas la temperatura alcanza los 26°C, y en las partes de cordillera la temperatura fluctúa entre los 14° C y 18°C.

**OROGRAFÍA E HIDROGRAFÍA:** Dos cordilleras sobresalen en territorio puyanguense: La de Alamor y la de los Obreros en la que predominan el Cerro Negro y Curiachi. La cordillera de El Limo se divide en los ramales; Canoas, Puerto Nuevo, Banderones, Gentil y Achiral.

Los ríos: Puyango, el más caudaloso, sirve de límite con el Oro y Perú, desemboca en el Océano Pacífico con el nombre de río Tumbes; el río Alamor nace en las estribaciones de la cordillera de Guachanamá, en su recorrido pasa por los cantones Pindal y Zapotillo y deposita sus aguas en el Océano Pacífico, además tenemos importantes quebradas como la del Ingenio, Cochurco, Shoa.

**SITUACIÓN HISTÓRICA:** El toponímico "Puyango" significa "lanza fuerte", en alusión al coraje de la raza nativa; mientras que, "Alamor" se origina en los vocablos "alli" que significa abundante y "muro" cuyo significado es grano, en clara referencia a la abundante producción de la zona.

Puyango en sus inicios estuvo habitada por culturas aborígenes que se dedicaban a la agricultura y a diferentes modos de subsistencia. Nace como Parroquia con el nombre

de San Jacinto de Alamor el 29 de mayo de 1861. En un principio pertenecía al Cantón Paltas, luego al Cantón Celica, finalmente se independizó.

El 23 de enero de 1947 en la segunda presidencia del Dr. José María Velasco Ibarra, Puyango se convierte en Cantón. Su cabecera cantonal Alamor, Parroquias; Paletillas, Cazaderos, Mercadillo, El Limo y Vicentino.

El 1 de marzo de 1947 a las tres de la tarde se reunieron en el salón de sesiones de la sociedad de ACCION CULTURAL DEL PUEBLO, algunos moradores para organizar el primer cabildo que regiría los destinos de este floreciente cantón.

Don Rubén Maldonado Prado, PRIMER JEFE POLITICO, convocó a la sesión. Nombran al señor Luís Frías Aguirre SECRETARIO, luego de instalada la sesión, los presentes nombran al señor Enrique Orellana Núñez Primer PRESIDENTE del I. Municipio de Puyango.

La historia de Puyango refleja al hombre enamorado de esta tierra que al asentarse en ella la labró y supo hacerla producir con amor, trabajo tesonero y sacrificado, y al mismo tiempo nos muestra a un Puyango culto, romántico y sentimental con la naturaleza; y a la mujer emprendedora inteligente y capaz, juntos hombres y mujeres hicieron de esta tierra un paraíso para acoger a cuanto ser viviente quisiera levantar aquí su hogar.

## **SITUACIÓN POLÍTICA – ADMINISTRATIVA**

Puyango tiene seis parroquias: 1 parroquia urbana (Alamor, cabecera cantonal) y cinco rurales: Vicentino, Mercadillo, El Limo, Ciano y El Arenal.

## **SITUACIÓN ECONÓMICA:**

El cantón Puyango es una de las zonas potenciales y más importantes en la producción de café de calidad en el Ecuador, se estima que su producción anual es de aproximadamente 50.000 sacos, volumen que contribuye aproximadamente con el 40% de la producción de café en la provincia de Loja.

En el cantón Puyango existen alrededor de 10.000 ha. de café de la especie arábica (variedades: típica, caturra, catuai, borbón, pacas, etc.). No está definido cuál de estas variedades es predominante en esta zona, debido a que se puede encontrar en una misma finca toda a la vez. Se estima un rendimiento de 5 qq por hectárea, lo que da un total de 50.000 qq al año. Hay años donde la producción es mayor y en otros menor.

La zona también es apta para el cultivo del maíz producto que tiene bastante incidencia en la alimentación diaria de la gente, además es una actividad que genera empleo y recursos para las familias cuya producción es bastante representativa y se vende en el mercado local y provincial.

Además la fértil tierra puyanguense se presta para el cultivo de todo tipo de productos como plátano, yuca, fréjol, zarandajas y una variedad de hortalizas, Cítricos; naranjas,

limones y más frutas tropicales. Por algo algunos sectores son conocidos como el granero<sup>1</sup> de Puyango, por la enorme producción agrícola que contribuye al desarrollo de la región y hacen de la zona un mercado competitivo.

### **SITUACIÓN SOCIO-CULTURAL:**

Las costumbres de todos los habitantes tienen un cierto parecido en toda la provincia, la forma de celebrar sus fiestas y actos culturales, en el ámbito religioso la gente tiene una fe muy arraigada que se demuestra en todas las celebraciones de esta índole, la iglesia católica tiene gran influencia en el quehacer diario de este pueblo y en la estructura social, creencias que se mantienen celosamente custodiadas y constituyen el pilar básico de formación de las nuevas generaciones.

Su gente es conocida por su incansable labor diaria, es gente luchadora, le gusta el trabajo y nunca deja de producir.

Sus costumbres son parecidas a las de todos los demás cantones, las celebraciones se realizan en el ámbito religioso, deportivo y cultural, se organizan juegos, bailes, concursos, juegos artificiales, y lo que no puede faltar en un pueblo como este las eucaristías celebradas por el párroco del pueblo.

La etnografía del pueblo, en lo que tiene que ver con el aspecto religioso - cultural, es dueña y custodia de una inmensa y variada riqueza a todo nivel étnico.

---

<sup>1</sup> Territorio muy abundante en grano y que provee de él a otras regiones.

En general, la cultura religiosa está inmersa en el culto cristiano. Sus múltiples tradiciones celosamente arraigadas y vigiladas en su mentalidad hunden sus raíces en la misma estructura colonial y en los centenarios procesos de la catequesis y adoctrinamiento protagonizados por la Iglesia Católica.

### **COMIDAS TÍPICAS:**

- La cecina
- Repe
- Humitas
- Tamales
- Molloco
- Sopa de arvejas con, guineo
- Menestras con arroz Fritada
- Seco de pollo

**Fechas Cívicas:** Son varias las fechas festivas que mantiene durante muchos años de tradición el Cantón entre ellas tenemos:

- **El 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 honor a la Virgen de Asunción.
- **14 de septiembre**, fiesta comercial y religiosa en honor a nuestro Señor de Girón, en Mercadillo.

- **8 de diciembre**, fiesta comercial y religiosa en honor a la Inmaculada Concepción.

## **1.2 INFORMACIÓN GENERAL DE LA PARROQUIA EL ARENAL**

### **SITUACIÓN GEOGRÁFICA:**

**LÍMITES Y UBICACIÓN:** La Parroquia el Arenal se encuentra ubicado geográficamente en el centro del cantón Puyango. Limita al Norte con Ciano, al Sur con Mercadillo, al Este con Vicentino y al Oeste con Alamor.

**ALTURA:** teniendo una altura sobre el nivel del mar de 820 metros (en el centro parroquial).

**EXTENSIÓN:** La Parroquia el Arenal tiene una extensión aproximada de 64 Km<sup>2</sup>.

**ASPECTOS DEMOGRÁFICOS:** Su población está integrada por 1.220 habitantes

**CLIMA:** Tiene una temperatura promedio de 22 grados centígrados.

**SITUACIÓN HISTÓRICA:** Se dice que el Arenal, primero se llamo Sambumba nombre que se debía a la existencia de un árbol muy grande: luego sus primeros pobladores cuando era todavía un barrio decidieron llamarlo como El Arenal, debido a que la quebrada de este barrio, en el tiempo de invierno o reunía gran cantidad de arena, la cual era utilizada para la construcción de todas sus casas.

Sus habitantes inicialmente vivían en habitaciones de trapa, bareque, caña guadua y adobe, muy dispersos siendo conocido mediante varios nombres a través del tiempo: Vegas, Chorreras, El Papayo, Sanbumba, San Isidro, finalmente El Arenal.

El asentamiento más importante se da cuando en 1958-1959 por disposición del Rvdo. Sacerdote Dr. Segundo Zapata, autoriza a los moradores se construya una iglesia en el lugar venciendo varios obstáculos, pero el apoyo oportuno del Sr. Enrique Orellana mas quien era presidente del Municipio de Puyango, que facilito la realización del terraplén y la construcción de la carretera Arenal-Alamor por el sitio El Colorado iniciándose el desarrollo en este sector.

Paralelamente a la construcción de la Iglesia se construyen casas de adobe y bareque que existen hasta la actualidad, iniciándose así una nueva población.

**SITUACIÓN ECONÓMICA:** Los Arenalenses, comunidad de agricultores que en sus inicios; vivían de la siembra de maíz, caña de azúcar y crianza de animales menores, narran que comercializaban con el Perú en trueque y llevando especialmente la panela, manteca de chanco y trayendo kerex, telas, aceite y principalmente la sal, etc. Hoy su actividad principal sigue siendo la agricultura con el cultivo del café, caña y la ganadería: la visión de los grupos organizados es trabajar incasablemente para lograr el apoyo de los diferentes entes de desarrollo la instalación de talleres y fomentar microempresas.

**SITUACIÓN SOCIO-CULTURAL:** Los Arenalenses profesan en su mayoría la religión católica y en una minoría la protestante.

Actualmente los Santos patronos de la comunidad son La Virgen Dolorosa y El Señor de Cariamanga, que llegaron a El Arenal el 3 de noviembre del 2005.

El Reverendo Sacerdote Mario León, Párroco de la Parroquia de Mercadillo, lo bautizó con el nombre de **El Señor de Cariamanga** (en homenaje a los donantes), el 3 de Noviembre de 2005 en la Eucaristía realizada, instituyéndose esta fecha en la cual se realizaría en posteridad sus festividades religiosas de los Arenalenses.

### **ORGANIZACIÓN SOCIO-POLÍTICA:**

#### **Principales fiestas**

- El 3 de Agosto, fiesta de parroquialización;
- El 4 de Noviembre, fiesta religiosa en honor a la Dolorosa y San Jacinto Labrador patronos de la parroquia.

### **SITUACIÓN POLÍTICA - ADMINISTRATIVA:**

Integran los barrios Arenal como cabecera parroquial, Amarillos, Gramalotes, Colorado Nuevo, Colorado Viejo, Las Vegas, Guayacán y Curiachillo.

### **1.3 COSTUMBRES Y TRADICIONES DE LA COMUNIDAD**

#### **El Pelamento.**

Es una ceremonia familiar y a veces de invitados. Consiste en que los padres del niño cuando este cumplía siete años y el cabello del muchacho estaba crecido, se lo arreglaba en pequeñas jimbas para luego cortárselo, dejando la más grade para el padrino, previamente designado quien contribuye con un billete de gran valor o en ocasiones el regalo de una vacona<sup>2</sup>. Para los presentes quedaba a disposición el resto de jimbas<sup>3</sup> quienes luego de cortar regalan billetes de menor cuantía. El pelamento se festejaba con la pela de un buen chanco gordo, y aguardiente.

Hoy en día esta tradición se está perdiendo.

#### **El Andavete**

Era una costumbre muy singular, propiamente podríamos decir despedida de solteros. Los padres de la novia invitaban a sus amigos y relacionados para el baile del andavete. Con aguardiente, caldo de gallina, seco de chanco y se disfrutaba de lo mejor. Terminando el festejo, los novios e invitados montaban en acémilas<sup>4</sup> bien aperadas y se encaminaban a Alamor a realizar el matrimonio civil y eclesiástico. La entrada al pueblo se la hacía dando la máxima elegancia, lo que motivaba la multitud de curiosos que se aprestaban a mirar tal acontecimiento. Con la era de los vehículos motorizados esta actitud costumbrista del medio rural ha ido desapareciendo.

---

<sup>2</sup> Relativo al ganado, hembra joven del ganado vacuno.

<sup>3</sup> Peinado que se hace entretejiendo el cabello largo.(trenza)

<sup>4</sup> Bestia de carga. (asno, mular o caballar)

## **Los Castillos**

En la estación de verano partiendo desde el mes de mayo, se realizaban los castillos que consistían en unos parantes adornados de flores, cobijados con un pequeño techo, desde donde colgaban figuras de pan, tazas de dulce de leche, tongos de huevos frescos, gajos de plátano maduro, queso, blanqueados de panela, etc. La víspera de la fiesta se festejaba con baile y abundante comida y al día siguiente se realizaba el remate, todas las personas allí presentes podían tomar lo que a bien desearan pero con la condición de devolver al año siguiente el doble de lo que llevaban. Así por ejemplo si una persona bajaba diez huevos tenía la obligación de entregar 20. Los castillos por lo regular se realizaban por la advocación de un santo patrono.

Esta costumbre también ha ido decayendo porque mucha gente abandonó sus tierras en tiempo de sequías y en otros casos por incumplimiento de quienes se comprometieron a devolver.

En estas reuniones se hacían presentes conjuntos de folklóricos de flautas y redoblantes de la música criolla como el sanjuanito, el pasacalle, cachullapi, vibraban emotivos; con la venida de nuevos ritmos han ido desapareciendo.

## **Lidia de Gallos**

En Puyango, la lidia de gallos es una actividad bastante usual especialmente en las fiestas, para esta ocasión los aficionados preparan a sus ejemplares con varios días de anticipación para que estén en perfecto estado físico.

Existen dos tipos de concursos, uno es cuando los contrincantes se enfrentan en parejas y el otro es la conocida guerrilla de gallos, que consiste en colocar en la cancha un gran número de ejemplares, que pelean todos contra todos, gana el que logre quedarse en pie luego de haber derrotado a todos sus contrincantes; este tipo de concursos concitan la atención de mucha gente que gusta de estas actividades y de las apuestas que por lo general son bastante representativas.

Esta actividad se ha convertido en una recreación popular en todos los lugares donde se la practica; los aficionados constantemente están introduciendo sementales de mejor calidad con la finalidad de mejorar su cría.

## **LAS CATANAS**

Se puede evidenciar que la gente se dedica a una curiosa actividad como es el cuidado de las "catanas", insecto parecido a las abejas que producen una deliciosa miel.

A decir de los habitantes el polen y la miel que se extrae de las catanas tienen propiedades curativas especialmente para la piel debido a que el mosquito se alimenta de una especie de flor de aroma delicioso y características únicas, la misma que hace que el producto extraído sea de incalculable calidad.

En la Parroquia El Arenal todas las familias poseen al menos una catana con este tipo de producción, actividad que genera recursos a las familias que participan de ella ya que su producto tiene mucha demanda, se la consume en la región y también se vende en los mercados locales, y en las ciudades de Quito y Guayaquil.

Esta actividad se viene realizando desde hace 15 años aproximadamente, al inicio sólo era un hobby pero luego se transformo en una fuente generadora de recursos, es así que hay familias que poseen un gran número de catanas colocadas en lugares estratégicos como árboles o bajo los techos de las casas.

Es una forma novedosa e interesante de conseguir recursos sacándole provecho a este dulce producto. La catana se cosecha en los meses de enero y agosto la cantidad promedio de miel que se extrae por caja es 6 botellas.

En esta parroquia también encontrará las parcelas medicinales, esto consiste el cultivo de todo tipo de plantas que son destinadas a la curación de ciertas enfermedades.

El Arenal tiene infinidad de aves que circundan el cielo y alegran la vida de los habitantes con sus suaves melodías, estas bellas cantarinas hacen sus nidos cerca de las viviendas para acompañar al hombre trabajador en sus faenas de campo.

#### **1.4 INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN PUYANGO**

Para poder inventariar los atractivos turísticos que posee el cantón Puyango se debe conocer una metodología para inventarios turísticos redactada por el Ministerio de Turismo que se detalla a continuación:

El inventario de atractivos Turísticos “Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de

atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico”.

### **Los atractivos turísticos.**

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

### **Facilidades turísticas.**

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo.

### **Objetivo de la metodología.**

La metodología permite unificar los criterios para el registro de información sobre los atractivos turísticos. Posibilita además brindar tanto a las entidades públicas como privadas ligadas al turismo, información actualizada de la localización de los atractivos, su calidad, facilidades de acceso y disfrute en su entorno, a más de una evaluación y valoración de los mismos por sus características.

Para hacer un inventario de atractivos turísticos se necesita clasificar los atractivos en categoría, tipo y subtipo dependiendo si son sitios naturales o manifestaciones culturales.

En lo que se refiere la recopilación de la información se trata de investigar las características más relevantes de cada atractivo cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo, para luego realizar el trabajo de campo que consiste en visitar los atractivos para verificar la información del tal manera que se puede constatar que el atractivo existe buscando información en los Municipios, Consejos Provinciales, Oficina del Ministerio de Turismo, Casas Parroquiales e informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías.

Una vez que se tiene la información se empiezan a llenar las fichas por cada atractivo, para después llegar a la parte final que es la evaluación del atractivo y jerarquización que consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

A continuación se detalla los atractivos turísticos del cantón Puyango:

## **ATRACTIVOS TURISTICOS NATURALES**

### **Aguas Sulfurosas “El Arenal”**

Este lugar turístico está ubicado en el sitio denominado "Las Papayas" a 30 minutos del centro de la ciudad, el costo del transporte es de \$0.75, el recorrido se lo hace en las rancheras o chivas, o en carro particular.

Este atractivo turístico se caracteriza por poseer las aguas sulfurosas y el lodo que son usados para curar afecciones de la piel, el reumatismo y enfermedades de los huesos.

Las aguas sulfurosas fueron descubiertas en el año de 1963 y desde entonces han cobrado gran importancia para el cantón porque constituyen un atractivo que genera bastante expectativa a nivel local y provincial.

Este lugar es un remanso de paz está rodeado por una vegetación bastante atractiva, con árboles de diferentes especies que brindan frescura y pasividad al ambiente; la quebrada "Las Vegas" baña con sus límpidas aguas toda la vegetación circundante y contribuye a que el lugar sea el escenario perfecto para que la gente disfrute de un día de campo rodeado de la esplendorosa naturaleza.

#### **El Bosque Petrificado de Puyango.**

El Bosque Petrificado de Puyango, mundialmente conocido como yacimiento de fósiles marinos y madera petrificada, es un verdadero atractivo turístico. Un paisaje desolado y místico, con gigantescos troncos petrificados, con diámetros que van desde los 2.5 a los 15 metros. Al pie del riachuelo de los Sábalos, es posible encontrar restos fosilizados de caracoles, moluscos, peces, conchas y plantas.

Este bosque petrificado es la colección de fósiles vegetales y animales más grande del mundo. Existen en el lugar 130 especies de pájaros. El turista tiene a su disposición senderos y otros servicios.

La acción de un Volcán hace 100 millones de años, parecería ser la explicación del origen de este fenomenal sitio, cuya importancia científica opaca al Parque Nacional Arizona en los Estados Unidos de Norteamérica.

Puyango está inmerso en un área de bosque seco, semidesértico, con vegetación adaptada al caluroso clima de la región. Pero en el interior del bosque, la vegetación cambia gracias a que recibe el constante baño de pequeños riachuelos.

Grandes árboles petrificados reposan en el camino y en sus cortezas, si se mira con atención, aún se pueden apreciar las huellas de las hojas y de pequeños moluscos. En el lugar existe un museo que guarda, aunque con algo de desorden, piezas fosilizadas de animales, frutos, peces, insectos y moluscos.

La Zona Protegida se encuentra al Suroeste de la Provincia de El Oro, en la parroquia Las Lajas del cantón Arenillas (111 Km. de Machala) y al Oeste de la Provincia de Loja, en la parroquia Alamor del cantón Puyango (280 Km. de la ciudad de Loja), en las orillas del río Puyango.

Posee 2.658 hectáreas de las cuales 100 ha están sin intervenir y posee un bosque seco recuperado. El resto de hectáreas se encuentran en poder de propietarios individuales.

El bosque tiene una temperatura promedio anual de 22.5° C.

### **Flora**

Su vegetación es típica de lugares tropicales, encontrándose la existencia de Petrinos (sobresaliendo el gigante, de 35 m. de altura, 8 m. de circunferencia y 300 años de edad

aproximadamente), ceibos, potos, guapala, pechiche, hualtaco, puyangos, guayacanes, laureles, guácimos, Caciques, cedros, palo santo, higuierón, limoncillo, almendro y otros.

Entre los grandes; y en los pequeños o arbustos tenemos: amancay, bejucos, orquídeas, chaquiro, pastos, ortiga, matico y mortiño, los mismos que en invierno florecen y dan un colorido típico de la naturaleza.

### **Fauna**

Existen más de 130 especies, siendo las más comunes, 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 deleitan a nuestro oído.

En cuanto a mamíferos el bosque abriga a venados, tigrillos, ardillas, sahinós, zorros, rana, armadillos, guatusas, gualillas, gato del monte, entre otros.

En reptiles encontramos: lagartijas (distintas especies), iguanas, serpientes y en el río lagartos.

### **Senderos**

• ***Depósito de Troncos Petrificados***: En este lugar encontraremos unos enormes troncos de árboles que datan de la Era del Cretácico Superior o principios del Terciario.

***Depósito de Troncos Carbonizados:*** Están ubicados a orillas de un riachuelo de aguas muy limpias y transparentes, en este lugar encontraremos unos gigantescos troncos carbonizados que corresponden al período del Jurásico que tuvo su esplendor hace 120 mil millones de años.

- ***Araucaria Gigante:*** Ubicada al final de este sendero, en este lugar constataremos la existencia de uno de los árboles petrificados más grandes y mejor conservados de todo el bosque, tiene una longitud aproximada de 80 metros por unos 8 metros de diámetro.

- ***Petrino Gigante:*** Una verdadera maravilla de la naturaleza; es decir, que en este lugar aún crecen los árboles como lo hacían hace 120 mil millones de años, tiene unos 35 metros de alto por 7.5 de ancho.

### ***Mancomunidad de Manejo, Administración y Control del Bosque Petrificado de Puyango***

Según el Dr. Roberth E. Shoemaker del Towson State University, Baltimore Maryland (1976), los fósiles en el área del río Puyango, entre 60 y 500 millones de años, son “tal vez la colección más grande de madera petrificada del mundo”, en comparación con el bosque petrificado de Arizona que actualmente se conoce a nivel mundial.

El Bosque Petrificado de Puyango BPP, fue declarado legalmente como categoría de “Bosque y Vegetación Protectores” bajo acuerdo ministerial Nro. 002 el 9 de enero de 1987, en una extensión de 2658 ha. de bosque muy seco tropical.

Con fecha 15 de agosto del año 2002, dentro del marco de la descentralización, desconcentración y transferencia de funciones, atribuciones, competencias, responsabilidades y recursos a los gobiernos seccionales, provinciales y locales, se firma el “Convenio de conformación de la mancomunidad entre el Gobierno Provincial Autónomo de El Oro, El H. Consejo Provincial de Loja, Municipio del cantón Las Lajas, y Municipio del cantón Puyango, para la administración, manejo y control del Bosque Petrificado de Puyango”.

El Bosque Petrificado de Puyango, mundialmente conocido yacimiento de fósiles marinos y madera petrificada, es un verdadero atractivo para visitas turísticas, comparable, por su importancia, con las islas Galápagos y el Oriente ecuatoriano.

#### **Piscinas Naturales de Cochurco**

En la quebrada de Cochurco, en su recorrido antes de unirse con el río Puyango ofrece un hermoso paisaje y una espectacular piscina natural (18 grados centígrados, promedio) que es un placer para los turistas y los habitantes de Puyango, es principalmente visitado en carnaval y épocas de verano.

### **ATRATIVOS TURÍSTICOS CULTURALES**

#### **El Reloj de 8 esferas**

En el centro de la ciudad concretamente en las torres de la iglesia matriz se encuentra ubicado el reloj de 8 esferas, joya de gran valor que fue fabricada en Alemania en el año de 1917, por pedido expreso del Dr. Lautaro Vicente Loayza, párroco del cantón en

ese entonces. El costo de esta valiosa joya fue de 5.000 sucres que fueron pagados por el Dr. Loayza, además fue él mismo quien pago los costos de traslado hasta Alamor.

El pedido del párroco fue explícito para que la joya no fuera hecha en serie por lo que hace suponer que es única en el mundo.

Según el comentario de turistas que visitan este lugar dicen que tal reloj no solamente es el mejor del Ecuador sino de Latinoamérica y que la tecnología para construir otro de esta calidad ya no existe porque los técnicos desaparecieron o se terminaron consecuencia de la persecución de Adolfo Hitler de Alemania

El pueblo Alamoreño siente un inmenso orgullo por ser dueños de tan valiosa reliquia que difícilmente se la encuentra en otro sitio debido a la complejidad de su estructura y elaboración; además por la singular elegancia y buen gusto en el diseño, esta reliquia se la considera como un atractivo turístico digno de visitar y conocer.

### **Iglesia Matriz de Alamor**

La Iglesia Matriz está ubicada en el corazón de la ciudad, en el parque central, es el lugar más concurrido en los fines de semana y días festivos.

Constituye la magna obra del filántropo Sacerdote Sr. Don. Lautaro Loayza: Es un templo de construcción mixta, de tres amplias naves y 18 ventanales, bien decorado en su interior por el Sacerdote Luís Antonio Aguirre y de dimensiones capaces de albergar a unos dos mil creyentes. El mismo constructor dotó a las simpáticas torres de

un reloj de 8 esferas que constituye el orgullo de la población, las torres y todo el frontis son de recia madera y forrados de calamina: Dos torres en las que se puede estudiar la gesta religiosa y caballerosa del pueblo Alamoreño.

La primera donación de verdaderas esculturas de imágenes la hizo el mismo Dr. Loayza, importándolas de Barcelona. Posteriormente se adquirieron dos cuadros pictóricos: uno de N. Vivar, Cuenca 1937, y el otro cuadro es una copia de la Virgen de El Cisne.

Hay una imagen criolla que puede datar de más de dos centurias, parece producto de un imaginero autóctono, por las formas un tanto rudimentarias, es muy probable que esta imagen sea el primer patrono del pueblo.

#### **La fiesta del Señor de Girón:**

La feria local que se realiza a partir del 12 de septiembre de todos los años en honor al Señor de Girón. Esta es una serie de festividades cuyo centro atractivo es el intercambio de productos, principalmente el café y a ella acuden gran porcentaje de comerciantes de todo el país. El señor de Girón es motivo de la afluencia de cientos de peregrinos, la devoción de esta imagen invita a visitar la iglesia de Mercadillo, junto a su legendario pueblo.

## **1.5 TURISMO RURAL Y AGROTURISMO**

### **1.5.1 Modalidades de turismo rural.**

El turismo rural comprende diversas modalidades de turismo que no son excluyentes, sino más bien complementarias (Martínez, 1998) por ejemplo:

**Turismo aventura:** ofrece el entorno natural como escenario para la vivencia de actividades recreativas y deportivas con una importante componente de riesgo, utilizando espacios que han sido poco explotados turísticamente (caminatas, descensos en balsas por los ríos, parapente, otros).

**Turismo cultural:** utiliza los recursos históricos, arqueológicos y etnográficos, folklóricos, costumbristas y otros, cuidando de su preservación y orientándose al mejor conocimiento de estos (estudio de culturas indígenas, circuitos históricos y visitas a sitios de interés arquitectónico, y otras actividades).

**Ecoturismo:** forma de turismo en el que se privilegia el contacto y las actividades en el marco de la preservación y conservación del espacio natural donde éste se realiza (observación de aves y flora, visita a parques nacionales, senderismo, otros).

**Agroturismo:** se define como un tipo de turismo que se lleva a cabo en explotaciones agropecuarias combinando recreación tradicional y contacto con la vida del predio, conociendo el modo de vida rural y las tradiciones agrícolas. Las principales actividades productivas que sustentan el agroturismo son aquellas propias de las explotaciones rurales como: cosecha, ordeña, rodeo, trilla, elaboración de conservas, asistencia en la

alimentación y cuidado de los animales entre otros, aunque “a veces estas sólo tengan una finalidad demostrativa y no productiva” (Barrera, 1998); combinadas con otras de carácter recreativo como: avistamiento de aves, cabalgatas, paseos en bote, visitas a los alrededores y otros. Toda esta oferta está cimentada en un espacio natural modificado por el ser humano, pero que conserva gran parte del carácter “natural” de sus recursos: el medio rural agropecuario. El desarrollo acelerado del agroturismo ha traído consigo el surgimiento de diversas expresiones que no en todos los casos corresponden a la manifestación de los principios de un turismo sustentable.

### **Características de un modelo de agroturismo.**

Según FIA (Fundación para la Innovación Agraria) de Chile, existen nueve claves para lo que debe ser el agroturismo:

- ✿ **Innovador** En la gran mayoría de los casos, el agroturismo es una actividad no tradicional que aporta nuevas posibilidades a los medios rurales y que genera cambios en los sistemas existentes.
- ✿ **Participativo** Los habitantes son actores de su propio desarrollo y no sólo espectadores de actividades turísticas.
- ✿ **Asociativo** El agroturismo, cuando opera en forma agrupada, obtiene mejores resultados que cuando lo hace en forma aislada.
- ✿ **Formador** La adquisición de nuevos conocimientos en materias tales como gestión, organización, contabilidad, normativas y otros, no sólo eleva el nivel de los

servicios ofrecidos a la clientela agroturística, sino que también aporta un beneficio general al desarrollo rural.

- ✿ **Cultural** La cultura, el folklore, las tradiciones regionales, la artesanía, las comidas, Son todos elementos que se encuentran presentes en diversos grados en el espacio rural y que el agroturismo fomenta.
- ✿ **Ecológico** Por contraste con su entorno habitual, al visitante de origen urbano, le interesan los paisajes preservados, las especies animales y vegetales protegidas y en su hábitat natural y este interés motiva acciones de valorización de los medios naturales por parte de los agricultores.
- ✿ **Recreativo** Según las características geográficas propias de cada lugar, deben proponerse actividades complementarias al alojamiento, tales como el turismo ecuestre, el senderismo, el cicloturismo, el montañismo, la pesca, la caza, el ecoturismo, los deportes náuticos y otras.
- ✿ **Social** Por sus características y precios, numerosas estructuras de agroturismo trabajan con grupos socio-económicos desfavorecidos. Por otra parte, campesinos de bajos recursos han logrado mejorar sus condiciones de vida gracias a los recursos generados por el agroturismo.
- ✿ **Pedagógico** A menudo, como resultado de convenios con establecimientos educacionales, ciertas estructuras agroturísticas proponen programas de educación ambiental y de divulgación agrícola, acogiendo a grupos de escolares y haciéndolos participar en diversas actividades.

### **1.5.2 Agroturismo en el mundo**

El agroturismo, “en su forma actual, encuentra uno de sus orígenes en los Estados Unidos, donde los hacendados hospedaban en sus ranchos, situados en lugares distantes, sin infraestructura, pero con caza y pesca abundante y de calidad, a los cazadores y pescadores que llegaban a la región durante la temporada” (Silva, Vilarinho y Dale, 1998). El crecimiento en el requerimiento de estos servicios obligó a los propietarios a perfeccionar los servicios complementarios ofrecidos.

En Europa, en cambio, el desarrollo del agroturismo ha estado vinculado a la búsqueda de sus raíces por parte de los inmigrantes urbanos provenientes del medio rural o bien a la necesidad de “descansar” de la agitada y contaminada vida urbana. Es así como hacia fines de los setenta esta forma de turismo tuvo un gran auge en países como España, Portugal, Francia e Italia, donde “propiedades rurales dedicadas a la producción de quesos y/o vinos ofrecen alojamiento y permiten a los turistas participar de las etapas del proceso productivo” (Silva, Vilarinho y Dale; 1998) y el Reino Unido en donde “24.000 agricultores ofrecen servicios de alojamiento” (Barrera, 1998) y permiten participar al visitante de procesos productivos como el del whisky.

En la última década la mayoría de los países latinoamericanos han abordado programas de desarrollo del agroturismo, en especial Chile, Argentina, Brasil y Colombia. En todos ellos la oferta está centrada en el aprovechamiento de las propiedades campesinas tradicionales para prestar servicios principalmente de alojamiento y permitir a los visitantes conocer los procesos productivos, al mismo tiempo que participar de las

bondades turísticas de las áreas naturales y urbanas de los alrededores. La demanda se caracteriza por ser, en su mayoría, de grupos familiares de origen urbano que realizan una estadía más bien corta, y que buscan conocer y vivenciar los modos de vida rural, el descanso y la tranquilidad (Szmulewicz y Alvarez, 2002).

En Latinoamérica, el turismo ha representado para las áreas rurales una buena alternativa de diversificación productiva ante el estado de estancamiento en que se encuentra la agricultura tradicional. En Argentina, Brasil, Colombia, México, Perú, Chile, Paraguay y Uruguay, entre otros, el agroturismo ha significado un aporte al desarrollo económico de las áreas rurales, además de contribuir al rescate y mantención de las formas productivas agropecuarias tradicionales.

El Ecuador y su megadiversidad en especies de flora abren la posibilidad de sumergirse en el fascinante mundo de la agricultura. El Agroturismo en el Ecuador es conocer de cerca las propiedades de plantas medicinales, el cultivo de productos exóticos como la pitahaya, la uva salvaje, el plátano, la naranjilla, el maracuyá (fruta de la pasión) o las plantaciones del mejor cacao del mundo (Ruta del Cacao); y, de una inmensa variedad de rosas y flores tropicales, que permiten, conocer in situ el ambiente en el que crecen los tesoros de la Pacha Mama o Madre Tierra. .

En Guayaquil “del 20 al 22 de noviembre se realizó el “Festival Chocofest: el chocolate de los 4 Mundos” El Chocofest es la primera feria de Cacao y Chocolate fino que se realiza en el Ecuador. El Festival auspiciado por el Ministerio de Turismo, busca impulsar el agroturismo, el turismo rural, ecológico y la gastronomía en base al cacao

ecuatoriano, producto de excelente calidad, como una alternativa para que los visitantes nacionales y extranjeros disfruten de la belleza que le presenta una finca cacaotera o cafetaleras, o bananera en el Mundo Costa. Mientras que en el Mundo Andes, se puede encontrar granjas donde se cultivan cereales; tubérculos, haciendas florícolas, sitios por demás hermosos en las que los visitantes podrán disfrutar de una experiencia inolvidable. Ahora mismo, la integración de haciendas agrícolas en el país, está facilitando los servicios de hospedaje y alimentación a los turistas, por lo que el agroturismo se constituye en una de las actividades generadoras de desarrollo y de empleo”. Escrito por Dirección Nacional de Comunicación Social. Viernes, 14 de noviembre del 2008.

Agroturismo Eco-Amigable es coordinado por CRACYP, (Corporación Red Arborizadora Campo Y Progreso) es una ONG local de reforestación, trabaja con más de 200 comunidades rurales en las estribaciones occidentales de los Andes en Ecuador, más o menos en la intersección de las tres provincias de Bolívar, Cotopaxi y Los Ríos.

Esta es una gran oportunidad para ver y experimentar como vive la gente en esta zona cálida y tropical de Ecuador, sus riquezas productivas agrícolas. Las fincas, las casas y las familias son todas diferentes y cada una tiene su propio encanto.

En la provincia de Loja aún no hay empresas registradas en el Ministerio de Turismo dedicadas al agroturismo.

### **1.5.3 Principales problemas que enfrenta la Comunidad de Valle Nuevo**

- Las Vías de comunicación y acceso se encuentran en mal estado.
- No existen mercados cercanos donde se pueda vender todo lo que el agricultor produce, por ende los productos se deterioran.
- Migración de los jóvenes a las grandes ciudades.
- Falta de organización, comunicación y gestión comunitaria.
- Los atractivos turísticos no reciben un debido mantenimiento para evitar su deterioro tal es caso de las aguas sulfurosas, la iglesia de El Arenal entre otros.
- No hay un programa de reciclaje, manejo adecuado de la basura para su posterior reutilización.
- Falta de promoción turística.
- Falta de infraestructura turística y Hotelera.

Después de hacer un recorrido por la comunidad y sus respectivas fincas se puede comprobar la productividad y la belleza escénica del lugar. Con el presente proyecto se pone en evidencia los principales problemas que tiene la comunidad y que constituyen una limitación para su desarrollo, la mayoría de inconvenientes se derivan de la falta de atención por parte de los gobiernos de turno y el conformismo de los moradores.

#### 1.5.4 Análisis FODA

**Cuadro N° 1 Análisis FODA de la comunidad de Valle Nuevo.**

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"><li>✚ Diversidad natural, cultural, productiva y paisajística</li><li>✚ Alto nivel de hospitalidad por parte de la ciudadanía</li><li>✚ Transporte público local y provincial</li><li>✚ Clima cálido, agradable y sano</li></ul>
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"><li>✚ Lograr tener demanda de turistas nacionales e internacionales por el bosque Petrificado de Puyango.</li><li>✚ Interés por parte de los operadores hacia nuevos destinos y productos turísticos.</li><li>✚ Apoyo por parte de ONG.</li><li>✚ Oportunidad para nuevas inversiones turísticas.</li></ul>
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"><li>✚ La población no está capacitada para dar un adecuado trato al turista.</li><li>✚ Falta de decisión, planificación e investigaciones para desarrollar nuevos proyectos turísticos.</li><li>✚ La mayor parte de los actores no domina otro idioma, aparte del Español</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Falta de guías turísticos</li> <li>✚ Insuficiente señalización turística en las carreteras y destinos.</li> <li>✚ Mal estado de las vías de comunicación y transporte.</li> <li>✚ No existe recursos económicos ni presupuesto suficiente para invertir en turismo</li> </ul>
<p>AMENAZAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Inestabilidad y alteraciones Políticas</li> <li>✚ No existe la ayuda necesaria del Gobierno Central para desarrollar de una mejor manera el turismo.</li> <li>✚ Peligro de deslaves en la vía</li> <li>✚ Existe la descoordinación institucional y disminución de recursos municipales para turismo</li> </ul>

*Fuente: Observación Directa, 2009*

*Elaboración: Autora*

## 1.6 DIAGNÓSTICO DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA DEL CANTÓN PUYANGO

### 1.6.1. Alojamiento

**Cuadro N° 2 Establecimientos Hoteleros del Cantón Puyango**

<b>HOTELES</b>					
<b>Nombre</b>	<b>Dueño</b>	<b>Dirección</b>	<b>Categoría</b>	<b>Habitaciones</b>	<b>Plaza</b>
Grand hotel SICA	Sisalima Maldonado Stalin Benjamín	10 de agosto y colón	Segunda	18	35
Puyango	Córdova Apolo Isabel María	10 de agosto entre sucre y Juan Montalvo	Tercera	16	24
<b>PENSIONES</b>					
Del bosque	Ledesma Jaramillo Ángel Salvador	Sucre y 10 de agosto	Primera	7	14
Central	Chalan Maldonado Jesús Angélica	10 de agosto y Juan Montalvo	Tercera	9	9

*Fuente: Catastro Loja, 2008*

*Elaboración: CEITUR*

### 1.6.2. Alimentación

**Cuadro N° 2 Restaurantes del Cantón Puyango**

<b>Nombre</b>	<b>Dueño</b>	<b>Dirección</b>	<b>Categoría</b>	<b>Mesas</b>	<b>Plazas</b>
Cafetería Central	García mora Enid Enriqueta	Guayaquil y sucre	Cuarta	4	16
Parrilladas Eli	Valladolid Flores Elida margarita	10 de agosto y Juan Montalvo	Cuarta	5	20
Nube azul	Segundo Abertano chalan M.	10 de agosto y Juan M.	Cuarta	5	20

*Fuente: Catastro Loja, 2008*

*Elaboración: CEITUR*

### **1.6.3. Vías de comunicación y transporte**

Las Vías de comunicación con destino a Puyango son:

#### **Carreteras Principales:**

- Loja - Alamor (Panamericana) y
- Alamor - Machala. (Panamericana)

#### **Secundarias:**

- Alamor, Vicentino, Ciano, Arenal.
- Alamor, El Limo, Mangahurco.
- Alamor, El Derrumbo, Puyango (puente viejo)
- Alamor, Chaquinal, Pindal.

**2. CAPITULO II**  
**ESTUDIO DE MERCADO**

## 2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

### 2.1.1 Objetivo de la investigación.

- Determinar el perfil de los visitantes
- Analizar las variables que hacen que las personas visiten el cantón Puyango
- Identificar las necesidades, gustos y preferencias de los visitantes
- Detectar un promedio de gastos que realizan los visitantes en el cantón Puyango

### 2.1.2 Unidad de muestreo.

Hombres y mujeres mayores de 15 años que visitan el cantón Puyango por cualquier motivación.

### 2.1.3 Tamaño de la muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la fórmula de probabilidad finita con un coeficiente de fiabilidad del 95.5%:

$$n = \frac{(4 \times P \times Q \times N)}{E^2(N - 1) + (4 \times P \times Q)}$$

**Probabilidad finita** (Coeficiente de fiabilidad del 95.5%)

**E**= error de muestreo:

**P y Q**= probabilidades

**N**= universo

**n**= tamaño de la muestra

**Donde los valores proporcionales son:**

$$E = \pm 4 \%$$

$$P = 50$$

$$Q = 50$$

$$N = 5.097$$

**Reemplazando valores**

$$n = \frac{(4 \times 50 \times 50 \times 5.097)}{4^2(5.097 - 1) + (4 \times 50 \times 50)}$$

$$n = \frac{(4 \times 50 \times 50 \times 5.097)}{16(5.096) + (10000)}$$

$$n = \frac{50\,970\,000}{91\,536} \quad n = 557 \text{ encuestas a realizar}$$

**Cuadro N° 3 Número de encuestas**

<b>Lugar</b>	<b>P.E.A</b>	<b>N° de encuestas</b>	<b>%</b>
Cantón Puyango	5.097 habitantes.	557	10.93%

*Fuente: Censo poblacional y de vivienda 2001*

*Elaboración: Autora*

De acuerdo a los cálculos se realizó 557 encuestas en el cantón Puyango en los sitios de mayor afluencia de turistas, tal es el caso de El Bosque Petrificado de Puyango, Alamor, El Arenal y Mercadillo. Se estima un error de muestreo de las encuestas del 4% que corresponde a las personas encuestadas que no respondieron con la verdad.

### 2.1.4 Diseño del cuestionario

En el anexo A-1 se encuentra el formato del cuestionario que se utilizó para el desarrollo de las encuestas.

## 2.2 RESULTADOS

### GRÁFICA N°1

#### DIVISIÓN POR GÉNERO

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Hombre	289	52 %
Mujer	268	48 %
TOTAL	557	100 %

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora*



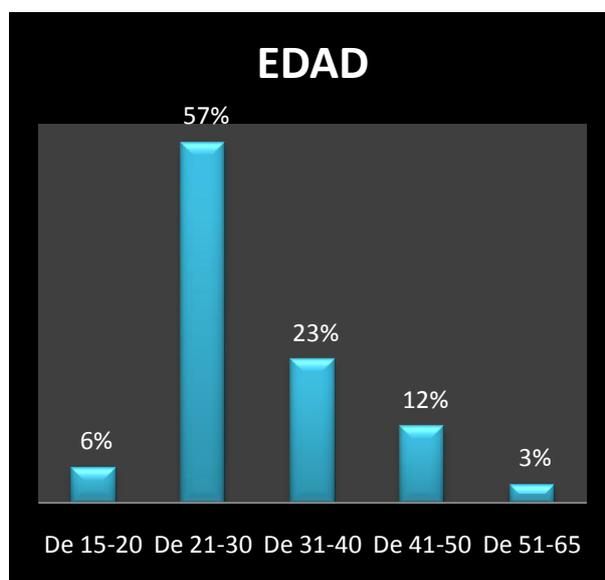
De acuerdo a la gráfica se puede observar que de 557 personas encuestadas en el Cantón Puyango, el 52% corresponde al género masculino y el 48% restante al género femenino. Datos obtenidos de los resultados del último censo poblacional y de vivienda del INEC, realizado en el año 2001, muestra que el cantón Puyango posee una población aproximada de 15.505 habitantes de los cuales 7.894 pertenecen al género masculino y 7.611 al femenino.(Gráfica N°1)

## GRÁFICA N°2

### EDAD

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
De 15-20	31	6
De 21-30	317	57
De 31-40	126	23
De 41-50	67	12
De 51-65	16	3
TOTAL	557	100

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora*



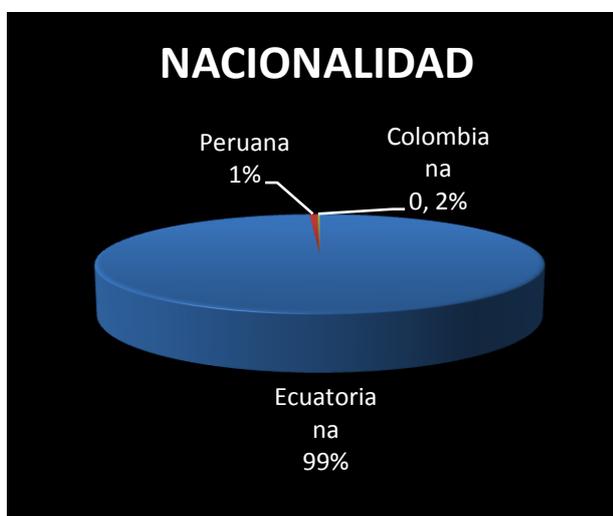
La gráfica muestra las edades por rangos de las personas que visitan el cantón Puyango, en la cual se puede observar que de 557 visitantes el 6% son de 15 a 20 años de edad, el 57% de 21 a 30 años, el 23% de 31 a 40 años, el 12% de 41 a 51 años, y el 3% restante va de 51 a 65 años de edad. Se puede observar claramente que la mayor afluencia de visitas es de personas entre 21 a 30 años de edad. (Gráfica N° 2).

### GRÁFICA N°3

#### NACIONALIDAD

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Ecuatoriana	552	99,1
Peruana	4	0,7
Colombiana	1	0,2
total	557	100,0

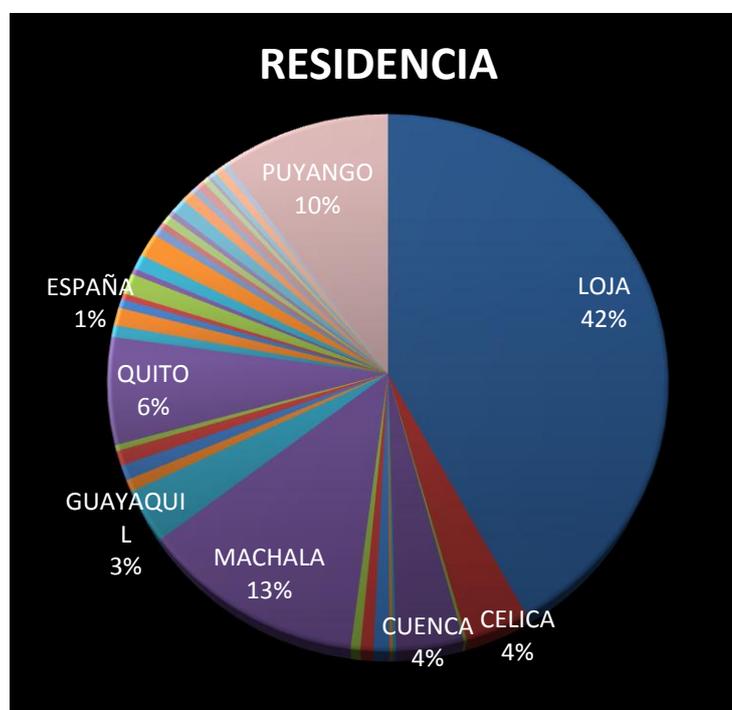
*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora*



Según los datos obtenidos se indica que la mayoría (el 99%) de personas que visitan los sitios turísticos de Puyango son ecuatorianos y el 1% restante de Perú y Colombia. (Gráfica Nª 3). El siguiente cuadro muestra que el 42% son de la ciudad de Loja, el 13% de Machala, el 10% del Cantón Puyango, el 6 % de Quito, el 4% de Celica, otro 4% de la ciudad de Cuenca y la minoría restante se distribuyen de varias ciudades del Ecuador (Gráfica Nª4).

#### GRÁFICA Nª4

#### RESIDENCIA



## GRÁFICA N°5

### OCUPACIÓN

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Director de empresas y Administraciones Públicas	18	3,2
Técnicos profesionales científicos e intelectuales	68	12,1
Empleados administrativos	46	8,2
Restauración y comercio	72	12,9
Artesanos y trabajadores de industrias	31	5,5
Trabajadores no cualificados	93	16,6
Fuerzas armadas	45	8,0
Estudiante	182	32,5
Jubilado	1	0,2
Músico	4	0,7
TOTAL	560	100,0

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009

Elaboración: Autora



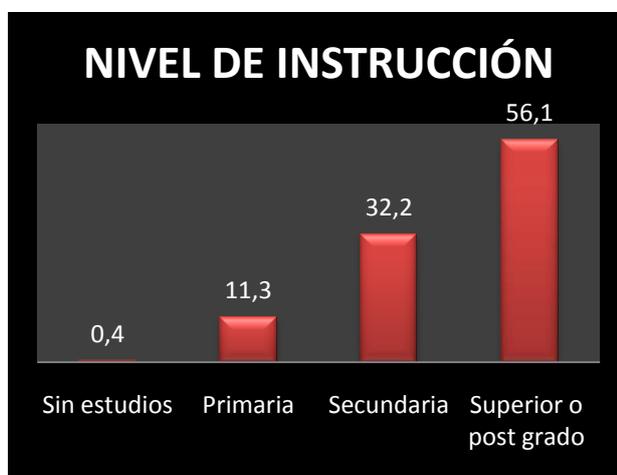
De las personas encuestadas el 33% son estudiantes de colegios y universitarios, el 17% son trabajadores no cualificados, el 13% se dedican al comercio y restauración, el 12% son técnicos y profesionales, científicos e intelectuales, el 8% pertenecen a las fuerzas armadas (militares y policías), el 8% son empleados administrativos, el 3% son directores de empresas y administraciones públicas, y la minoría restante se dedica a otras actividades (gráfica N° 5.)

## GRÁFICA N°6

### NIVEL DE INSTRUCCIÓN

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Sin estudios	2	0,4
Primaria	63	11,3
Secundaria	179	32,2
Superior o post grado	312	56,1
TOTAL	556	100,0

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora*



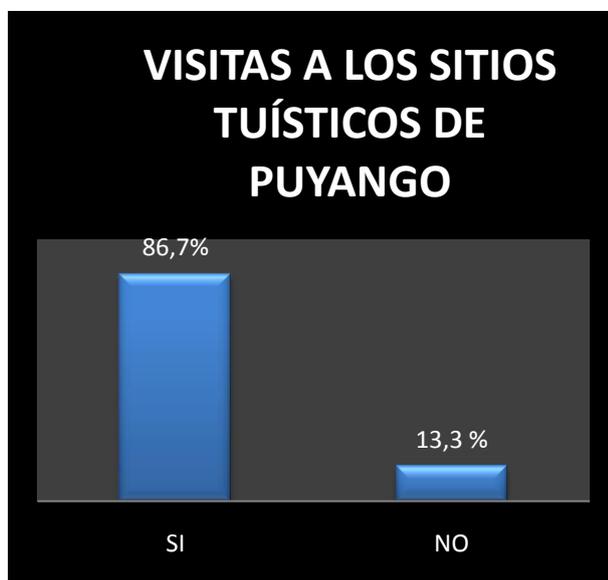
Según la gráfica N° 6, el 56 % de las personas encuestadas poseen un nivel de instrucción Superior o postgrados, siendo jóvenes que salen a estudiar a grandes ciudades y en vacaciones regresan a su ciudad natal.

### GRÁFICA N° 7

#### VISITAS A LOS SITIOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN PUYANGO

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
SI	482	86,7
NO	74	13,3
TOTAL	556	100,0

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora*



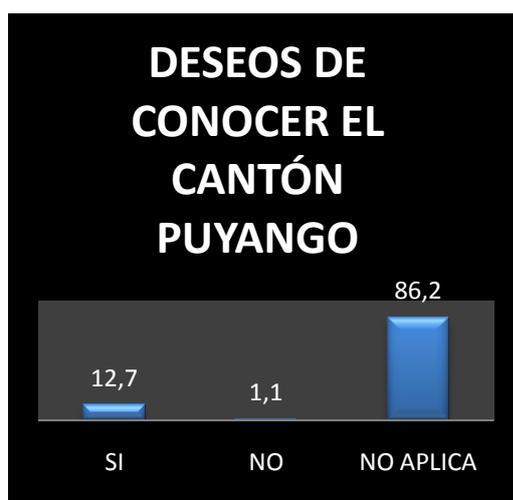
La mayoría (86.7%) de los encuestados conocen los lugares turísticos de Puyango, del 13.3% restante, si se lo toma como un 100%, el 86% le gustaría conocer y el 1.1% no está interesado en conocer el cantón debido a varios factores como: las vías en mal estado, falta de atractivos turísticos y la gente prefiere otros lugares cercanos que satisfacen sus necesidades. (Gráfica 7 y 8)

### GRÁFICA N° 8

#### DESEOS DE CONOCER EL CANTÓN PUYANGO

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
SI	71	12,7
NO	6	1,1
NO APLICA	480	86,2
TOTAL	557	100,0

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora*



## GRÁFICA N°9

### PRIMERA VISITA

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
SI	128	23,0
NO	354	63,7
NO APLICA	74	13,3
TOTAL	556	100,0

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora*



De las personas que visitaron Puyango el 23% conoce por primera el cantón. El 63.7% visitan más de una vez, y el 13% representa a las personas que aun no han visitado el cantón (Gráfica N°9).

En la gráfica N° 10 se puede dar cuenta la frecuencia con la que los turistas visitan el cantón, dando como resultado que el 37.2% de los visitantes lo realizan una vez al año y el 27.3 % dos veces al año.

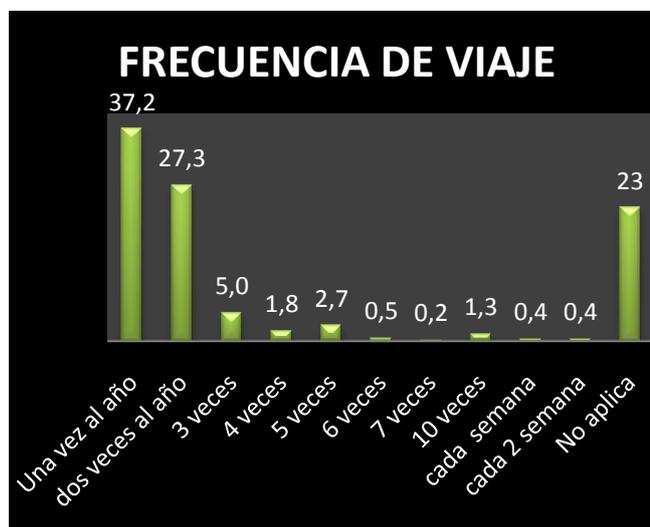
## GRÁFICA N° 10

### FRECUENCIA DE VIAJE

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Una vez al año	206	37,2
dos veces	152	27,3
3 veces	28	5,0
4 veces	10	1,8
5 veces	15	2,7
6 veces	3	0,5
7 veces	1	0,2
10 veces	7	1,3
cada semana	2	0,4
cada 2 semana	2	0,4
No aplica	130	23
TOTAL	557	100,0

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009

Elaboración: Autora



## GRÁFICA N° 11

### TAZA DE RETORNO

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
SI	477	86.4
NO	2	0,4
NO APLICA	78	13.3
TOTAL	557	100,0

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora*



De las 482 personas encuestadas y que si visitaron el Cantón Puyango, el 86.4% visitaría nuevamente de las cuales 3 (0.5%) no recomendaría visitar, el 0.4% no regresaría y el 13.3 % de no aplica corresponde a las personas encuestadas que no han visitado los sitios turísticos del cantón Puyango. (Grafica N° 11 y 12)

## GRÁFICA N° 12

### RECOMENDARÍA VIAJAR A PUYANGO

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
SI	480	86.2
NO	3	0,5
NO APLICA	74	13.3
TOTAL	557	100,0

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009*  
*Elaboración: Autora*

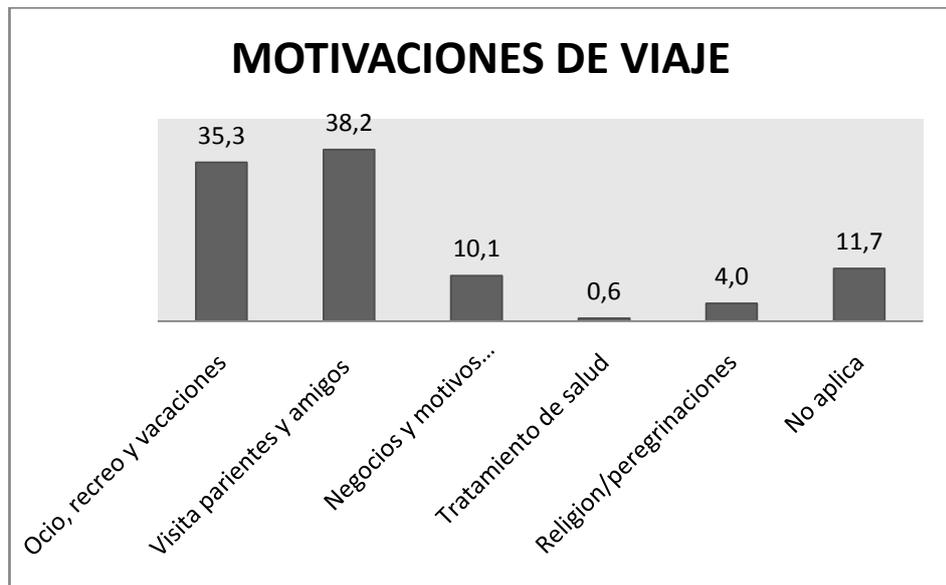


## GRÁFICA N° 13

### MOTIVACIONES DEL VIAJE

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Ocio, recreo y vacaciones	223	35,6
Visita parientes y amigos	241	38,2
Negocios y motivos profesionales	63	10,0
Tratamiento de salud	4	0,6
Religión/peregrinaciones	25	4,0
No aplica	74	11,7
TOTAL	631	100,0

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora



Las personas que viajan a Puyango tienen varias motivaciones. En este caso, de las personas encuestadas el 38.2 % viajan a Puyango por visitar a parientes y amigos, el 35.6 % por ocio, recreo y vacaciones, el 10.1% por negocios y motivos profesionales, el 4% por motivos religiosos y peregrinaciones y en su minoría (0.6%) la gente viaja por motivos de salud (Gráfica N° 13).

#### GRÁFICA N°14

#### ATRATIVOS TURÍSTICOS QUE VISITÓ

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Lagunas	57	3
Aguas termales	215	12
Balnearios de río	325	17
Miradores	15	1
Montañas	51	3
Cascada	43	2
Bosque	390	21
Iglesias	156	8
Centros artesanales	31	2
Ferias	216	12
Comunidades	321	17
Manifestaciones culturales	24	1
Sitios gastronómicos	17	1
<b>TOTAL</b>	<b>1861</b>	<b>100</b>

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009*

*Elaboración: Autora*



Los sitios más visitados en el cantón Puyango son bosques es decir el Bosque Petrificado de Puyango con un 21%, balnearios de río (Quebrada de Cochurco) con el 17%, también las comunidades con el 17%, aguas termales y ferias 12%, Iglesias con el 8% y en su minoría se encuentran miradores, montañas, cascadas, manifestaciones culturales y sitios gastronómicos, siendo sitios de menor relevancia para los turistas (Gráfica N°14).

## GRÁFICA N°15

### FORMA DE VIAJAR

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Solo	127	23
Pareja	65	12
Grupo amigos	147	26
Grupo familiar	201	36
No Aplica	17	3
Total	557	100

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora



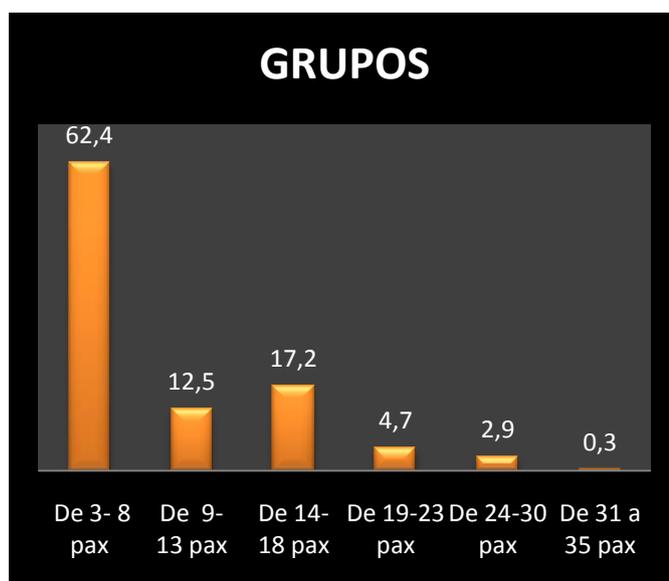
El 36% de los encuestados viaja en grupo familiar, el 26% viaja en grupo de amigos, el 23% realizan sus viajes solos y el 12% con su pareja (GráficaN°15).

## GRÁFICA N°16

### GRUPOS

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
De 3- 8 pax	214	62,4
De 9- 13 pax	43	12,5
De 14- 18 pax	59	17,2
De 19-23 pax	16	4,7
De 24-30 pax	10	2,9
De 31 a 35 pax	1	0,3
TOTAL	343	100,0

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora



## GRÁFICA N°17

### CONFORMACIÓN DEL GRUPO

Grupo	Mujer %	Hombre %	Niño %	Niña %
De 3- 8 pax.	43,2	42,9	8,4	5,5
De 9- 13 pax	65,7	25,8	6,5	2,1
De 14- 18 pax	43,4	51,3	2,8	2,5
De 19-23 pax	47,3	39,7	6,6	6,3
De 24-30 pax	48,5	30,5	10,7	10,3
De 31 a 35 pax	84,4	15,6	0	0

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora



En el cuadro anterior se puede distinguir como están conformados los grupos de personas que visitan Puyango, en grupos de 3 a 8 pax el 43.2% son mujeres, el 42.9% son hombres, el 8.4% son niños y el 5.5% son niñas, a diferencia con los grupos conformados por 31 a 35 pax, el 84.4% son mujeres y el 15.6% son hombres sin compañía de niños (Gráfica N° 17).

### GRÁFICA N° 18

#### DURACIÓN DE LA ESTADÍA

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
0 Noches	169	30,3
De 1 a 3	294	52,8
De 4 a 7	70	12,6
De 8 a 28	9	1,6
De 29 a 91	6	1,1
No aplica	9	1,6
Total	557	100,0

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora



El 52.8% de los encuestados permanece de 1 a 3 noches en el sector, mientras que 30.3% no se queda a pernoctar (Gráfica N°18)

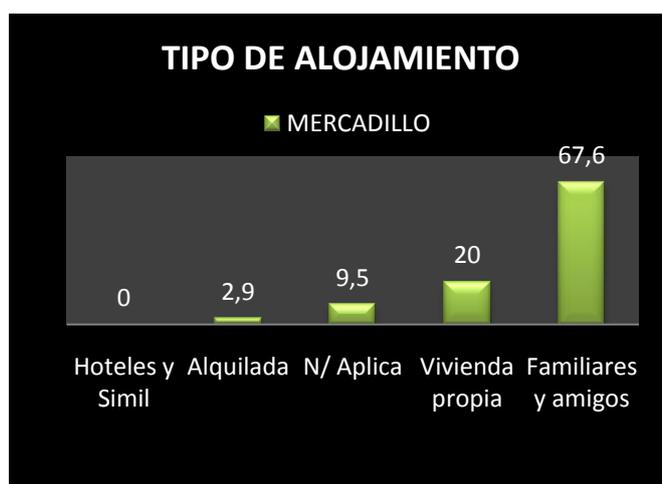
## GRÁFICA N° 19

### TIPO DE ALOJAMIENTO

TIPO DE ALOJAMIENTO	MERCADILLO	PORCENTAJE
Hoteles y Similares	0	0
Alquilada	3	2,9
N/ Aplica	10	9,5
Vivienda propia	21	20
Familiares y amigos	71	67,6
TOTAL	105	100,0

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009*

*Elaboración: Autora*

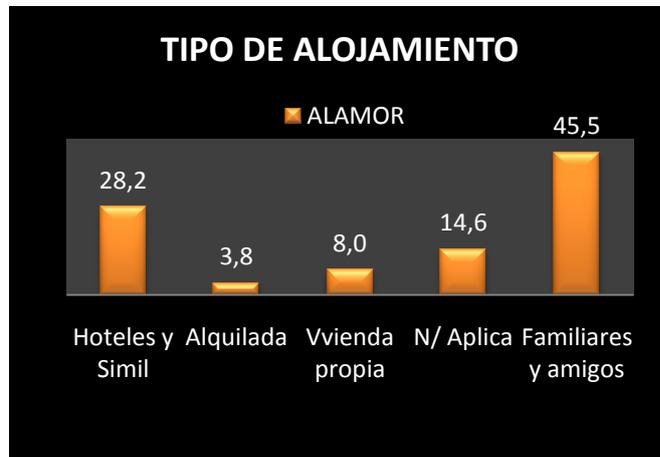


## GRÁFICA N° 20

### TIPO DE ALOJAMIENTO

TPO DE ALOJAMIENTO	ALAMOR	PORCENTAJE
Hoteles y Similares	60	28,2
Alquilada	8	3,8
Vivienda propia	17	8,0
N/ Aplica	31	14,6
Familiares y amigos	97	45,5
TOTAL	213	100,0

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora



## GRÁFICA N° 21

### TIPO DE ALOJAMIENTO

TPO DE ALOJAMIENTO	EL LIMO	PORCENTAJE
Hoteles y Similares	0	0
Alquilada	0	0
N/ Aplica	0	0
Vivienda propia	0	0
Familiares y amigos	10	100
TOTAL	10	100

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora*

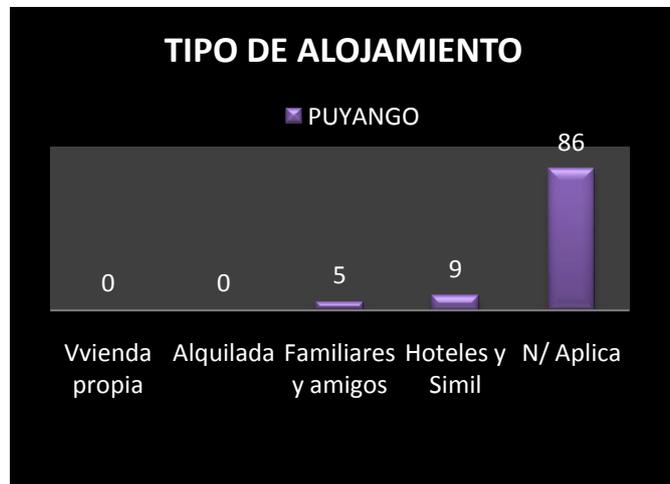


## GRÁFICA N° 22

### TIPO DE ALOJAMIENTO

TPO DE ALOJAMIENTO	PUYANGO	PORCENTAJE
Vivienda propia	0,0	0
Alquilada	0,0	0
Familiares y amigos	5,0	5
Hoteles y Similares	9,0	9
N/ Aplica	86,0	86
TOTAL	100,0	100

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora



## GRÁFICA N° 23

### TIPO DE ALOJAMIENTO

TPO DE ALOJAMIENTO	CIANO	PORCENTAJE
Hoteles y Similares	0	0
Alquilada	0	0
N/ Aplica	0	0
Vivienda propia	0	0
Familiares y amigos	8	100
TOTAL	8	100

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009*

*Elaboración: Autora*



De acuerdo a los gráficos anteriores (N°,19,20,21,22, 23)se puede decir que las 105 personas que visitan mercadillo el 67.6% se hospedan en casa de familiares o amigos, las 213 que visitan Alamor el 45% en casa de familiares y amigos, el 28.2% en hoteles y similares, las 10 personas que visitan el limo el 100% se hospeda en casa de familiares y amigos, de las 100 que visitan el sector Puyango el 86% no aplica es decir no se

hospeda, el 9% lo hace en hoteles y familiares, de las 8 personas que visitan Ciano el 100% se hospeda en casa de familiares y amigos.

Considerando que según el catastro turístico del 2008 solamente existen 2 hoteles en la ciudad de Alamor el Grand Hotel SICA del señor Sisalima Maldonado Stalin y el Puyango de la señora Córdova Apolo Isabel, además dos pensiones, la Pensión del Bosque de primera categoría y el Central de tercera categoría.

## GRÁFICA N° 24

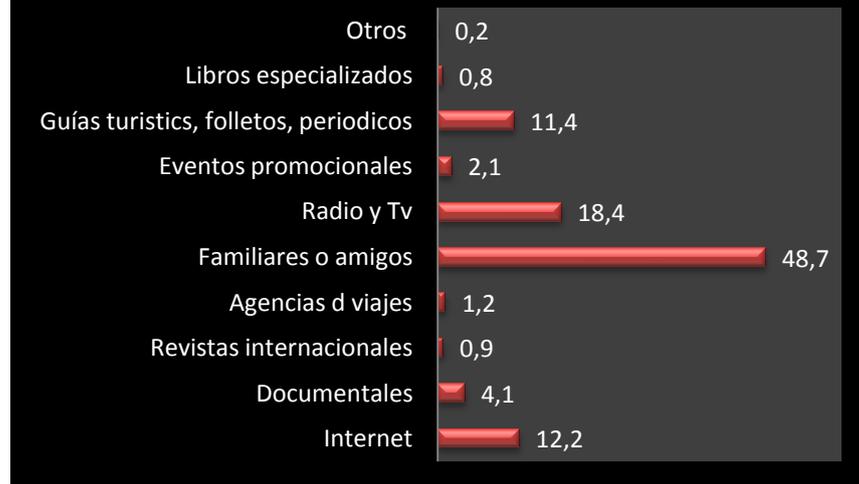
### MEDIOS DE INFORMACION

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Internet	120	12,2
Documentales	40	4,1
Revistas internacionales	9	0,9
Agencias d viajes	12	1,2
Familiares o amigos	480	48,7
Radio y Tv	181	18,4
Eventos promocionales	21	2,1
Guías turísticos, folletos, periódicos	112	11,4
Libros especializados	8	0,8
Otros	2	0,2
<b>TOTAL</b>	<b>985</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009*

*Elaboración: Autora*

## MEDIOS DE INFORMACIÓN



Respecto a los medios de información, los visitantes en su mayoría (48.7%) se informa por medio de familiares o amigos que ya visitaron el lugar, el 18%9 mediante radio y Tv cuyas radios del cantón Puyango son: Radio Mega Satelital y Radio integración, el 12% mediante internet, el 11% mediante guías turísticas, folletos y periódicos. (Gráfica N° 23)

## GRÁFICA N°25

### ACTIVIDADES

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Aviturismo	300	9,3
Turismo de aventura	274	8,5
Trek-king	309	9,6
Pesca deportiva	424	13,19
Ecoturismo	162	5,0
Vinculación con productos agrícolas	339	10,5
Deportes de riesgo	177	5,5
Gastronomía	154	4,8
Juegos de azar	194	6,0
Paseo a caballos	451	14,0
Natación	431	13
TOTAL	3215	100,0

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009

Elaboración: Autora



Entre las actividades que más les gusta realizar a los visitantes están paseos a caballo con el 14%, pesca deportiva con el 13.19% y natación 13%, vinculación con las actividades agrícolas en un 10.5%, al contrario de gastronomía con el 4.8%. (Gráfica N°25)

### GRÁFICA N°26

#### ACOGIDA DE UN NUEVO PRODUCTO

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Si	551	98,9
No	6	1,1
TOTAL	557	100,0

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009

Elaboración: Autora



De acuerdo a las encuestas realizadas el 98.9% si le gustaría que se implemente un nuevo producto turístico y el 1.1% no está de acuerdo por las vías en mal estado y falta de motivación. (Gráfica N° 27)

### GRÁFICA N° 27

#### SERVICIO TURÍSTICO CONTRATADO

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Si	314	56,4
No	237	42,5
No aplica	6	1,1
Total	556	100,0

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009

Elaboración: Autora



De las personas que visitaron el cantón Puyango el 56.4% si contrataría algún servicio turístico y el 42.5% no lo contrataría, el 6% de no aplica corresponde a las personas que no han visitado el cantón Puyango. (Gráfica N° 27)

### GRÁFICA N°28

#### MOTIVO PARA NO CONTRATAR

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Muy caro	55	9,8
Poca información	38	6,8
No le interesa	41	7,3
Conoce la zona	72	12,8
Amigos e la zona	50	8,9
Otros	2	0,4
No aplica	304	54,1
<b>TOTAL</b>	<b>562</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora*



Entre los motivos para no contratar servicios turísticos están el 12.8% los visitantes conocen la zona, el 9.8% considera que contratar un servicio turístico es muy caro, el 8.9% tiene amigos en la zona, el 7.3% no le interesa y el 6.8% no conoce que se puede contratar servicios turísticos, el 54.1% de no aplica corresponde a los que si contratan servicios turísticos (Gráfica N° 29).

### GRÁFICA N° 29

#### SERVICIOS CONTRATADOS

NÓMINA	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Alojamiento	131	10,1
Alimentación	302	23,4
Rent a car	64	5,0
Guías	191	14,8
Excursiones	173	13,4
Actividad recreativas	242	18,7
Otros	0	0,0
No aplica	188	14,6
Total	1291	100,0



Los servicios que más se contratan en el cantón Puyango son alimentación con el 23.4%, luego le sigue actividades recreativas con el 18.7% y las que menos se contratan son renta car con el 5% (Gráfica N° 30).

### GRÁFICA N°31

#### GASTO PROMEDIO POR TURISTA

NÓMINA	GASTO PROMEDIO POR TURISTA \$
Alojamiento	13,2
Alimentación	11,3
Servicios culturales	6,2
Diversión y entretenimiento	8,8
Compra de bienes	14,0
Otros servicios	5,7
Total	59,15

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora*



Realizando un promedio de los gastos que un turista realiza el cantón Puyango se obtiene que el gasto total de un turista es de USD 59.15 por los días que permanece en el cantón, distribuidos de la siguiente manera: \$13.2 en alojamiento, \$11.3 de alimentación, \$6.2 servicios culturales, \$ 8.8 en diversión y entretenimiento, \$14 en compra de bienes, y \$ 5.7 en otros gastos no especificados. (Gráfica N° 31)

### GRÁFICA N° 32

#### RELACIÓN PRECIO/CALIDAD EN ALOJAMIENTO

NÓMINA	FRECUENCIA	%
Bueno	91	67,4
Regular	40	29,6
Malo	4	3,0
TOTAL	135	100

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora



### GRÁFICA N° 33

#### RELACIÓN PRECIO/CALIDAD EN ALIMENTACIÓN

NÓMINA	FRECUENCIA	%
Bueno	268	72,0
Regular	100	26,9
Malo	4	1,1
TOTAL	372	100

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora



### GRÁFICA N° 34

#### RELACIÓN PRECIO/CALIDAD EN TRANSPORTE

NÓMINA	FRECUENCIA	%
Bueno	136	35,6
Regular	208	54,5
Malo	38	9,9
TOTAL	382	100

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora



### GRÁFICA N° 35

#### RELACIÓN PRECIO/CALIDAD EN GUIAS

NÓMINA	FRECUENCIA	%
Bueno	209	85,7
Regular	35	14,3
Malo	0	0
TOTAL	244	100

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora



## GRÁFICA N° 36

### RELACIÓN PRECIO/CALIDAD EN EXCURSIONES

NÓMINA	FRECUENCIA	%
Bueno	270	74,2
Regular	88	24,2
Malo	6	1,6
TOTAL	364	100

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora*



## GRÁFICA N° 37

### RELACIÓN PRECIO/CALIDAD EN ACTIVIDADES RECREATIVAS

NÓMINA	FRECUENCIA	%
Bueno	316	68,0
Regular	131	28,2
Malo	18	3,9
TOTAL	465	100

Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009  
Elaboración: Autora



De acuerdo a las gráficas N° 32,33,34,35,36,37, se puede observar que en alojamiento el 64% de las personas considera que es bueno, en alimentación el 72% es bueno, en transporte el 54.5% lo considera regular, en guías el 85% lo considera bueno, en excursiones el 74.2% lo considera bueno, en actividades recreativas el 68% lo considera buenos.

**CAPÍTULO III**  
**DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO**

### **3.1 CONCEPTO DE PRODUCTO TURÍSTICO**

**PRODUCTO TURÍSTICO:** Middleton afirma que el producto turístico tiene su principal insumo en el atractivo, en torno del cual giran una serie de elementos que permiten que se desarrolle la actividad turística en un espacio determinado. En un sentido más amplio, el producto turístico es el conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructuras y organizaciones que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino y su posterior retorno al sitio de partida.

### **3.2 ELEMENTOS QUE DAN LUGAR AL PRODUCTO TURÍSTICO**

El adecuado diseño de productos turísticos debe llevarse a cabo mediante la realización de una serie de acciones y procedimientos que son de necesario cumplimiento; su utilidad bien podría explicarse mediante la siguiente expresión: búsqueda del éxito. Ello significa que éste debe responder tanto a las expectativas y deseos de los consumidores potenciales, como a las características estructurales y formales del entorno como un todo y de la competencia turística en particular.

Clasificación de los componentes del producto según sea:

**Orientado hacia el turista:** Todas las actividades económicas relacionadas con el turismo. Bienes y servicios que son producidos fundamentalmente para el consumo de los turistas que logran un beneficio económico para sus productores.

Éstos pueden ser servicios de hospedaje, alimentación, guías de turistas, información y otros.

**Orientado a los residentes:** Bienes y servicios que son producidos principalmente para el uso y consumo de la población local, como puede ser la infraestructura, la seguridad, farmacias y hospitales, tiendas y muchas otras.

**Producto integrado:** Es la totalidad de bienes y servicios que el turista requiere mientras se encuentra lejos de casa, y que en términos generales es la suma de los bienes y servicios de las dos categorías anteriormente mencionadas.

**Recursos turísticos:** en los cuales están cuatro tipos:

 **Asociados al agua**

- ✓ La quebrada de Cochurco
- ✓ El Río Puyango
- ✓ Aguas sulfurosas de El Arenal

 **Asociados a la tierra**

- ✓ Bosque Petrificado de Puyango

 **Asociados a la historia**

- ✓ La ciudad perdida de Guambona
- ✓ Alamor
- ✓ El reloj de 8 esferas de Alamor

 **Asociados al hombre**

- ✓ Gastronomía
- ✓ Costumbres ancestrales, mitos y leyendas

## **ANÁLISIS PRELIMINAR DEL ENTORNO**

### **Variables y cambios**

#### ➤ Económicos.

- Globalización.
- Crisis económica a nivel mundial.

#### ➤ Políticos

- Procesos de integración regional, disminución de barreras.
- Políticas y planes de desarrollo.
- Descentralización.

#### ➤ Tecnológicos.

- Nuevas tecnologías: informática, comunicación, transporte.
- Disminución de barreras tecnológicas, transferencia de tecnología entre países desarrollados y en vía de desarrollo.

#### ➤ Sociales y culturales.

- Cambio de actitudes, gustos, preferencias y usos del tiempo libre.
- Actores y gestores de la actividad turística: emprendedores, necesidad de acometer acciones de capacitación.

#### ➤ Ambientales

- Creciente preocupación por el cuidado del medio ambiente.
- Predominio de la calidad del entorno turístico.

## **Espacios y flujos**

Internacional: Gran movilidad entre países emisores y receptores, destinos lejanos.

Nacional: demanda doméstica vacacional con mediana capacidad económica.

Regional: flujos turísticos de puentes festivos, Semana Santa, carnaval, navidad y fin de año.

Municipal - Local: flujos turísticos de fin de semana.

### **3.3 ACTIVIDADES QUE SE PUEDEN HACER EN VALLE NUEVO**

Gracias a la elaboración del estudio de mercado, permitió conocer la realidad actual del turismo en el Cantón Puyango para luego elaborar los paquetes turísticos acorde a la situación de la comunidad de Valle Nuevo. Entre las actividades que más les gusta realizar a los visitantes están:

- Pesca deportiva
- Paseo a caballo
- Caminatas por senderos de árboles nativos (trek-king)
- Natación
- Aviturismo
- Turismo de aventura
- Conocer el manejo de Sistemas Integrales de Producción Agropecuarias ecológicas

- Como complemento de la aventura, se puede diseñar su propio souvenir en caña guadua y otras actividades cotidianas como la participación directa del ordeño, la cosecha de café, obtención de jugo de caña y vinculación con los saberes y sabores de la comunidad, participando de las fascinantes historias del lugar que hacen de él un sitio muy especial.

Se incluye procesos de prácticas de turismo sostenible dentro de cada servicio que se brindará

### **3.4 PROGRAMAS OFERTADOS**

1. Día de campo: especialmente para niños y jóvenes, visita por un día a un predio agrícola para conocer sus principales actividades, como los sistemas agroecológicos y ganaderos de Valle Nuevo, degustar comida típica y divertirse con las actividades recreativas como paso a caballo, pesca deportiva, nadar en el río, etc.
2. Fin de semana en el campo: estadía de 2 días y 1 noche en la comunidad de Valle Nuevo para conocer, participar en actividades agropecuarias, disfrutar de actividades recreativas, hospedaje y gastronomía típica.
3. Rutas agroturísticas: rutas de cierta duración que combinan con la belleza de paisajes naturales, los cultivos y el modo de vida de la gente de la comunidad de Valle Nuevo.
4. También se ofrece una ruta que combina atractivos turísticos no solo de la comunidad sino también de todo el cantón como el Bosque Petrificado de Puyango- Las Aguas sulfurosas de El Arenal y Valle Nuevo.

### **3.5 PAQUETES TURÍSTICOS**

Los tours sugeridos son para darle una idea de lo que se puede hacer en la zona. Estos son solo un punto para empezar y se pueden cambiar según sus preferencias.

#### **El tour Descubre los encantos de Valle Nuevo**

Incluye caminata guiada por los senderos de árboles frutales y nativos del lugar, visita a un predio agroganadero para conocer sus principales actividades, participar del ordeño de las vacas, la extracción de miel de abejas con ayuda de los apicultores, pesca deportiva, degustar comida típica y por la noche disfrute de las leyendas de terror del pueblo abrigado de una fogata, todo esto en 2 días y una noche. Precio: para 5 pax \$ **57,88**, para 10 pax \$ **49,28**, para 15 pax \$ **47,68** por persona incluye 2desayunos, 2 almuerzos y 1 merienda, transporte, guías y hospedaje.

## TOUR N° 1

**NOMBRE DEL TOUR:** “Descubre los encantos de Valle Nuevo “

2 Días 1 Noche

### Diseño geográfico



### INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS

- Ciudad de Alamor
- El reloj de 8 esferas
- El arenal
- Comunidad de Valle Nuevo
- Gastronomía típica
- Paisajes Naturales
- Cultivos y producción

## **ELABORACIÓN DEL PROGRAMA O ITINERARIO**

### **DÍA 1**

#### **06h00 – 11h00 (Desde Loja)**

Salida a la ciudad de Alamor.

Partimos desde el Parque central de Loja, para llegar dentro de aproximadamente 5 horas a la ciudad de Alamor.

Es conveniente aprovechar e ir conociendo atractivos turísticos que se encuentran en el trayecto Loja-Alamor: El Chiriculapo, Catacocha donde se puede tomar un delicioso desayuno.

#### **11h00 – 12h00**

Recorrido por la ciudad de Alamor

En el cual se dará a conocer el reloj de 8 esferas único en Sud América y la fascinante historia del nombre de Alamor.

#### **12h00 – 13h00**

Salida a la comunidad de Valle Nuevo, donde serán recibidos con un delicioso almuerzo

#### **13h00 – 14h00**

Almuerzo típico que consta de sopa de arveja con guineo acompañado con un maduro o aguacate, como segundo arroz con molido (molo) (majado) y estofado de gallina.

#### **14h00 – 15h00**

Alojamiento en las cabañas del complejo agroturístico de Valle Nuevo

#### **15h00 – 17h00**

Recorrido por el senderos de árboles nativos

Aquí se puede apreciar la asociación de cultivos de café con plátano, árboles frutales como naranjos, ciruelos, zapotes entre otros.

Mientras se realiza el recorrido se pasa por algunas viviendas con arquitectura propia del sector (paredes de adobe y el techo de teja) donde se dedicados especialmente a la agricultura. Durante este recorrido también se puede observar cómo se desarrolla la vida diaria de los campesinos, sembrando la tierra, deshierbando, regando sus cultivos, y realizando cosechas.

**17h00 – 19h00**

Regreso a las cabañas y merienda

**19h00 – 21h00**

Abrigados de una fogata y junto al río, comparta las experiencias y anécdotas de la gente de la comunidad además las fascinantes leyendas de terror del sitio.

**DÍA 2**

**06h00 – 08h00**

Participación directa del ordeño. (Opcional)

Las mujeres son las encargadas del ordeño, mientras que los varones se dedican a alimentar las gallinas, los chanchos y demás animales domésticos, luego del desayuno salen al campo a trabajar.

**08h00 – 09h00**

Desayuno

### **09h00 – 13h00**

Disfrutar de las Actividades recreativas que ofrece el complejo agroturístico de Valle Nuevo.

Estas actividades no tienen un horario fijo ya que depende de los gustos y preferencias del turista. Aquí se puede pasear en caballo y dar un recorrido de una hora y media, al finalizar el recorrido hay una cascada de agua helada en la que se puede disfrutar de un baño relajante y bueno para la circulación de la sangre

Además la pesca deportiva de tilapia, esto se lo hace con un anzuelo. Se puede pescar la cantidad deseada, luego se las manda a preparar para saborearlas en el almuerzo.

### **13h00 – 14h00**

Almuerzo

### **14h00 – 15h00**

Check- out y Salida a Puyango

### **15h00 – 16h30**

Recorrido por los senderos del Bosque Petrificado de Puyango

### **16h30 – 22h30**

Retorno a Loja, fin del recorrido

## **CONDICIONES GENERALES**

### **INCLUYE**

- ✓ Alimentación (lo especificado en el itinerario)
- ✓ Guía nativo

- ✓ Transporte en vehículo
- ✓ Hospedaje
- ✓ Visita a los atractivos turísticos.
- ✓ Entradas

#### **NO INCLUYE**

- ✓ Comidas y bebidas extras
- ✓ Gastos personales (compra de artesanías, o ropa)
- ✓ Lo que no se encuentra especificado en este paquete.
- ✓ Transporte en otro medio no vehicular

#### **PRESUPUESTO**

<b>PRESUPUESTO</b>	<b>P/U</b>	<b>5 Pax</b>	<b>10 Pax</b>	<b>15 Pax</b>
Alimentación (2 desayunos, 2 almuerzos, 1 cena)	18	90	180	270
Transporte (Loja-Valle N, Valle N- Loja)	180	36	18	12,00
Alojamiento	13	65	130	195
Entradas	3	15	30	45
Guía	30	6	3	2
Subtotal	244	212	361	524,00
Imprevistos	5%	10,6	18,05	26,20
Subtotal		222,6	379,05	550,20
Utilidades	30%	66,78	113,72	165,06
<b>TOTAL TOUR</b>		<b>289,38</b>	<b>492,77</b>	<b>715,26</b>
<b>Costo por pax</b>		<b>57,88</b>	<b>49,28</b>	<b>47,68</b>

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009*

*Elaboración: Autora*

## **TOUR N° 2**

### **TOURS DESDE MACHALA**

#### **ELABORACIÓN DEL PROGRAMA O ITINERARIO**

##### **DÍA 1**

###### **07h00 – 09h00 (Desde Machala)**

Salida al Bosque Petrificado de Puyango.

Partimos desde el Parque central de Machala, para llegar dentro de aproximadamente 2 horas a Puyango.

###### **09h00 – 10h00**

Desayuno en Puyango

###### **10h00 – 11h30**

Recorrido por los senderos del Bosque Petrificado de Puyango

###### **11h30 – 13h00**

Salida a la comunidad de Valle Nuevo, donde serán recibidos con un delicioso almuerzo

###### **13h00 – 14h00**

Almuerzo típico que consta de sopa de arveja con guineo acompañado con un maduro o aguacate, como segundo arroz con molido (molo) (majado) y estofado de gallina.

###### **14h00 – 15h00**

Alojamiento en las cabañas del complejo agroturístico de Valle Nuevo

###### **15h00 – 17h00**

Recorrido por el senderos de árboles nativos

Aquí se puede apreciar la asociación de cultivos de café con plátano, árboles frutales como naranjos, ciruelos, zapotes entre otros.

Mientras se realiza el recorrido se pasa por algunas viviendas con arquitectura propia del sector (paredes de adobe y el techo de teja) donde se dedicados especialmente a la agricultura. Durante este recorrido también se puede observar cómo se desarrolla la vida diaria de los campesinos, sembrando la tierra, deshierbando, regando sus cultivos, y realizando cosechas.

#### **17h00 – 19h00**

Regreso a las cabañas y merienda

#### **19h00 – 21h00**

Abrigados de una fogata y junto al río, comparte las experiencias y anécdotas de la gente de la comunidad además las fascinantes leyendas de terror del sitio.

### **DÍA 2**

#### **06h00 – 08h00**

Participación directa del ordeño. (Opcional)

Las mujeres son las encargadas del ordeño, mientras que los varones se dedican a alimentar las gallinas, los chanchos y demás animales domésticos, luego del desayuno salen al campo a trabajar.

#### **08h00 – 09h00**

Desayuno

### **09h00 – 13h00**

Disfrutar de las Actividades recreativas que ofrece el complejo agroturístico de Valle Nuevo

Estas actividades no tienen un horario fijo ya que depende de los gustos y preferencias del turista. Aquí se puede pasear en caballo y dar un recorrido de una hora y media, al finalizar el recorrido hay una cascada de agua helada en la que se puede disfrutar de un baño relajante y bueno para la circulación de la sangre.

Además la pesca deportiva de tilapia, esto se lo hace con un anzuelo. Se puede pescar la cantidad deseada, luego se las manda a preparar para saborearlas en el almuerzo.

### **13h00 – 14h00**

Almuerzo

### **14h00 – 15h30**

Visita a los apiarios,

La gente de la comunidad también se dedica a la producción de miel de abeja, los cuales nos mostraran, explicarán la forma de cosechar las colmenas, y la importancia que tienen las abejas en los cultivos.

### **15h30 – 19h00**

Check- out y Retorno a Machala, fin del recorrido

## PRESUPUESTO

<b>PRESUPUESTO</b>	<b>P/U</b>	<b>5 Pax</b>	<b>10 Pax</b>	<b>15 Pax</b>
Alimentación (2 desayunos, 2 almuerzos, 1 cena)	18	90	180	270
Transporte (Machala-Valle N, Valle N-Machala)	80	16	8	5,33
Alojamiento	13	65	130	195
Entrada al complejo A	3	15	30	45
Guía	30	6	3	2
Subtotal	144	192	351	517,33
Imprevistos	5%	9,6	17,55	25,87
Subtotal		201,6	368,55	543,20
Utilidades	30%	60,48	110,57	162,96
<b>TOTAL TOUR</b>		<b>262,08</b>	<b>479,12</b>	<b>706,16</b>
<b>Costo por pax</b>		<b>52,42</b>	<b>47,91</b>	<b>47,08</b>

*Fuente: Encuesta levantada en el Cantón Puyango, 2009*

*Elaboración: Autora*

Para los amantes de la naturaleza se ofrece como complemento, el área de camping, ubicado al finalizar el recorrido por el sendero donde usted tendrá la oportunidad de conocer la diversidad de flora y fauna en la zona como el árbol de balsa usado antiguamente para rellenar las almohadas, La madrugada es el mejor tiempo para ver las aves, como el chilalo, chirocas, palomas, entre otras. Durante el día, se puede ver una variedad sorprendente de insectos, desde las enormes mariposas morfo azules hasta pequeños pero muy coloridos escarabajos. Orquídeas son comunes aquí y hay flores silvestres por todo lado. El precio adicional es de \$10.00 por grupo de 5 pax.

### 3.6 INSTALACIONES, Y SERVICIOS DEL DESTINO

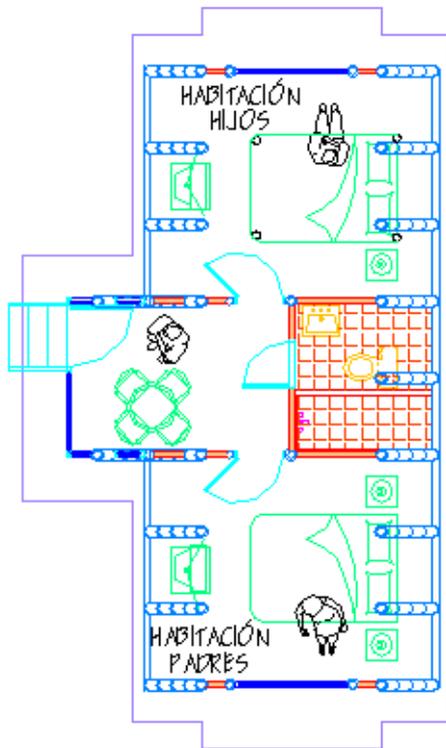
Son el conjunto de elementos dentro del destino que hacen posible y facilitan la estancia del visitante.

El área para construir es de 8.000 m<sup>2</sup>, frente a la construcción está el río y un hermoso paisaje a su alrededor.

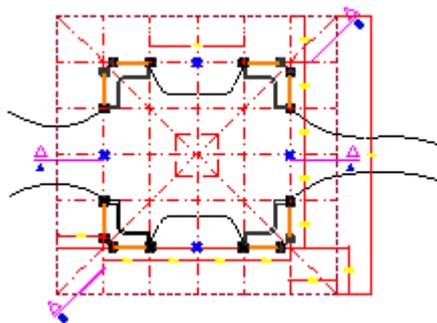
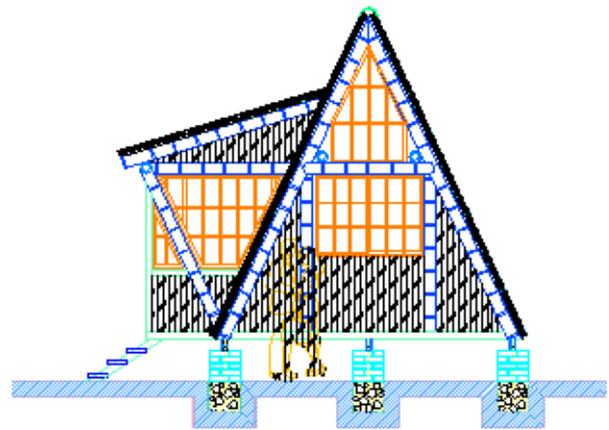
De acuerdo al estudio de mercado el proyecto propone la instalación de 3 cabañas familiares con baño independiente y capacidad para 5 pax cada una, de acuerdo con la necesidad se irá aumentando la construcción. Además se construirá un comedor que servirá también para realizar cualquier tipo de eventos sociales con capacidad para 80 pax, junto a este una recepción y una pequeña cocina. Tendrá espacios verdes y jardines

La estructura de las cabañas se realizará con caña guadua y madera de la zona, para guardar relación con el medio ambiente está previsto construir las cubiertas utilizando la hoja de palmera (chonta) existente en el sector. La cocina será de adobe y cubierta de teja. Para que una construcción en guadua sea duradera, se efectuará un previo tratamiento de inmunización por **inmersión** a la madera y a la guadua. Esto consiste en que las guaduas deben estar previamente perforadas a lo largo, con una varilla mayor de ½” para que atraviese todos sus nudos. Se sumergen dentro de un pozo o piscina amplio, que contenga una solución preservativa compuesta de bórax y ácido bórico al 4 o 5%; o sea, de 2 a 2.5% de cada uno. Se deben dejar las guaduas en esta solución por espacio de 5 días para aprovechar el efecto de osmosis, y luego, dejar secar muy bien para construir.

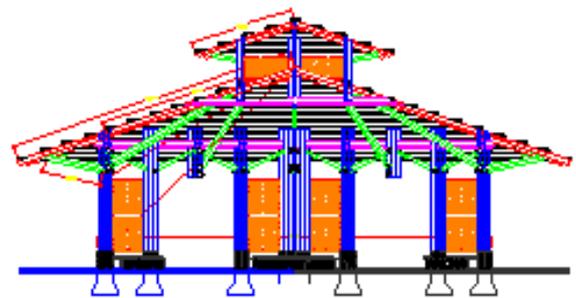
## DISEÑO DE LAS CABAÑAS



Cabaña  
2 Habitaciones



VISTA INTERIOR



RESTAURANTE

*Diseñado por: Arq. Merci Enith, 2009*

### **3.7 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO**

Está compuesto de cuatro fases:

#### **Fase de introducción.**

Esta fase empieza cuando el producto se lanza al mercado, las ventas se inician y crecen muy lentamente y los beneficios son casi inexistentes, en casi toda esta fase debido al bajo volumen de ventas y a los elevados gastos de promoción y distribución, que están en el nivel más alto en comparación con las ventas debido a la necesidad de un esfuerzo promocional elevado para informar a los potenciales clientes de la existencia de un producto nuevo y desconocido, incitar a que pruebe el producto y asegurar la distribución.

#### **Fase de crecimiento**

Una vez superada la introducción el producto pasa por la fase de crecimiento en la que las ventas aumentan rápidamente, en parte debido a la probable intensificación de la competencia, aunque todavía es alto empieza a bajar ligeramente en términos reales, la inversión en promoción sigue siendo alta pero debido al aumento importante de las ventas se produce una disminución en lo que respecta a gastos de promoción y ventas.

#### **Fase de madurez**

Las ventas dejan de crecer y se estabilizan, la final de esta fase empieza a descender. La competencia en precios es muy intensa en la fase de madurez, y se suele producir una bajada continua de ellos en términos reales. Los beneficios se estabilizan, y al final del

periodo, como consecuencia de la disminución de las ventas empieza a bajar. La fase de madurez es la más larga del ciclo de vida del producto, su duración puede alargarse aun mas, si se llevan a cabo estrategias de mejora del producto o de búsqueda de nuevos usos para el mismo y atracción de nuevos usuarios, al final de esta clase es cuando empieza el peligro, si no se hace algo se llegara irremediabilmente a la fase de declive.

### **Fase de declive**

En esta fase las ventas disminuyen sensiblemente y los beneficios tienden a desaparecer, esta disminución de ventas puede ser lenta o muy rápida, en todo caso conducirá a excesos de capacidad, reducción de de precios, y a la disminución de beneficios.

**4. CAPÍTULO IV**  
**ESTUDIO FINANCIERO**

#### **4.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO FINANCIERO**

Analizar y presentar las variables que condicionan la realización de una futura inversión y establecer si el resultado analítico garantiza la factibilidad de su ejecución.

#### **4.2 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN**

Se denomina inversión al monto de recursos que en forma de capital que requiere la empresa en proyecto para materializarse y poder iniciar operaciones, entre los que tenemos: terreno Adecuaciones infraestructurales, equipos, muebles y enseres, instalaciones, lencería y cristalería, gastos preoperacionales, capital de trabajo, gastos financieros de pre operación e imprevistos.

##### **4.2.1 Inversiones en activos fijos**

Para el funcionamiento del complejo agroturístico se considera activos fijos a: infraestructura, equipos (administrativos y operativos) muebles y enseres (administrativos y operativos)

##### ***Cuadro N° 4 Activos fijos***

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>
Infraestructura	20076,9
Equipos administrativos y operativos	8336,77
Muebles y enseres (administrativos y operativos)	11598,68
<b>TOTAL</b>	<b>40012,35</b>

*Fuente: Estudio de mercado, 2009. (Anexo - F)*

*Elaboración: Autora*

#### **Infraestructura**

En infraestructura se contempla el terreno (USD 8 000) y construcción (USD 12076,9).

Cuyo valor total asciende a USD 2 0076,9

### **Equipos**

La cotización de los equipos administrativos y operativos se lo realizó en la ciudad de Loja en almacenes de CompuCentro, y Comercial J. C, cuyos montos ascienden a USD 8 336,77.

### **Muebles y enseres**

Los muebles operativos de diseño rústico se los conseguirá en la ciudad de Alamor apoyando de esta manera a los pequeños artesanos. Al contrario de los muebles administrativos se los conseguirá en la ciudad de Loja.

Los valores ascienden a USD 11 598,68

#### **4.2.2 Inversiones en activos diferidos**

Son todos aquellos gastos en que se incurrirá previo al inicio de las operaciones. Estos son: gastos de constitución, estudios, gastos preoperacionales y Software. El valor total asciende a: USD 55 493,45.

#### ***Cuadro N° 5 Activos diferidos***

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>VALOR</b>
Gastos de constitución	300,00
Estudios	3.362,00
Gastos preoperacionales	10319,10
Software	1500,00
<b>TOTAL</b>	<b>55 493,45.</b>

*Fuente: Estudio de mercado, 2009. (Anexo – F)*

*Elaboración: Autora*

### 4.2.3 Inversiones en Capital de Trabajo

Es el patrimonio en cuenta corriente que necesitara en complejo agroturístico para atender las operaciones de producción o distribución de bienes y servicios. Los valores que aquí se incluyen son de: Personal operativo, Materiales directos, Suministros y servicios cuyo valor se divide para 360 días por 7 que es el factor caja es decir el número de días para cubrir imprevistos. Su monto asciende a USD 1119,15

#### **Cuadro N° 6 Capital de Trabajo**

<b>CAPITAL DE TRABAJO DEL PRIMER AÑO</b>	
Personal operativo	16326,00
Materiales directos	38621,55
Suministros y servicios	2608,92
SUBTOTAL	57556,47
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	1119,15

*Fuente: Estudio de mercado, 2009. (Anexo – F)*

*Elaboración: Autora*

### 4.2.4. Inversión total requerida

A continuación se resume el total de la inversión requerida para la ejecución del proyecto.

### **Cuadro N° 7 Plan de inversiones**

<b>INVERSION</b>	<b>Valor</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Infraestructura	20076,9
Equipos administrativos y operativos	8336,77
Muebles y enseres (administrativos y operativos)	11598,68
<b>Total activos fijos</b>	<b>40012,35</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de constitución	300
Estudios	3.362
Gastos preoperacionales	10319,1
Software	1500
<b>Total activos fijos y diferidos</b>	<b>95505,8</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	1119,15
<b>Total de inversión</b>	<b>96624,95</b>

*Fuente: Estudio de mercado, 2009. (Anexo – F)*

*Elaboración: Autora*

### **4.3 ESTRUCTURA DE CAPITAL**

Se denomina estructura de capital a la forma como se distribuye la inversión total de un proyecto entre sus posibles orígenes de financieros, clasificándose en dos grandes rubros: aportación propia o de riesgo y participación de crédito.

La aportación propia está constituida por el monto de recursos que deberá comprometer las entidades responsables del proyecto para su ejecución. La participación de crédito quedará integrada por los aportes que previsiblemente se obtendrán entre los organismos bancarios.

El financiamiento del proyecto será de la siguiente manera: El monto total del préstamo será de US\$ 31649,88 otorgado por La CoopMego, a una tasa nominal anual del 17.45% y plazo de 4 años. Este préstamo representa el 32% de la inversión total.

El 67,2% (US\$ 64975,07) restante corresponde a Aportación propia.

#### 4.1 Cuadro N° 8 Estructura de capital

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>VALOR</b>
Aportación propia	64975,07
Participación de crédito	31649,88
Total	96624,95

Fuente: Estudio de mercado, 2009.

(Inversión total - participación de crédito).

Elaboración: Autora

#### 4.3.1. Condiciones de financiamiento

Institución Bancaria: Coop.Mego

Monto: 31649,88

Plazo: 4 años

Periodo de Gracia: 0

Tasa de interés: 17.45% anual

Forma de pago: Mensual

#### Cuadro N° 9 Tabla de pagos

<b>Periodo</b>	<b>Principal (1)</b>	<b>Saldo (2)</b>	<b>Intereses (3)</b>	<b>Cuota (4)</b>
1	659,37	31649,88	460,24	1119,61
2	659,37	30990,51	450,65	1110,02
3	659,37	30331,14	441,07	1100,44
4	659,37	29671,77	431,48	1090,85
5	659,37	29012,40	421,89	1081,26
6	659,37	28353,03	412,30	1071,67
7	659,37	27693,66	402,71	1062,08
8	659,37	27034,29	393,12	1052,49
9	659,37	26374,92	383,54	1042,91
10	659,37	25715,55	373,95	1033,32

11	659,37	25056,18	364,36	1023,73
12	659,37	24396,81	354,77	1014,14
13	659,37	23737,44	345,18	1004,55
14	659,37	23078,07	335,59	994,96
15	659,37	22418,70	326,01	985,38
16	659,37	21759,33	316,42	975,79
17	659,37	21099,96	306,83	966,20
18	659,37	20440,59	297,24	956,61
19	659,37	19781,22	287,65	947,02
20	659,37	19121,85	278,06	937,43
21	659,37	18462,48	268,48	927,85
22	659,37	17803,11	258,89	918,26
23	659,37	17143,74	249,30	908,67
24	659,37	16484,37	239,71	899,08
25	659,37	15825,00	230,12	889,49
26	659,37	15165,63	220,53	879,90
27	659,37	14506,26	210,95	870,32
28	659,37	13846,89	201,36	860,73
29	659,37	13187,52	191,77	851,14
30	659,37	12528,15	182,18	841,55
31	659,37	11868,78	172,59	831,96
32	659,37	11209,41	163,00	822,37
33	659,37	10550,04	153,42	812,79
34	659,37	9890,67	143,83	803,20
35	659,37	9231,30	134,24	793,61
36	659,37	8571,93	124,65	784,02
37	659,37	7912,56	115,06	774,43
38	659,37	7253,19	105,47	764,84
39	659,37	6593,82	95,89	755,26
40	659,37	5934,45	86,30	745,67
41	659,37	5275,08	76,71	736,08
42	659,37	4615,71	67,12	726,49
43	659,37	3956,34	57,53	716,90
44	659,37	3296,97	47,94	707,31
45	659,37	2637,60	38,36	697,73
46	659,37	1978,23	28,77	688,14
47	659,37	1318,86	19,18	678,55
48	659,37	659,37	9,59	668,96

Elaboración: Autora

Fuente: Estudio de mercado, 2009.

Columna 1: Monto ÷ número de cuotas (48)

Columna 2: Saldo menos principal

Columna 3: Saldo por tasa de interés ÷ cuotas anuales (12)

Columna 4: Principal menos intereses

#### 4.4. PRONÓSTICO DE INGRESOS

Existen dos procedimientos para estructurar el pronóstico de ingresos: el directo y el indirecto, el primero se busca determinar los volúmenes esperados de ingresos por la vía de estimaciones directas en cada departamento sobre cuanto se venderá y a qué precio. El segundo recurre a los datos aportados por casos similares y con base a relaciones competitivas asume volúmenes aproximados de ingresos para cada línea de producción.

En este caso se utilizará el directo y debe efectuarse para cada servicio que se va a ofertar: Alojamiento, Alimentación y Recreación.

Para determinar el número de personas que usaran los servicios se tomó los datos del estudio de mercado en y se obtiene los siguientes resultados:

**Cuadro N. 10 Proyección de ventas**

<b>PROYECCIÓN DE VENTAS</b>					
<b>VENTAS/AÑO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Hospedaje</b>					
Nº de huéspedes	461,12	691,26	1036,28	1036,28	1036,28
Precio	13,2	13,62	14,06	14,06	14,06
<b>SUBTOTAL</b>	<b>6086,78</b>	<b>9417,60</b>	<b>14570,10</b>	<b>14570,10</b>	<b>14570,10</b>
<b>Alimentación</b>					
Nº de comidas	1063,04	1593,60	2388,97	2388,97	2388,97
Precio	9	9,29	9,59	9,59	9,59
<b>SUBTOTAL</b>	<b>9567,36</b>	<b>14802,82</b>	<b>22910,22</b>	<b>22910,22</b>	<b>22910,22</b>
<b>Recreación</b>					
Nº de usos	8898,56	13339,83	19997,74	19997,74	19997,74
Precio	1,7	1,75	1,85	1,85	1,85
<b>SUBTOTAL</b>	<b>15127,55</b>	<b>23405,67</b>	<b>36995,82</b>	<b>36995,82</b>	<b>36995,82</b>
<b>TOTAL</b>	<b>30781,70</b>	<b>47626,09</b>	<b>74476,14</b>	<b>74476,14</b>	<b>74476,14</b>

*Elaboración: Autora*

*Fuente: Estudio de mercado, 2009.*

*Columna 1: Monto ÷ número de cuotas (48)*

*Columna 2: Saldo menos principal*

*Columna 3: Saldo por tasa de interés ÷ cuotas anuales (12)*

*Columna 4: Principal menos intereses*

El cálculo para los años 2 y 3 se lo realizó tomando el 49,91% del incremento del flujo turístico en Loja, y la media de la tasa de inflación (ver cuadro N° 8). A partir del tercer año los datos se mantienen debido a la inestabilidad política y económica de nuestro país.

#### **Cuadro N. 11 Tasa de Inflación anual**

<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
1.55%	1.75%	2.99%	3.21%	8.83%

*Fuente: Revista líderes, 2009*

*Elaboración: Autora*

La media de la tasa de inflación para proyectar los costos es el 3.21%

#### **4.5. PRONÓSTICO DE COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES**

Los costos y gastos operacionales están constituidos por todas las erogaciones periódicas que la empresa se verá comprometida, con el fin de mantener su funcionamiento.

Entendiendo como costo a todos los egresos que una empresa realiza para adquirir insumos físicos indispensables al interior de sus procesos de producción, mientras que los gastos se refiere al resto de egresos por cubrir incluyendo la mano de obra, los indirectos, financieros e impuestos.

Dentro de los costos tenemos costos directos e indirectos. Los costos directos para el primer año ascienden a un monto de USD 62883,10; mientras que los costos indirectos por un monto de USD 13511,45.

Por otra parte se tiene los gastos administrativos para el primer año por con un valor de USD 7434,40, los gastos Venta (USD 1 122) y gastos financieros (USD 3 512,05).  
(Anexo- F)

#### **4.6. ANÁLISIS SOBRE LA POSICIÓN FINANCIERA ESPERADA (PFE)**

Para realizar un análisis de la posición esperada del proyecto utilizaremos el estado de resultados de pérdidas y ganancias y el flujo de caja.

##### **4.6.1 Estado de resultado de pérdidas y ganancias**

Este documento contable muestra de forma ordenada como se obtuvo la utilidad neta, la misma que refleja los beneficios obtenidos una vez deducidos los valores correspondientes a la participación de los trabajadores y el impuesto a la renta o si es el caso reflejara la pérdida del ejercicio económico.

**Cuadro N. 12 Estado de pérdidas y ganancias**

<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ventas	30781,7	47626,09	74476,14	74476,14	74476,14
Costos de productos o bienes vendidos (-)	8153,9	12615,8	19546,3	19546,3	19546,3
utilidad bruta	22627,8	35010,29	54929,84	54929,84	54929,84
Gastos Administrativos .antes de depreciaciones (+)	10937,67	11898,93	12951,19	12951,19	12951,19
Gasto Ventas (+)	1122,00	1214,68	1315,01	1315,01	1315,01
Utilidad operacional	34687,47	48123,8972	69196,0395	69196,04	69196,04
Gastos Financieros (-)	3512,05	2520,41	1528,78	537,15	0
Utilidad Neta Participación trabajadores	31175,42	45603,49	67667,26	68658,89	69196,04
Participación trabajadores (15%) (-)	4676,31	6840,52	10150,09	10298,83	10379,41
Utilidad antes de impuesto a la Renta (-)	26499,11	38762,96	57517,17	58360,06	58816,63
25% de impuesto a la Renta.(-)		9690,74	14379,29	14590,01	14704,16
Utilidad Neta	26499,11	29072,22	43137,88	43770,04	44112,48
Reserva Legal (10%) (-)	2649,91	2907,22	4313,79	4377,00	4411,25
Subtotal	23849,20	26165,00	38824,09	39393,04	39701,23
10% servicios (-)	2384,92	2616,50	3882,41	3939,30	3970,12
<b>UTILIDAD DISPONIBLE</b>	<b>21464,28</b>	<b>23548,50</b>	<b>34941,68</b>	<b>35453,73</b>	<b>35731,11</b>

*Fuente: Estudio de mercado, 2009. (Cuadro N°10 y Anexo – F)*

*Elaboración: Autora*

#### **4.6.2. El flujo de caja**

Es un instrumento financiero que conjuntamente con el estado de resultados ofrece información de cuanto realmente se espera que nos ingrese y cuanto debemos egresar para determinar si existe déficit o superávit.

Se calcula restando los egresos de los ingresos cuya diferencia da como resultado el saldo de efectivo que le queda a la empresa al final de cada año.

**Cuadro N° 13 Flujo de caja**

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>INGRESOS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Inversión Inicial		41131,5	28122,1	18668,37	29668,9	41690,69
Aportación propia	64975,07					
Préstamo	31649,88					
Ventas		30781,7	47626,1	74476,14	74476,14	74476,14
IVA en Ventas		3693,8	5715,13	8937,14	8937,14	8937,14
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>96624,95</b>	<b>75607</b>	<b>81463,3</b>	<b>102081,7</b>	<b>113082,2</b>	<b>125104</b>
<b>EGRESOS</b>						
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Personal operativo		16326	17909,6	19646,86	19646,86	19646,86
Suministros y servicios		2608,92	5107,92	5550,84	5550,84	5550,84
Mantenimiento y seguro		866,33	866,33	866,33	866,33	866,33
Imprevistos 3%		1648,43	1733,13	1823,63	1823,63	1823,63
Gastos administrativos		7434,4	8010,21	8639,63	8639,63	8639,63
<b>Gastos ventas</b>		1122	1214,68	1315,01	1315,01	1315,01
<b>SUBTOTAL</b>		<b>30006,08</b>	<b>34841,89</b>	<b>37842,30</b>	<b>37842,3</b>	<b>37842,3</b>
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Pago principal		7912,44	7912,44	7912,44	7912,44	0,00
intereses		4890,08	3509,35	2128,63	747,91	0,00
Participación trabajadores		4676,31	6840,52	10150,09	10298,83	10379,41
Impuesto a la renta			9690,74	14379,29	14590,01	14704,16
<b>SUBTOTAL</b>		<b>17478,83</b>	<b>27953,05</b>	<b>34570,45</b>	<b>33549,19</b>	<b>25083,57</b>
<b>INVERSIONES</b>						
<b>Activo fijo</b>						
Infraestructura	20076,9					
Equipos administrativos y operativos	8336,77					
Muebles y enseres (administrativos y operativos)	11598,68					
<b>SUBTOTAL</b>	<b>40012,35</b>					
<b>Activos Diferidos</b>						
Gastos de constitución	300					
Estudios	3.362					

Gastos preoperacionales	10319,1					
Software	1500					
SUBTOTAL	15481,1					
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>55493,45</b>	<b>47484,91</b>	<b>62794,94</b>	<b>72412,75</b>	<b>71391,49</b>	<b>62925,87</b>
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>41131,5</b>	<b>28122,09</b>	<b>18668,37</b>	<b>29668,90</b>	<b>41690,69</b>	<b>62178,1</b>

Fuente: Estudio de mercado, 2009. (Cuadro N° 7, Cuadro N° 8 y Cuadro N° 12).

Elaboración: Autora

## 4.7. RENTABILIDAD

La rentabilidad económica del proyecto es evaluada mediante el método de la Tasa Interna de Retorno (TIR) cuyo valor es: 19,89 %, también a través del Valor Actual Neto (VAN), el cual es de US\$ 9190, 98 Bajo ambos criterios el proyecto si es económicamente factible.

### 4.7.1 Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador nos muestra el monto de beneficios reales que un proyecto aportaría al inversionista. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de caja y el valor de las inversiones.

**Fórmula:** 
$$VAN = \frac{1}{(1+i)^n}$$

Donde:

VAN: Valor Actual Neto

FC: Flujo de Caja

I: factor de descuento

N: número de años

$$VAN = \frac{1}{(1 + 0,1745)^1}$$

$$VAN = 0,85$$

El factor descuento tiene relación con la tasa promedio de interés interbancario.

Cuando el resultado final o sumatoria total es un valor positivo nos indica que el proyecto se puede realizar, pero cuando el VAN es negativo indica que es preferible no ejecutar el proyecto.

**Cuadro N. 14 Cálculo del VAN**

<b>CALCULO DEL VAN</b>				
<b>VIDA UTIL</b>	<b>INVERSION INICIAL (1)</b>	<b>FLUJO NETO DE CAJA (2)</b>	<b>FACTOR 17% (3)</b>	<b>FLUJO NETO ACTUAL (4)</b>
0	96624,95			
1		28122,09	0,85	23903,78
2		18668,37	0,72	13441,23
3		29668,9	0,62	18394,72
4		41690,69	0,53	22096,07
5		62178,1	0,45	27980,15
<b>TOTAL:</b>				<b>105815,93</b>

*Fuente: Estudio de mercado, 2009.*

*Columna 1 Cuadro N. 4 el rubro total de inversión*

*Columna 2: Ver cuadro N.6:*

*Columna 3: Se uso la fórmula anterior de VAN*

*Columna 4: Columna 2 multiplicado por la 3*

*Elaboración: Autora*

$$VAN = \text{FLUJO ACTUAL} - \text{INVERSION INICIAL}$$

$$VAN = 105815,93 - 96624,95$$

$$VAN = \text{USD } 9190,98$$

Conclusión: El VAN del presente proyecto es de USD 9190, 98 por lo tanto el proyecto si es rentable.

#### **4.7.2 Tasa interna de retorno**

Es aquella en la cual los ingresos netos y egresos de inversión se igualan en sus valores actualizados. Se la usa como criterio para tomar decisiones de aceptar o rechazar un proyecto, tomando como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor al costo de capital debe aceptarse el proyecto
- Si la TIR es igual al costo de capital es criterio de inversionista llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor al costo de capital debe rechazarse el proyecto.

Costo de capital es el interés.

#### **Fórmula:**

$$\text{Factor VAN } 1 = \text{VAN} = \frac{1}{(1+i)^n}$$

$$\text{Factor VAN } 1 = \frac{1}{(1+0,1745)^1}$$

$$\text{Factor VAN } 1 = 0,85$$

**Cuadro N. 15 Tasa interna de retorno (TIR)**

<b>TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)</b>						
<b>VIDA UTIL</b>	<b>INVERSION INICIAL (1)</b>	<b>FLUJO NETO DE CAJA (2)</b>	<b>FACTOR 17% (3)</b>	<b>VAN 1 (4)</b>	<b>FACTOR 33% (5)</b>	<b>VAN 2 (6)</b>
0	96624,95					
1		28122,09	0,85	23903,78	0,75	17927,83
2		18668,37	0,72	13441,23	0,56	7527,09
3		29668,9	0,62	18394,72	0,43	7909,72
4		41690,69	0,53	22096,07	0,32	7070,74
5		62178,1	0,45	27980,15	0,24	6715,23
				105815,93		47150,62
				9190,98		-49474,32

*Fuente: Columna 1: Cuadro N. 4 el rubro total de inversión*

*Columna 2: Ver cuadro N.6*

*Columna 3: Se usó la fórmula anterior de VAN*

*Columna 4: Columna 2 multiplicado por la 3*

*Elaboración: Autora*

**FÓRMULA:**

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \times \left( \frac{VAN Ti}{VAN Ti - (-VAN Ts)} \right)$$

Donde:

TIR= Tasa Interna de Retorno

Ti= Tasa inferior

Ts= Tasa superior

VAN Ti= VAN Tasa inferior

VAN= VAN Tasa superior

$$\text{TIR} = 17,45 + (33 - 17,45) \times \left( \frac{9190,98}{9190,98 - (-49474,32)} \right)$$

$$\text{TIR} = 17,45 + (15,55) (0,157)$$

$$\text{TIR} = 17,45 + 2,44$$

$$\text{TIR} = 19,89 \%$$

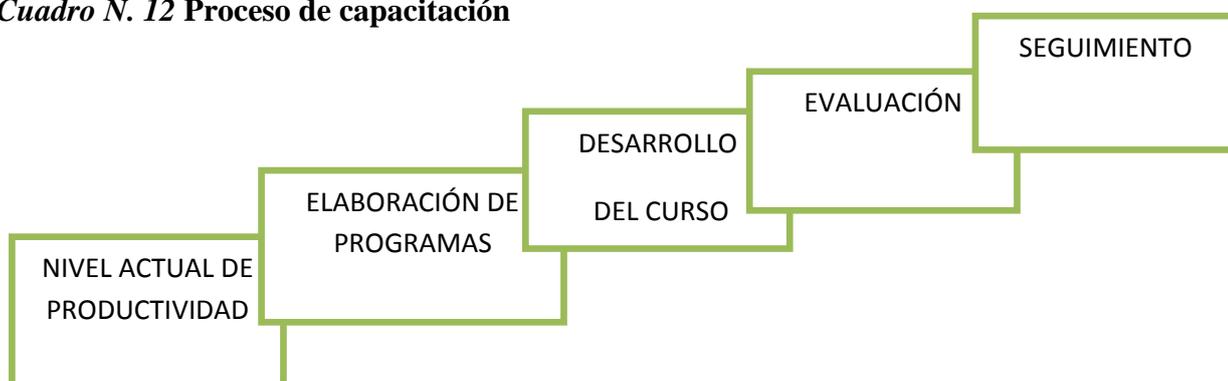
**Conclusión:** Con este índice financiero se puede concluir que invertir en este proyecto es económicamente rentable ya que el TIR es mayor al costo de capital.

**5. CAPÍTULO V**  
**ESTUDIO SOCIAL**

## 5.1 CAPACITACIÓN

(Del adjetivo capaz) Es el conjunto de actividades cuya finalidad es proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades y modificar actitudes del trabajador en todos los niveles, para desarrollar mejor su puesto, “el desarrollo de estas habilidades ayuda al individuo en el manejo de responsabilidades futuras independientemente de las actuales”.

**Cuadro N. 12 Proceso de capacitación**



*Fuente: Libro de comportamiento organizacional  
Elaboración: Martín González y Socorro Olivares*

Un adecuado proceso de capacitación nos llevaría del nivel actual de productividad (DNC) hasta ver los resultados de nuestra estrategia de cambio.

La capacitación se dará con el apoyo de personal cualificado, a todos los trabajadores y además la invitación a toda la gente de la comunidad. Mediante de talleres teóricos y prácticos en los siguientes temas:

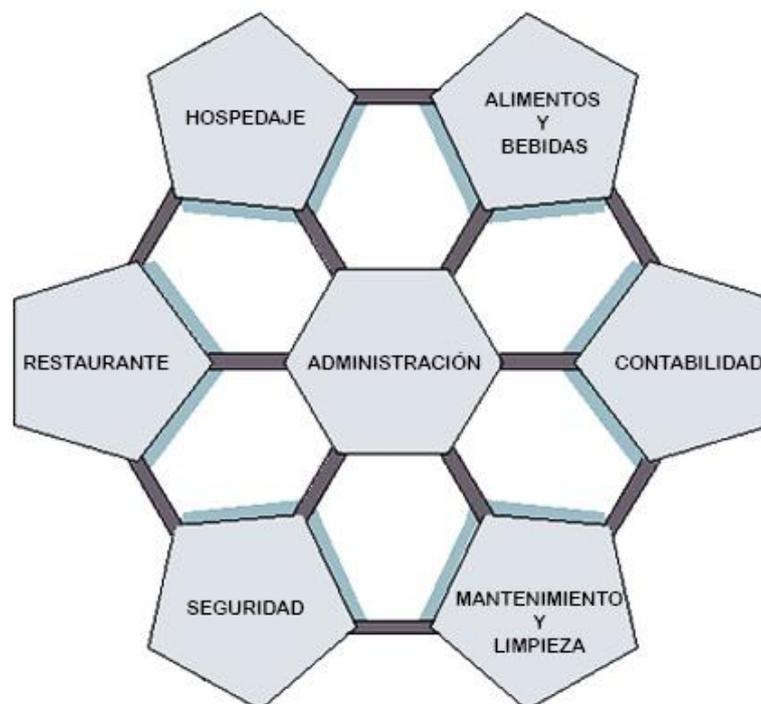
- Contabilidad básica
- Técnicas de guiar
- Liderazgo gerencial

- Atención al cliente
- Servicio de restaurant y gastronomía
- Técnicas hoteleras
- Primeros auxilios

## 5.2 ORGANIZACIÓN

En la estructura del organigrama del complejo agroturístico será circular donde el eje central será la Administración tomando el rol de líder y alrededor circulan las demás áreas. Gráficamente se muestra de la siguiente manera:

**Cuadro N. 13 Organigrama estructural del complejo agroturístico**



*Elaboración: Autora.*

## **FUNCIONES DE LAS AREAS DE GESTIÓN**

### **Área de administración**

#### **Funciones del Administrador/a**

- Observar y catar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos de la organización a la cual pertenece.
- Recibir y registrar llamadas.
- Formular políticas.
- Realizar reservaciones.
- Coordinar la elaboración de Tours con apoyo del equipo de gestión.
- Elaborar cotizaciones de tours.
- Coordinar actividades de capacitación.
- Efectuar informes.
- Organizar y dirigir las reuniones.
- Encargarse de la comercialización del producto.
- Controlar y supervisar.
- Promover el cumplimiento del reglamento interno.
- Hacer recorridos periódicos por todas las instalaciones.
- Evaluar la calidad del servicio y la cortesía de los miembros con el huésped.

### **Área de contabilidad**

#### **Funciones de la/ el secretaria/o**

- Observar y acatarlo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos de la organización a la cual pertenece.

- Llevar un inventario actualizado de todos los bienes, valores y obligaciones de centro turístico comunitario.
- Llevar en forma ordenada recibos, facturas, nota de venta, y todo comprobante que justifique un pago.
- Llevar un proceso contable que le ayudará para el manejo económico del centro turístico comunitario.
- Elaborar informes concretos y claros para presentar en las asambleas.
- Elaborar los estados financieros mensuales.
- Ser el responsable de vigilar el pago de los sueldos.
- Emitir facturas de los gastos del visitante.
- Llenar los formularios y declarar el pago del impuesto al SRI.
- Chequear los roles de pago de agua, luz teléfono, suministros etc.

### **Área de alimentos y bebidas**

#### **Funciones del/la coordinador/a de alimentos y bebidas**

- Definir y elaborar las receta estándar, tanto para alimentos como para bebidas
- Comprobar los ingredientes necesarios para la comida.
- Conocer la elaboración de alimentos y bebidas para los visitantes.
- Elaborar los refrigerios.
- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de los alimentos y bebidas.
- Mantener limpia la cocina.
- Realizar inventario de materiales equipos y utensilios de cocina.

- Vigilar que todos los alimentos estén en buen estado, aplicando métodos de conservación adecuados.

### **Área de restaurante**

#### **Funciones de los/las Meseros/as**

- Recibir a acomodar al turista dentro del restaurant.
- Recoger las órdenes de los visitantes.
- Servir a visitante desde la cocina hasta el comedor/ o habitaciones.
- Cuidar que no falten manteles, individuales, cubiertos, en la maesa.
- Observar que los clientes no se olviden nada en el restaurant o bar.
- Retirar los utensilios de la mesa y llevarlos a cocina.
- Limpiar las mesas que has sido ocupadas.
- Lavar la cristalería.
- Velar por la limpieza de todo el material del restaurant o bar.

### **Área de alojamiento**

#### **Funciones del/la coordinador/a de alojamiento**

- Conducir a los visitantes y su equipaje a las habitaciones y vigilar que tengan l necesario.
- Entregar las llaves de las habitaciones a los visitantes.
- Ser responsable de la limpieza y arreglo de las habitaciones y baños.
- Proveer de los suministros necesarios para los baños d las habitaciones, como papel higiénico toallas, jabón, shampoo, etc.

- Ser el encargado de el lavado y planchado de la lencería de las habitaciones y el restaurante.

### **Área de mantenimiento y seguridad**

#### **Funciones del/la coordinador/a del área de mantenimiento**

- Ser el encargado del mantenimiento de toda la infraestructura, acceso, senderos, áreas verdes, peceras, y demás.
- Ser el encargo del mantenimiento de las instalaciones, maquinaria decoraciones, mobiliarios.
- Repara cualquier desperfecto que se produzca.
- Velar por la seguridad del centro turístico comunitario.
- Vigilar la presencia de personas sospecho dentro del establecimiento.

### **5.3 BENEFICIOS A LA COMUNIDAD**

Los ingresos generados por la actividad turística beneficiarán directamente a todos los involucrados.

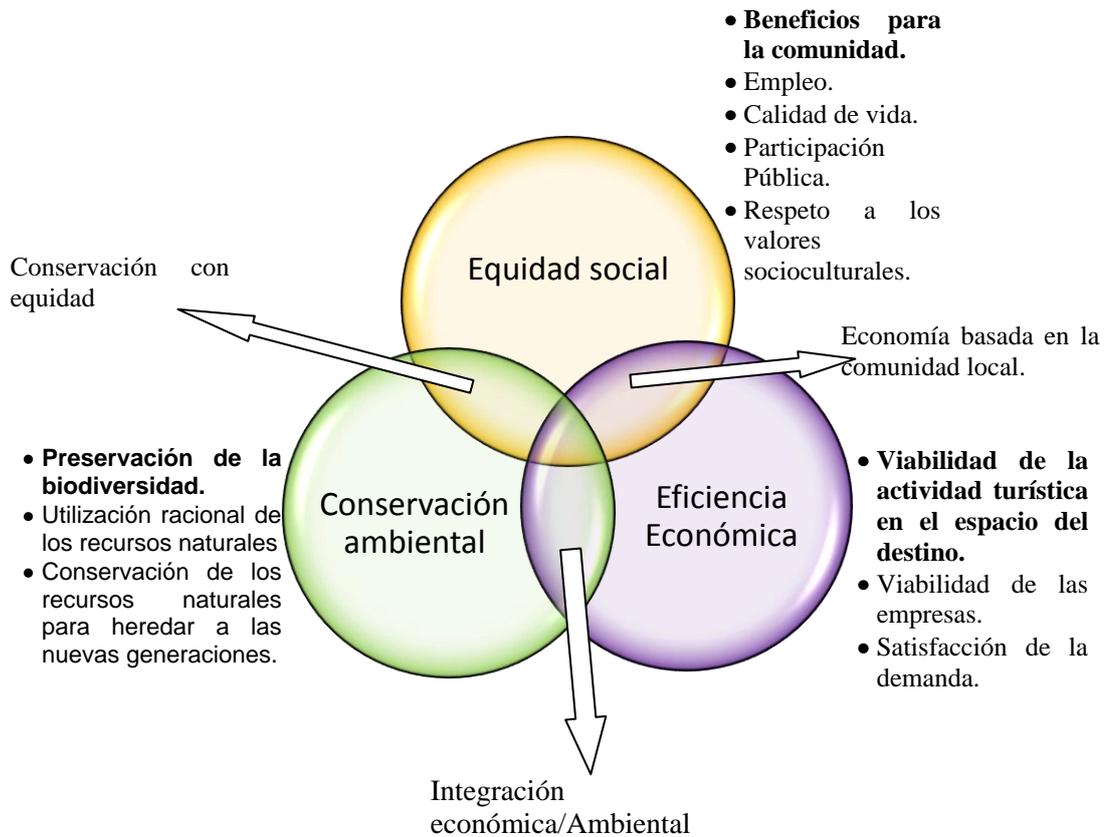
Al mismo tiempo generará fuentes de trabajo directamente a los pobladores del sector, lo que permitirá incrementar sus ingresos económicos. Indirectamente se beneficiarán terceras personas como los transportistas, tiendas, cabinas telefónicas y otros dedicados a las ventas informales.

Además los pobladores del sector donde funcionará el Complejo agroturístico serán beneficiados ya que la presencia del mismo aumentará la plusvalía del sector.

El cantón Puyango también mejorará sus ingresos por la afluencia de turistas al lugar.

Los beneficios obtenidos estarán basados en el triángulo de la sostenibilidad.

**Gráfica N° 38: Triángulo de la sostenibilidad**



*Elaboración: Autora*

**6. CAPITULO VI**  
**COMERCIALIZACIÓN**

## **6.1. LINEAMIENTOS PARA EL PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO DE PROMOCIÓN Y VENTA DEL PRODUCTO.**

### **6.1.1. Mercado objetivo**

El segmento de mercado al que se dirigirá el producto será hacia hombres y mujeres desde los 15 a los 65 años de edad, esto se debe a que estudiantes, profesionales, jubilados y familias, podrán disfrutar y comprender de las experiencias que ofrece el agroturismo. Geográficamente este servicio va dirigido a los habitantes del cantón Puyango, así como a los residentes de los cantones aledaños y en general a todos los ecuatorianos que gusten compartir y aprender de las labores que realiza la gente de la comunidad.

Las clases económicas a la que se dirigirá el producto serán, clase media y media - alta, debido a que ellos podrán solventar los gastos que conlleven participar de las actividades agroturísticas en el sector.

Para poder presentar las estrategias de promoción y venta del producto se tomaron los datos del estudio de mercado (cap.2)

### **Servicios**

- Hospedaje
- Alimentación

- Actividades recreativas (Paseo a caballo, Natación, Pesca deportiva, El ordeño, La cosecha de café, recorrido por senderos de árboles nativos, Vinculación con los saberes y sabores de la comunidad)
- Tours
- El tour **Descubre los encantos de Valle Nuevo**
- Ruta 1: Machala – Bosque Petrificado de Puyango – Alamor - Valle Nuevo.
- Ruta 2: Loja- Catacocha – Alamor – Valle Nuevo

Los tours sugeridos son para darle una idea de lo que se puede hacer en la zona. Estos son solo un punto para empezar y se pueden cambiar para satisfacer sus requerimientos.

## **6.2 PLAN OPERATIVO DE MARKETING**

### **6.2.1 Estrategias de precio**

#### **✚ Competencia**

Según investigaciones efectuadas en el ministerio de Turismo se puede indicar que en la provincia de Loja aún no existen empresas registradas como complejos que brinden servicios agroturísticos.

#### **✚ Determinación del Precio.**

El precio del servicio agroturístico fue determinado en base a los costos y capacidad adquisitiva de los clientes potenciales, siendo estos: servicio de hospedaje USD 13,2 para el servicio de restaurante las tres comidas USD 9,00 y para el servicio de recreación un promedio de USD 1,7 dependiendo de la actividad.

Para los tours los precios están establecidos estos valores son: Adultos 5 pax \$ **57,88**, para 10 pax \$ **49,28**, para 15 pax \$ **47,68** por persona incluye 2 desayunos, 2 almuerzos y 1 merienda, transporte, guías y hospedaje.

Estudiantes (carnet), discapacitados (carnet de discapacidad) y niños menores de 11 años (50% de descuento).

### **6.2.2 Estrategias de Comunicación**

El plan promocional para el complejo agroturístico de Valle Nuevo se llevará a cabo mediante las siguientes herramientas:

#### **Alianzas:**

- Colegio Técnico Agropecuario Carlos Garbay Montesdeoca
- Empresas de transporte: COTIAL y TRANS ALAMOR,
- Cooperativa de taxis 23 de enero.
- Operadora de turismo

#### **Medios**

- Radio y televisión ( Radio integración, Ecotel Tv)
- Internet (creación de una página web [www.puyangoagrotour.com.ec](http://www.puyangoagrotour.com.ec))
- Guías turísticos, y periódicos. (La Hora,)
- Folletos (trípticos y hojas volantes)

#### **Promoción**

- Promociones por fechas especiales (descuentos en el precio)
- Descuentos por un número mayor de visitantes.

## **VIDEO PARA LA PUBLICIDAD EN TV**

Aparece un señor conduciendo un vehículo, de repente ve un letrero que dice Puyango Agroturístico y le llama la curiosidad y se desvía hacia donde indica la flecha, mientras avanza el paisaje se vuelve más colorido de flores y frutas, aparece una señora ordeñando, una niña dando de comer a los pollos, niños bañándose en el río, el señor estaciona su vehículo y sale del auto. De pronto llega un campesino y le ofrece un burro para montar y le dice ¡Bienvenido!, ambos montan sus acémilas y se marchan.

## **SITIO WEB**

El sitio web contendrá los siguientes aspectos:

- **Nombre de Sitio Web:** [www.puyangoagroturtour.com.ec](http://www.puyangoagroturtour.com.ec)
- **Optimización del sitio web:** Todo en español, porque está dirigido a los Ecuatorianos.
- **Inicio:** La página principal del sitio web, debe de ir una galería de fotos, una breve descripción de la empresa y de una forma rotativa los paquetes se irán mostrando.
- **Palabras Claves:**
  - Agroturismo
  - Turismo cultural
  - Turismo en Loja
  - Loja - Ecuador
- **Contáctenos**

Habrán botones para que nos contacte y pueda hacer una reserva.

**7. CAPITULO VII**  
**ANÁLISIS DE RESULTADOS**

## 7.1 CONCLUSIONES:

En base a los resultados obtenidos en el presente proyecto se puede concluir lo siguiente:

- En el Ministerio de Turismo aun no hay leyes para la creación de un complejo agroturístico, por lo tanto se lo debería registrar en el MINTUR como un Centro Turístico que brinde servicios agroturísticos.
- El cantón Puyango es un excelente lugar para explotar su belleza paisajística y atractivos turísticos (naturales y culturales) existentes.
- La gente de la Comunidad de Valle Nuevo está capacitada en el manejo agroecológico de sus fincas.
- El agroturismo es una alternativa para generar ingresos extras a los agricultores de la comunidad de Valle Nuevo, en base a la abundante producción agrícola y ganadera.
- Uno de los beneficios sociales del agroturismo y del turismo en general es que genera varias fuentes de trabajo por ende se reduce la migración y se mejora el nivel socioeconómico de la comunidad de Valle Nuevo.
- Económicamente el proyecto es rentable ya que se tiene un VAN de USD 9190,98 y la tasa interna de retorno (TIR) calculada para este proyecto es de 19,89% lo cual supera a la tasa de interés bancario.

## **7.2 RECOMENDACIONES:**

- El ministerio de Turismo debería tener todos los registros actualizados de los lugares turísticos que existen en el del País.
- Para iniciar cualquier inversión turística en la provincia de Loja primeramente hay que mejorar las vías de acceso.
- Es importante que el complejo agroturístico sea administrado por un profesional en Turismo que trabaje con la comunidad y se preocupe por el cuidado del medio ambiente.
- Se recomienda dar apertura para talleres a estudiantes de escuelas y colegios, para motivar a los jóvenes a permanecer en su ciudad de origen y así reducir la migración.
- Es recomendable no exceder la capacidad de carga del lugar, para ello se debería realizar un estudio para determinar la capacidad de carga real del sector.
- Se sugiere tratar de involucrar a toda la comunidad ayudando de esta manera al mejoramiento y desarrollo de la misma.

## **BIBLIOGRAFÍA EN INTERNET**

1. [http://www.loja\\_puyango\\_elarenal.htm](http://www.loja_puyango_elarenal.htm), fecha de consulta 04 de marzo del 2009.
2. [http://www. LA CAFICULTURA EN LA PROVINCIA DE LOJA.htm](http://www.LA_CAFICULTURA_EN_LA_PROVINCIA_DE_LOJA.htm), fecha de consulta 27 de abril del 2009.
3. <http://www.es.wiktionary.org/wiki/agroturismo>, fecha de consulta 18 de mayo del 2009.
4. [http://www.viajandox.com/loja\\_puyango\\_elarenal.htm](http://www.viajandox.com/loja_puyango_elarenal.htm) fecha de consulta 06 de abril del 2009.
5. [http://www.viajandox.com \Loja - Tradiciones.htm](http://www.viajandox.com/Loja-Tradiciones.htm) fecha de consulta 06 de abril del 2009.
6. [http://www. \Loja - Aguas Sulfurosas “El Arenal”.htm](http://www.\Loja-AguasSulfurosas-ElArenal.htm), fecha de consulta 06 de abril del 2009.
7. [http://www.ViajandoX\\_com - Bosque Petrificado de Puyango \\_ Turismo Puyango, Ecuador.htm](http://www.ViajandoX_com-BosquePetrificado-dePuyango-TurismoPuyango,Ecuador.htm), fecha de consulta 06 de abril del 2009.
8. [http://www. Loja - El Reloj de 8 esferas.htm](http://www.Loja-ElReloj-de-8-esferas.htm), fecha de consulta 06 de abril del 2009.
9. <http://www.ViajandoX.com-parromercadillo.htm>, fecha de consulta 06 de abril del 2009.
10. [http://cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/barrera/pdf/8\\_rural.pdf](http://cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/barrera/pdf/8_rural.pdf) fecha de consulta 13 de junio del 2009.

11. <http://www.ecuador.travel/portal-pais/oferta-turistica-del-ecuador/agroturismo.html> fecha de consulta: martes 11 de Agosto del 2009
12. [http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=310&Itemid=59](http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=310&Itemid=59)) fecha de consulta: 23 de octubre del 2009.
13. [http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com\\_content&task=view&id=863&Itemid=59](http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=863&Itemid=59), fecha de consulta: 23 de octubre del 2009.
14. <http://www.agroturismoecuador.org/agroturismo.html>, fecha de consulta: 23 de octubre del 2009.

## **BIBLIOGRAFÍA EN LIBROS**

1. CONTRERAS Sandra Amores, BARROS SEGOVIA Cristina. Tesis proyecto de desarrollo de la estación experimental tropical “pichilingue “como destino agroturístico.
1. ORTEGA GONZALES Luis Vicente, 2003. Narraciones, Cuentos y Leyendas de Puyango.
2. GALLARDO MOSCOSO Hernán "El Cantón Puyango es así"
3. CONSTABEL Silvia, OYARZUN Edgardo, SZMULEWICZ Pablo Agroturismo en Chile caracterización y perspectivas, 2007
4. CEITUR UTPL, Guía Didáctica de la Escuela de Hotelería y Turismo Modalidad Abierta y a Distancia.
5. HERNANDEZ DIAZ Edgar Alfonso. Proyectos turísticos formulación y evaluación. trillas, 2006
6. WERTHER, William y Keith Davis. Administración de personal y recursos humanos. McGraw-Hill, 1990, pp, 149-168.

ANEXO- A



UNIVERSIDAD TÉCNICA  
PARTICULAR DE LOJA  
*La Universidad Católica de Loja*

**ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA TURISTICA  
PARA EL DISEÑO DE UN COMPLEJO AGROTURÍSTICO EN EL  
SECTOR DE VALLE NUEVO, PARROQUIA EL ARENAL,  
CANTON PUYANGO**

Encuestador: \_\_\_\_\_

Formulario No. \_\_\_\_\_

**CONFIDENCIALIDAD**

Toda información proporcionada por usted es estrictamente confidencial; por lo tanto, no se difundirá en forma individual, ni tampoco podrá utilizarse para fines tributarios u otros que no sean estadísticos.

I. INFORMACION GENERAL	
<b>1. IDENTIFICACION</b>	
Ciudad de levantamiento de información _____	
Destino final del viaje _____	
Fecha _____	
Tipo de transporte: autobus _____ vehiculo propio _____ alquilado _____	
<b>II. CARACTERISTICAS PERSONALES</b>	
1. Sexo      1. Hombre <input type="checkbox"/> 2. Mujer <input type="checkbox"/>	
2. Cuántos años cumplidos tiene? _____	
3. Cuál es su nacionalidad? _____	
4. Cuál es su lugar de residencia habitual? _____	
5. Cuál es su ocupación..?	
1. Dirección de las empresas y de las administraciones públicas	<input type="checkbox"/>
2. Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	<input type="checkbox"/>
3. Empleados de tipo administrativo	<input type="checkbox"/>
4. Trabajadores de los servicios de restauración, y comercio	<input type="checkbox"/>
5. Artesanos y trabajadores cualificados de industrias	<input type="checkbox"/>
6. Trabajadores no cualificados	<input type="checkbox"/>
7. Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/>
8. Otros especifique _____	
6. Cuál es su nivel de instrucción..?	
1. Sin Estudios <input type="checkbox"/>	3. Secundaria <input type="checkbox"/>
2. Primaria <input type="checkbox"/>	4. Superior o posgrado <input type="checkbox"/>
<b>III. CARACTERISTICAS TURISTICAS OBJETIVAS</b>	
7. ¿Ha visitó algun lugar turístico del canton Payango?	
1. Si <input type="checkbox"/> pase a la 9      2. No <input type="checkbox"/>	
8. Le gustaría visitar alguno de los sitios turísticos ubicados en la en el Canton Puyango?	
1. Si <input type="checkbox"/> pase a la 14      2. No <input type="checkbox"/>	
9. Es su primera visita a los sitios turísticos del Canton Puyango	
1. Si <input type="checkbox"/> pase a la 11      2. No <input type="checkbox"/>	
10. Frecuencia de viaje a los sitios turísticos del Canton Puyango?	
1. Una vez al año <input type="checkbox"/> 3. Otro (especifique) _____	
2. Dos veces al año <input type="checkbox"/>	
11. Visitaría nuevamente estos sitios turísticos?	
1. Si <input type="checkbox"/> 2. No <input type="checkbox"/>	
12. Recomendaría viajar a estos sitios turísticos?	
1. Si recomendaría <input type="checkbox"/> 2. No recomendaría <input type="checkbox"/>	
13. Cuál fue el motivo principal de su visita?	
1. Ocio, recreo y vacaciones	<input type="checkbox"/>
2. Visitas a parientes y amigos	<input type="checkbox"/>
3. Negocios y motivos profesionales	<input type="checkbox"/>
4. Tratamientos de salud	<input type="checkbox"/>
5. Religión/peregrinaciones	<input type="checkbox"/>
6. Otros motivos (especifique).....	
14. Que sitio visitó? / Qué sitio le gustaría visitar?	
1. Lagunas <input type="checkbox"/>	9. Centros Artesanales <input type="checkbox"/>
2. Aguas termales <input type="checkbox"/>	10. Ferias <input type="checkbox"/>
3. Balnearios de río <input type="checkbox"/>	11. Comunidades <input type="checkbox"/>
4. Miradores <input type="checkbox"/>	12. Manifestaciones <input type="checkbox"/>
5. Montañas <input type="checkbox"/>	Culturales <input type="checkbox"/>
6. Cascadas <input type="checkbox"/>	13. Sitios gastronómicos <input type="checkbox"/>
7. Bosque <input type="checkbox"/>	14. Otros <input type="checkbox"/>
8. Iglesias <input type="checkbox"/>	
15. Cuál es su forma de viajar?	
1. Solo <input type="checkbox"/> pase a la 17	3. Grupo amigo <input type="checkbox"/>
2. Pareja <input type="checkbox"/> pase a la 17	4. Grupo familiar <input type="checkbox"/>



## **ANEXO -B**

### **REQUISITOS Y FORMALIDADES PERA REGISTRAR UN AEMPRESA TURÍSTICA EN EL MINISTERIO DE TURISMO.**

1. Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de Capital de reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
2. Copia certificada del Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.
3. Fotocopia del Registro Único Contribuyente (RUC)
4. Fotocopia del registro de identidad (cédula de ciudadanía), según sea la Persona Natural Ecuatoriana o extranjera.
5. Fotocopia del certificado de Votación (actualizado)
6. Fotocopia del contrato de compra del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACION DE UTILIZAR LA RAZON SOCIAL.
7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPPI), dentro de no encontrarse registrada la razón social. (MICIP- ADE)
8. Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local
9. Listado de precios de servicios ofertados
10. Afiliación a la Cámara de Turismo (opcional)

## **ANEXO -C**

### **DOCUMENTACIÓN PARA OBTENER LOS PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE TURISMO, HIGIENE Y BOMBEROS (Licencia Anual de funcionamiento)**

Se debe reunir y presentar en la unidad Municipal de Turismo los siguientes documentos:

1. Formulario N. 2 para permiso de funcionamiento.
2. Formulario N. 3 para trámite de licencia Anual de funcionamiento.
3. Especie valorada para permiso de funcionamiento de Higiene, Turismo.
4. Copia del certificado del registro del MINTUR (establecimientos nuevos)
5. Copia certificada de afiliación a la Cámara Provincial de Turismo.
6. Copia de comprobantes de pago de obligaciones Municipales (activos Totales, Patente, Cuerpo de bomberos, Licencia anual de funcionamiento)
7. Copia de RUC.
8. Certificados médicos de las personas que laboran en el establecimiento (policlínico Municipal o de la jefatura Provincial de Salud).
9. Copia de la cedula de identidad del representante legal.
10. Lista de precios del establecimiento.

**ANEXOS -D**

**PRESUPUESTO DE INVERSIONES**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>ACTIVO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>Material operativo</b>				
<b>Infraestructura</b>				
	Terreno	1	8000	8000
	Construcción	1	12076,9	12076,9
	<b>SUBTOTAL</b>			20076,9
<b>Equipos operativos</b>				
<b>recepción y bar</b>	computador	1	900	900
	teléfono	1	150	150
	línea telefónica	1	99	99
	telefax	1	300	300
	sumadora	1	65	65
	amplificación	1	2000	2000
	Impresora	1	60	60
	nevera pequeña	1	320	320
<b>cocina</b>	refrigeradora	1	500	500
	cocina	1	600	600
	batidora	1	25,09	25,09
	licuadora	1	66	66
	parrilla	1	47,66	47,66
<b>cabaña</b>	Televisor	3	450	1350
	teléfono	3	150	450
<b>Restaurante</b>	cafetera	2	17,26	34,52
	dispensador de agua	1	150,5	150,5
	calentador	1	70	70
	<b>SUBTOTAL</b>			7187,77
<b>Muebles y enseres</b>				
<b>recepción y bar</b>	silla	2	16	32
	extintor	1	99	99
	vaso lizo	50	0,52	26
	copa de agua	50	3,53	176,5
	copa de vino	50	3,13	156,5
	jarras	5	1,5	7,5

	charoles pequeños	2	3,31	6,62
	charoles grandes	2	7,64	15,28
	mostrador de la barra	1	150	150
	sleeping	30	15,48	464,4
	carpas para 5 pax	6	120	720
	archivador	2	120	240
	basurero	1	4,09	4,09
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>2097,89</b>
<b>cocina</b>	mesas de metal (3m x 1,5m)	1	43	43
	sillas	1	5	5
	mueble con perchas	1	50	50
	cuchillos	3	11,82	35,46
	cucharones	2	7	14
	jarras plástica	1	3	3
	ollas N° 40	1	56,02	56,02
	olla a presión	1	74	74
	ollas medianas	3	25	75
	tacho grande para basura	2	42	84
	sartén	2	17,49	34,98
	pinzas	3	1,06	3,18
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>477,64</b>
<b>cabañas</b>	camas de 2 plazas	3	250	750
	camas literas de 2 pisos	3	400	1200
	mesita	6	35	210
	espejo medio cuerpo	6	34,84	209,04
	closet	6	80	480
	lámparas	3	51,25	153,75
	juego de toallas	20	20,82	416,4
	shampoo (Galón)	2	4	8

	colchón	9	230	2070
	juego de sábanas	18	19,87	357,66
	frazada	9	13	117
	cobertor de cama	9	76	684
	cortinas de baño	3	6,52	19,56
	cortinas	6	22,77	136,62
	Jabón de baño (unidades)	12	0,35	4,2
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>6816,23</b>
<b>Restaurante</b>	anaquel	1	120	120
	mesas	10	15	150
	sillas	50	9	450
	trinchas (1/2 docena)	8	2,62	20,96
	tenedores (1/2 docena)	8	2,62	20,96
	cucharas (1/2 docena)	8	2,73	21,84
	cucharillas (1/2 docena)	8	2,77	22,16
	tazas	50	2,1	105
	platos grande	50	4,62	231
	manteles	12	25	300
	cubremanteles	12	25	300
	jarras	3	5	15
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>1756,92</b>
	<b>TOTAL MAT. OPERAT</b>			<b>183336,45</b>
<b>Material administrativo</b>				
<b>Equipos</b>				
<b>área de administración o gerencia</b>	computador	1	900	900
	línea telefónica	1	99	99
	teléfono	1	150	150
	<b>SUBTOTAL</b>			<b>1149</b>
<b>Muebles y enseres</b>				
<b>área de administración o</b>	sillas para escritorio	1	75	75

<b>gerencia</b>	escritorio	1	250	250
	archivador	1	120	120
	basurero	1	5	5
	<b>SUBTOTAL</b>			450
<b>TOTAL</b>				40012,35

Fuente: Estudio de Mercado. 2009

Elaboración: Autora

## ANEXO -E

### COSTOS Y GASTOS POR SERVICIO

<b>MATERIALES DIRECTOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Hospedaje</b>					
Nº de huéspedes	461,12	691,26	1036,28	1036,28	1036,28
Costo servicio	0,42	0,43	0,45	0,45	13
<b>SUBTOTAL</b>	<b>193,6704</b>	<b>299,65</b>	<b>466,326</b>	<b>466,326</b>	<b>13471,64</b>
<b>Alimentación</b>					
Nº de turistas	1063,04	1593,60	2388,97	2388,97	2388,97
Costo servicio	1,21	1,25	1,29	1,29	128,89
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1286,2784</b>	<b>1990,16</b>	<b>3081,77</b>	<b>3081,77</b>	<b>307914,34</b>
<b>Recreación</b>					
Nº de turistas	8898,56	13339,83	19997,74	19997,74	19997,74
Costo servicio	0,8	0,77	0,8	0,8	79,89
<b>SUBTOTAL</b>	<b>6673,9</b>	<b>10326,03</b>	<b>15998,19</b>	<b>15998,19</b>	<b>1597619,45</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8153,9</b>	<b>12615,8</b>	<b>19546,3</b>	<b>19546,3</b>	<b>1919005,4</b>

Fuente: Estudio de Mercado. 2009

Elaboración: Autora

**ANEXO- F**

**RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO DIRECTO</b>					
Personal operativo	16326	17909,62	19646,86	19646,86	19646,86
Materiales directos	38621,55	39861,30	41140,85	41140,85	41140,85
Imprevistos 3%	1648,43	1733,13	1823,63	1823,63	1823,63
<b>Subtotal</b>	56595,98	59504,05	62611,34	62611,34	62611,34
<b>COSTO INDIRECTO</b>					
Suministros y servicios	2608,92	5107,92	5550,84	5550,84	5550,84
Mantenimientos y seguros	866,33	866,33	866,33	866,33	866,33
Imprevistos 3%	104,26	179,23	192,52	192,52	192,52
<b>Subtotal</b>	3579,51	6153,48	6609,69	6609,69	6609,69
Depreciaciones	7868,12	7868,12	7868,12	7868,12	7868,12
Amortizaciones	2063,82	2063,82	2063,82	2063,82	2063,82
<b>Subtotal</b>	9931,94	9931,94	9931,94	9931,94	9931,94
<b>Total costo. Indirectos</b>	13511,45	16085,42	16541,63	16541,63	16541,63
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Remuneración personal administrativo	5418	5943,55	6520,07	6520,07	6520,07
Movilización y viáticos	72	74,31	76,7	76,7	76,7
Suministros de oficina	971,1	1002,28	1034,45	1034,45	1034,45
Suscripciones					
Honorarios	300	300	300	300	300
Imprevistos 3%	202,83	219,60	237,94	237,94	237,94
<b>Subtotal</b>	6963,93	7539,74	8169,16	8169,16	8169,16
Depreciaciones activos administrativo.	470,47	470,47	470,47	470,47	470,47
<b>Total</b>	7434,40	8010,21	8639,63	8639,63	8639,63
<b>OTROS GASTOS VENTAS</b>					
Mercadeo	1122	1214,68	1315,01	1315,01	1315,01
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Intereses	3512,05	2520,41	1528,78	537,15	0
<b>TOTAL</b>	82175,88	87334,77	90636,38	89644,75	89107,60

Fuente: Estudio de Mercado. 2009 (Anexo- G, y Cuadro N° 9)

Elaboración: Autora

## ANEXO - G

### SUELDOS Y SALARIOS

NOMBRE DEL PERSONAL	Nº DE PERSONAS	SUELDO MENSUAL	CUOTA	SUBTOTAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL
<b>Personal administrativo</b>							
Administrador	1	400	12	4800	400	218	5418
<b>Personal operativo</b>							
Chef	1	300	12	3600	300	218	4118
Recepcionista	1	218	12	2616	218	218	3052
Meseros	2	218	12	5232	436	436	6104
Camarera	1	218	12	2616	218	218	3052
<b>Subtotal</b>							16326
<b>TOTAL</b>							<b>21744</b>

*Fuente: Estudio de Mercado. 2009*

*Elaboración: Autora*

## ANEXO - H

### DISEÑO DE PUERTAS Y VENTANAS



## ANEXO – I

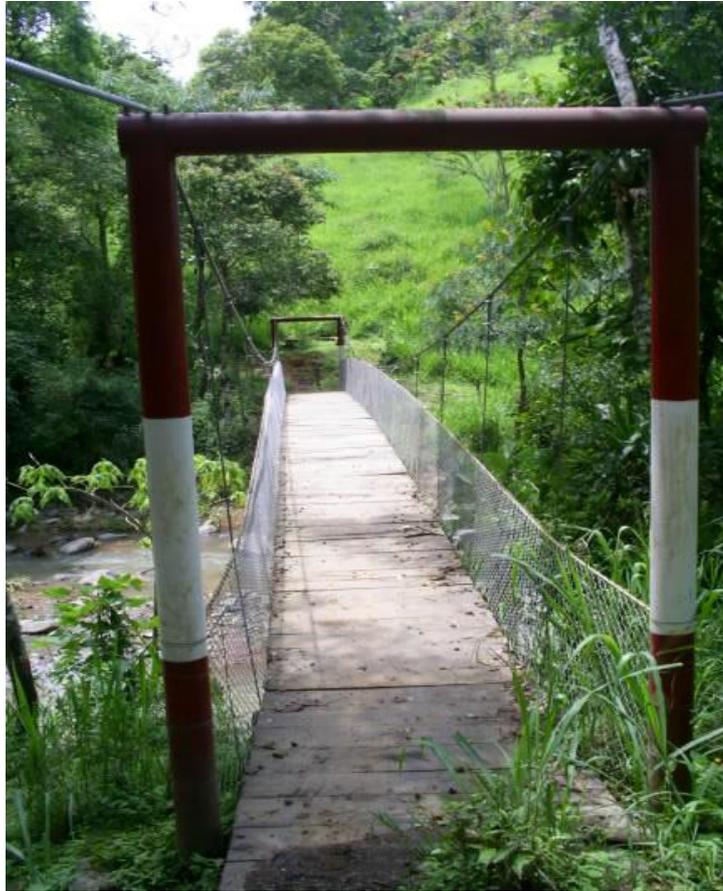
### FOTOGRAFÍAS DURANTE EL RECORRIDO PARA DETERMINAR LOS SENDEROS.



*Agricultores de la comunidad de Valle Nuevo durante el recorrido.  
Elaboración: Autora*



*Bosque de árboles Nativos.  
Elaboración: Autora*



*Sendero “Del Puente” pre establecido.  
Elaboración: Autora*



*Criadero de Cuyes*  
*Elaboración: Autora*



*Cascada sin nombre*  
*Elaboración: Autora*



*Criadero de tilapia*  
*Elaboración: Autora*



*Cultivo de caña guadua*  
*Elaboración: Autora*



*Las Catanas*  
*Elaboración: Autora*