



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánica

y Recursos Naturales

LICENCIATURA EN TURISMO

**“PROPUESTA DE CREACION DE LA RUTA TURISTICA DE LA CAÑA DE
AZUCAR EN LOS CANTONES DE MILAGRO Y MARCELINO MARIDUEÑA -
PROVINCIA DEL GUAYAS”**

TESIS DE GRADO

Previa la obtención del Título de:

LICENCIADA EN TURISMO

Presentada por:

María Zuleyka Bolaños Burgos
Miriam Guadalupe Naula Naula
Katherina Maricela Toledo Pico

Guayaquil – Ecuador

AÑO 2011

AGRADECIMIENTO

A Dios, a nuestra familia.

A la Escuela Superior Politécnica del Litoral por el valioso conocimiento impartido, al M.Sc. Julio Gavilanes-Coordinador de carrera, al M.Sc. Wilmer Carvache, Director de Tesis.

A todas las personas que contribuyeron en el desarrollo de este trabajo: Subsecretaria de Turismo del Litoral, Ingenios Azucareros de Valdez y San Carlos, al Centro de Investigación de la Caña de Azúcar en el Ecuador (CINCAE), a los Municipios de Milagro y Marcelino Maridueña y a sus pobladores.

DEDICATORIA

Dedicamos esta tesis a Dios, a nuestros padres, hermanos, y demás familiares, quienes nos han encaminado a lo largo de nuestras vida aconsejándonos y brindándonos todo su apoyo y comprensión. Nuestro amor, cariño y gratitud eterna.

María Zuleyka Bolaños Burgos.
Miriam Guadalupe Naula Naula
Katherina Maricela Toledo Pico.

TRIBUNAL DE GRADUACION

Presidente del Tribunal

M.Sc. Wilmer Carvache

Director de Tesis

Ing. Héctor Ayón Jó

Miembro Principal

M.Sc. Julio Gavilanes

Miembro Principal

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral”.

María Zuleyka Bolaños Burgos

Miriam Naula Naula

Katherina Toledo Pico

RESUMEN

El desarrollo de esta tesis se ha segmentado en cuatro capítulos los cuales conllevan a conseguir el objetivo principal que es la Creación de la Ruta de la Caña de Azúcar en la provincia del Guayas, específicamente en los cantones Marcelino Maridueña y Milagro que son los principales productores de dicho producto en la provincia del Guayas, además de contar con un sin número de atractivos naturales, históricos y culturales que hacen relevante la planificación de este tema; la infraestructura, e información básica de cada cantón en estudio se encontrará con más detalle en el capítulo uno.

En el segundo capítulo se utiliza el método de investigación de campo que nos reveló la aceptación y exigencias que el turista prefiere, además del estudio de la oferta, la demanda y el análisis FODA que son los puntos clave para verificar si la creación de dicha ruta es factible y recomendable.

Con los resultados obtenidos se elaboró el tercer capítulo que muestra en detalle el estudio técnico, estudio ambiental y capacidad de carga que la creación de esta nueva ruta generaría, además de la descripción del paquete turístico que se propone y que lo hacen atractivo para el turista.

El cuarto capítulo consta de la estructura organizacional que esta propuesta debe de tener para ponerlo en marcha, el estudio de comercialización

además el plan de promoción a utilizar en este proyecto. Además se muestra los costos que este proyecto generaría, la inversión y la proyección de ventas que mostrarían la viabilidad y efectividad de este proyecto.

Finalmente se establecen las conclusiones y recomendaciones que se bosquejan para la realización del presente documento.

INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA	III
TRIBUNAL DE GRADUACION	IV
DECLARACIÓN EXPRESA	V
RESUMEN	VI
INDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XVII
ÍNDICE DE CUADROS	XIX
ÍNDICE DE GRAFICOS	XXI
ÍNDICE DE TABLAS	XXIV
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1	
CONCEPTUALIZACION Y ASPECTOS GENERALES	5
1.1. Conceptualización	5
1.2. Aspectos generales	7
1.3. Aspectos geográficos del cantón Milagro	9
1.3.1. Ubicación	9
1.3.2. Orografía	10

1.3.3	Hidrografía.....	10
1.3.4	División Territorial.....	12
1.4	Antecedentes históricos del cantón Milagro.....	13
1.4.1	Los pueblos costeños del Ecuador.....	13
1.4.2	Origen del nombre San Francisco de Milagro	17
1.4.3	Formación del cantón San Francisco de Milagro	18
1.5	Aspectos socio-económicos del cantón Milagro	19
1.5.1	Población del cantón Milagro	19
1.5.2	Escolaridad del cantón Milagro	20
1.5.3	Salud en el cantón Milagro	21
1.5.4	Producción en el cantón Milagro	22
1.5.5	Ocupación en el cantón Milagro.....	23
1.5.6	Vías de comunicación	23
1.5.7	Medios de Transporte	23
1.5.8	Medios de Comunicación	24
1.6	Aspectos geográficos del cantón Marcelino Maridueña.....	25
1.6.1	Ubicación.....	25
1.6.2	Orografía	27
1.6.3	Hidrografía.....	27

1.6.4	Clima	28
1.6.5	División Territorial	28
1.7	Antecedentes históricos del cantón Marcelino Maridueña.....	29
1.7.1	Los pueblos costeros del Ecuador	29
1.7.2	Origen del nombre Coronel Marcelino Maridueña	29
1.7.3	Formación del cantón Coronel Marcelino Maridueña.....	30
1.8	Aspectos socio-económicos del cantón Marcelino Maridueña	31
1.8.1	Población	31
1.8.2	Escolaridad	32
1.8.3	Salud	34
1.8.4	Producción	35
1.8.5	Ocupación	37
1.8.6	Vías de comunicación	37
1.8.7	Medios de Transporte	37
1.9	Breve Historia de la caña de azúcar	38
1.10	Reseña Histórica de la caña de azúcar en el Ecuador	38
1.10.1	La Industria Azucarera en el Ecuador.....	50
1.10.2	Breve historia del Ingenio VALDEZ	52
1.10.3	Breve historia del Ingenio SAN CARLOS	54

1.10.4 Breve historia del CINCAE (Centro de Investigación de la caña de azúcar del ECUADOR)	55
---	----

CAPITULO 2

CARACTERISTICAS DEL MERCADO TURISTICO	57
2.1 Descripción de la oferta turística	57
2.1.1 Atractivos turísticos	58
2.1.2 Infraestructura Turística	62
2.1.3 Planta Turística	64
2.2 Análisis FODA del destino	71
2.3 Análisis estratégico del producto propuesto	75
2.3.1 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	77
2.3.2 Análisis FODA del producto propuesto	83
2.4 Análisis de la Demanda Turística	85
2.4.1 Características de la Demanda	85
2.4.2 Investigación de Mercado	87
2.4.2.1 Diseño de Estudio	87
2.4.2.2 Población o Unidad de análisis	88
2.4.2.3 El Marco Muestral	89
2.4.2.4 Diseño del Muestreo	89
2.4.2.5 Diseño de Muestreo: Primera Población de Estudio (habitantes de Milagro y Marcelino Maridueña)	90

2.4.2.6	Diseño de Muestreo: Segunda Población de Estudio (habitantes nacionales que viven y/o que están de paso en la ciudad de Guayaquil).....	91
2.4.2.7	Diseño de Muestreo: Tercera Población de Estudio (Visitantes extranjeros que llegan a la Provincia del Guayas).	92
2.4.2.8	Instrumento y Técnica de medición	93
2.4.2.9	Selección y adiestramiento de trabajadores de campo	95
2.4.2.10	Organización de trabajo de campo	95
2.5	Primera Población de Estudio (Comunidad Local de Milagro y Marcelino Maridueña).....	96
2.6	Segunda Población de Estudio (residentes y visitantes nacionales en la ciudad de Guayaquil).....	112
2.7	Tercera Población de Estudio (Visitantes extranjeros en la ciudad de Guayaquil).....	131
2.8	Entrevista realizada a Organismos reguladores de turismo.	153
2.9	Entrevista realizada a las Agencias de Viaje en la ciudad de Guayaquil y Milagro.....	158
2.10	Entrevista realizada a colegios fiscales experimentales y particulares en la ciudad de Milagro y Guayaquil.	164

CAPITULO 3

ESTUDIO TECNICO	169
3.1 Tamaño y Localización	169
3.2 Descripción del equipamiento de la Ruta	173
3.2.1 Equipamiento de Oficina	173

3.2.2	Señalética.....	173
3.2.3	Equipamiento del Vestuario a requerir por los visitantes.	174
3.3	Características de las instalaciones a requerir	175
3.4	Capacidad de Carga Turística	176
3.4.1	Cálculo de la Capacidad de Carga Física (CCF) de los lugares a visitar en la ruta propuesta.....	179
3.4.1.1	Área de Campo Ingenio Valdez	180
3.4.1.2	Área de Fábrica Ingenio Valdez.....	181
3.4.1.3	Área de Campo Ingenio San Carlos	182
3.4.1.4	Área de Fábrica Ingenio San Carlos.....	183
3.4.1.5	CINCAE	184
3.4.1.6	Parroquia La Lejía.....	186
3.4.2	Cálculo de la Capacidad de Manejo de Grupos (CMG)	187
3.4.2.1	Área de Campo Valdez.....	188
3.4.2.2	Área de Fábrica Valdez	188
3.4.2.3	Área de Campo San Carlos	189
3.4.2.4	Área de Fábrica San Carlos.....	189
3.4.2.5	CINCAE	189
3.4.2.6	Parroquia La Lejía.....	190
3.5	Evaluación de zonas de riesgo	190

3.5.1	Matriz de Leopold.....	191
3.5.2	Conclusión del estudio de Impacto Ambiental	197
3.6	Itinerario de la Ruta de la caña.....	200
3.6.1	Descripción del Itinerario de la Ruta.	200
3.6.2	Logística para la Operación del Paquete	202
3.6.3	Descripción del Itinerario del Paquete.....	204
3.6.3.1	De Guayaquil a Milagro	204
3.6.3.2	Visita al área de campo Ingenio Valdez	204
3.6.3.3	Visita al área de fábrica Ingenio Valdez	208
3.6.3.4	Visita a la Parroquia Mariscal Sucre.....	209
3.6.3.5	Visita a los viveros.....	212
3.6.3.6	Visita del área de campo Ingenio San Carlos.....	213
3.6.3.7	Visita al área de fábrica Ingenio San Carlos.....	218
3.6.3.8	Visita al CINCAE.....	219

CAPITULO 4

GESTION Y COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO		229
4.1	Estructura Organizacional	229
4.1.1	Descripción de Funciones	230
4.2	Estrategias de Comercialización	234

4.2.1	El Producto	235
4.2.2	Precio	238
4.2.3	Plaza o Distribución.....	240
4.2.4	Promoción	241
4.2.4.1	El Segmento del Mercado.....	242
4.2.4.2	El Mercado Europeo	243
4.2.4.3	Mercado Estadounidense	243
4.2.4.4	Mercado Asiático	243
4.2.4.5	Mercado Nacional.....	244
4.2.4.6	Las Estrategias de Promoción	244
4.3	Plan de Promoción.....	247
4.3.1	Herramientas del Plan de Promoción	248
4.3.1.1	Materiales Promocionales.....	249
4.3.1.2	Medios Electrónicos	252
4.3.1.3	Participación en Ferias Nacionales e Internacionales	254
4.3.1.4	Elaboración de un Video Promocional.....	256
4.3.1.5	Alianzas Estratégicas.....	256
4.4	Costos del Proyecto	257
4.4.1	Aspectos Legales	257

4.4.2	Costos del Paquete	263
4.5	Plan de Financiamiento	265
4.5.1	Proyección de ventas	269
	CONCLUSIONES	272
	RECOMENDACIONES	274
	ANEXOS	275
	BIBLIOGRAFIA.....	315

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1:	Mapa de ubicación de la Provincia del Guayas.....	8
Figura 1.2:	Mapa hidrográfico del cantón Milagro.....	12
Figura 1.3:	Mapa Político del cantón Milagro.....	13
Figura 1.4:	Metalistería. Cultura Milagro-Quevedo.....	14
Figura 1.5:	Fusión de la Etnia Cayapa-Colorado.....	15
Figura 1.6:	Ultimas culturas aborígenes del Litoral Ecuatoriano.....	17
Figura 1.7:	Población del cantón Milagro.....	19
Figura 1.8:	Productos cosechados, año 2006.....	22
Figura 1.9:	Mapa de ubicación-Marcelino Maridueña.....	26
Figura 1.10:	Población del cantón Marcelino Maridueña.....	32
Figura 1.11:	Producción de azúcar en Ecuador por Ingenio (2007)....	51
Figura 3.1:	Mapa de la Ruta de la Caña.....	173
Figura 3.2:	Cultivo en el área de campo-Ingenio Valdez.....	206
Figura 3.3:	Restos del Ingenio Isabel María, Parroquia El Chobo- Milagro.....	208
Figura 3.4:	Control Biológico-Ingenio Valdez.....	209
Figura 3.5:	Proceso Artesanal de la Panela (Parroquia Mariscal Sucre-Milagro).....	211
Figura 3.6:	Proceso Artesanal de la Melcocha.....	212
Figura 3.7:	Proceso Artesanal del Aguardiente.....	213
Figura 3.8:	Viveros en la vía Milagro-Naranjito.....	213
Figura 3.9:	Siembra de caña-Ingenio San Carlos (ISC).....	215

Figura 3.10: Abono orgánico + Fertilizantes-ISC.....	216
Figura 3.11: Cosecha Manual de caña-ISC.....	218
Figura 3.12: Cosecha Mecanizada de caña-ISC.....	219
Figura 3.13: Vista externa del CINCAE.....	221
Figura 3.14: Casa de fotoperiodo y Casa de cruzamientos-CINCAE...	223
Figura 3.15: Área de Cuarentena-CINCAE.....	224
Figura 3.16: Principales Plagas en la Cuenca del Guayas-CINCAE...	225
Figura 3.17: Principales Plagas en la Cuenca del Guayas-CINCAE...	226
Figura 3.18: Principales Plagas en la Cuenca del Guayas-CINCAE...	226

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.1:	Cooperativas de Transporte de Guayaquil a Milagro....	24
Cuadro 1.2:	Cooperativas de Transporte - Marcelino Maridueña....	38
Cuadro 1.3:	Ecuador: Superficie sembrada con caña de azúcar, año 1836.....	40
Cuadro 1.4:	Principales Ingenios Azucareros año 1900 y 1909.....	43
Cuadro 1.5:	Producción anual de Azúcar, año 1922.....	44
Cuadro 1.6:	Principales Ingenios de Azúcar de la Costa, año 1944.....	48
Cuadro 1.7:	Producción de Azúcar en el Ecuador, año 1944-1945...	49
Cuadro 2.1:	Clasificación - Atractivos Turísticos de Milagro.....	59
Cuadro 2.2:	Clasificación - Atractivos Turísticos de Marcelino Maridueña.....	61
Cuadro 2.3:	Infraestructura - cantón Milagro.....	63
Cuadro 2.4:	Infraestructura - cantón Marcelino Maridueña.....	64
Cuadro 2.5:	Planta Turística cantón Milagro-Alojamiento.....	65
Cuadro 2.6:	Planta Turística cantón Milagro-Alimentación.....	66
Cuadro 2.7:	Planta Turística cantón Milagro-C. Recreación.....	68
Cuadro 2.8:	Planta Turística cantón Marcelino Maridueña-Alojamiento.....	70
Cuadro 2.9:	Planta Turística cantón Marcelino M. – Alimentación....	70
Cuadro 2.10:	Planta Turística cantón Marcelino M. – C. Recreación...	71
Cuadro 2.11:	Matriz FODA de Milagro.....	72
Cuadro 2.12:	Matriz FODA de Marcelino Maridueña.....	74

Cuadro 2.13:	Fuerza Competitiva de la Ruta de la Caña.....	76
Cuadro 2.14:	Matriz FODA del entorno del Producto propuesto.....	84
Cuadro 3.1:	Distancia en kilómetros - Ruta de la caña.....	171
Cuadro 3.2:	Cuadro de Asignación de Valores para EIA.....	193
Cuadro 3.3:	Impacto que generan los Ingenios sobre los cantones de Milagro y Marcelino Maridueña.....	194
Cuadro 3.4:	Impacto que generaran los visitantes en los Ingenios de Valdez y San Carlos.....	195
Cuadro 3.5:	Impacto que generan los visitantes en la Parroquia Mariscal Sucre-Milagro.....	196
Cuadro 3.6:	Impacto que generaran los visitantes en el CINCAE.....	197
Cuadro 3.7:	Proceso de Elaboración del Azúcar-Ingenio Valdez.....	209
Cuadro 3.8:	Proceso de Elaboración del Azúcar - Ingenio San Carlos.....	220
Cuadro 4.1:	Costo del Paquete - Ruta de la caña.....	240

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 2.1:	Encuesta dirigida los habitantes de Milagro y Marcelino Maridueña - Rango de Edades.....	96
Gráfico 2.2:	Sexo.....	97
Gráfico 2.3:	Ocupación.....	98
Gráfico 2.4:	Nivel de Estudios.....	99
Gráfico 2.5:	Lugar de Residencia.....	100
Gráfico 2.6:	Lugar de procedencia.....	101
Gráfico 2.7:	Frecuencia de visitas	102
Gráfico 2.8:	¿Principal motivo de visita a su ciudad?.....	103
Gráfico 2.9:	¿Sitios de mayor interés turístico?.....	104
Gráfico 2.10:	¿Causas del poco desarrollo turístico en su ciudad?....	108
Gráfico 2.11:	¿Interés de la ciudadanía en participar en el desarrollo turístico de Milagro y Marcelino?.....	109
Gráfico 2.12:	¿Posibles actividades turísticas que pueden desarrollarse en su ciudad?.....	111
Gráfico 2.13:	Encuesta a Residentes y Visitantes en la ciudad de Guayaquil- Rango de Edades.....	112
Gráfico 2.14:	Sexo.....	113
Gráfico 2.15:	Nivel de Estudios.....	114
Gráfico 2.16:	¿Lugar de Residencia?.....	115
Gráfico 2.17:	¿Motivo de visita a la ciudad?.....	116
Gráfico 2.18:	¿Forma de viaje?.....	117
Gráfico 2.19:	¿Frecuencia de viaje?.....	118

Gráfico 2.20:	¿Fuentes de información más usada?.....	119
Gráfico 2.21:	¿Preferencia de destinos?.....	121
Gráfico 2.22:	¿Ha visitado plantaciones de caña en el país?	122
Gráfico 2.23:	¿Conoce sobre el cultivo de la caña azúcar?.....	123
Gráfico 2.24:	¿Ha visitado algún Ingenio Azucarero en el país?.....	124
Gráfico 2.25:	¿Cuál fue su motivo de visita al Ingenio?.....	125
Gráfico 2.26:	¿Los cultivos de caña en el país son?.....	126
Gráfico 2.27:	¿Se animaría a visitar la ruta de la caña?.....	127
Gráfico 2.28:	¿Sugerencias sobre actividades a desarrollar en la ruta?.....	128
Gráfico 2.29:	¿Compraría el paquete de la caña?.....	130
Gráfico 2.30:	Encuesta a Visitantes Extranjeros en la ciudad de Guayaquil –Sexo.....	131
Gráfico 2.31:	Edad.....	132
Gráfico 2.32:	Nivel de Estudios.....	133
Gráfico 2.33:	¿Lugar de procedencia?.....	134
Gráfico 2.34:	¿Principal motivo de visita?.....	135
Gráfico 2.35:	¿Con quién viaja?.....	136
Gráfico 2.36:	¿Frecuencia de viaje al Ecuador?.....	138
Gráfico 2.37:	¿Preferencias de Destinos en Ecuador?.....	139
Gráfico 2.38:	¿Actividades de Interés en Ecuador?.....	140
Gráfico 2.39:	¿Interés por conocer métodos de agricultura y vida rústica del Ecuador?.....	141
Gráfico 2.40:	¿Conoce rutas agroturísticas en otros países?.....	142
Gráfico 2.41:	¿Ha probado la caña de azúcar?.....	144

Gráfico 2.42:	¿Conoce sobre el cultivo de caña?.....	145
Gráfico 2.43:	¿Ha visitado algún Ingenio Azucarero?.....	146
Gráfico 2.44:	¿Motivo de visita al Ingenio?.....	147
Gráfico 2.45:	¿Si se crea la ruta de la caña, la visitaría?.....	149
Gráfico 2.46:	¿Sugerencias de servicios a ofrecer en la ruta?.....	150
Gráfico 2.47:	¿Estaría dispuesto a pagar \$30 por hacer el recorrido de la ruta?.....	151
Gráfico 2.48:	¿Medios de comunicación más usados?.....	152
Gráfico 4.1:	Organigrama de la Ruta Turística de la caña.....	231
Gráfico 4.2:	Estrategias de Comercialización.....	236
Gráfico 4.3:	Grupo objetivo del Producto Turístico.....	243
Gráfico 4.4:	Estrategias de Promoción.....	245
Gráfico 4.5:	Diseño del Logotipo de la ruta de la caña.....	251

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla i:	Costos del Proyecto-Inversión Inicial.....	258
Tabla ii:	Gastos Pre-Operacionales.....	262
Tabla iii:	Activos Fijos - Equipos y Mobiliario de Oficina.....	262
Tabla iv:	Gastos Administrativos-Nómina.....	263
Tabla v:	Gastos Administrativos-Servicios Básicos.....	263
Tabla vi:	Gastos de Publicidad.....	263
Tabla vii:	Costos del paquete por mes.....	264
Tabla viii:	Detalle de costos del Paquete por grupo por mes.....	265
Tabla ix:	Costos del Paquete puesto en el mercado.....	265
Tabla x:	Tabla de Amortización.....	267
Tabla xi:	Egresos mensuales con 5 recorridos semanales.....	270
Tabla xii:	Egresos mensuales con 3 recorridos semanales.....	271
Tabla xiii:	Proyección de ventas – optimista.....	272
Tabla xiv:	Proyección de ventas – pesimista.....	272

INTRODUCCIÓN

El presente estudio plantea la creación de la Ruta Turística de la Caña de Azúcar en los cantones de Milagro y Marcelino Maridueña en la provincia del Guayas basándose en una investigación bibliográfica, de campo y explicativa. Las técnicas empleadas para la recolección de datos fueron encuestas dirigidas a los habitantes locales de Milagro y Marcelino Maridueña, a visitantes nacionales y extranjeros en la ciudad de Guayaquil; además se realizaron entrevistas a profesionales del medio turístico. También se realizó un Plan Estratégico y de Comercialización, Análisis de Impactos Ambientales; así mismo como los costos, inversiones y formas de financiamiento que necesita un proyecto inicial, todos estos parámetros han sido factores claves para la obtención de resultados.

El objetivo principal de este trabajo es aportar al conocimiento histórico, cultural, social y económico de estos dos cantones que actualmente no son turísticos, pero que tienen atractivos y recursos naturales significativos para ser tomados en cuenta en la planificación de un destino; contribuyendo a la oferta turística que actualmente existe en la provincia del Guayas.

El término que se ha escogido para identificar este nuevo producto es Ruta Turística o simplemente Ruta de la Caña el cual abarca dos cantones de la provincia que se enlazan a través de vías donde se pueden visitar canteros

de grandes extensiones propiedad de los ingenios, caseríos con arquitectura de la época, donde habitaban los propietarios de los Ingenios, un museo que actualmente no está abierto al público, y las haciendas que pertenecen a las tres familias que se encargan de la elaboración artesanal de la panela, agua ardiente y melcocha. Se sigue una ruta trazada por las carreteras que van desde Guayaquil - Durán - Yaguachi - Milagro - Marcelino Maridueña para finalizar en el km 49.6 de la vía Durán - El Triunfo para llegar al CINCAE y luego retornar por la Autopista Durán-Boliche al punto de partida, la ciudad de Guayaquil.

La idea de elegir la caña de azúcar como elemento principal en este estudio es debido a que es uno de los principales productos agrícolas a nivel local, su cultivo contribuye al PIB con el 1.4% y con relación al PIB agrícola es del 12%. En el país la producción de azúcar, es realizada por 6 ingenios azucareros: E cud os, San Carlos, Valdez, Isabel María, IANCEM y Monterrey, los tres primeros producen el 90 % de la producción nacional, y estos ingenios conjuntamente con el Ingenio Isabel María se ubican en el Litoral Ecuatoriano.

La provincia del Guayas cuenta ya con otras rutas tal es el caso de “La Ruta del Banano en el cantón El Guabo - Provincia del Oro que consiste en un recorrido a plantaciones de caña cultivadas orgánicamente y de forma tradicional complementando la visita a las cascadas y al puerto de Manta. La

ruta del Cacao comprende varios cantones en la provincia tales como Tenguel - Yaguachi – Naranjal – Balao, donde se localizan haciendas dedicadas al cultivo del cacao para la exportación a Europa y a los Estados Unidos y Canadá. Básicamente para tener una idea de cómo se manejan las actuales rutas se visitó la ruta del Banano y las Haciendas “El Castillo” ubicado en el km 55 de la vía a la costa y la Hacienda “Rosa Herminia” en el km 83 de la vía a Daule, las mismas que hoy en día están posicionadas y reconocidas en el medio turístico.

Algunos países de Latinoamérica como Cuba, Argentina y Colombia han creado desde hace algunos años atrás la Ruta de La Caña o Ruta Dulce, basándose en la herencia cultural que la época colonial les dejó como ruinas correspondientes a ingenios, casas de verano y otras instalaciones vinculadas con la elaboración del dulce conservadas hasta nuestros días que por su antigüedad están avaladas por la Unesco.

En Ecuador existe un legado patrimonial e histórico desconocido en nuestro medio en cuanto a plantaciones de caña e ingenios azucareros que inicia en el segundo tercio del siglo XVI en Imbabura y Pichincha; y básicamente en la Provincia del Guayas se tienen datos que desde el año 1900 existían 11 ingenios azucareros de los cuales 8 estaban ubicados en Yaguachi, cantón que en ese entonces abarcaba la parte del cantón Milagro. Hoy en día de todos los ingenios que se establecieron en este sector solo quedan dos: el

primero Valdez establecido en 1884 y San Carlos en 1906. Es cierto que Ecuador y la Provincia del Guayas no cuentan con una arquitectura industrial monumental pero lo que existe tiene historia nacional y regional.

Por ello se plantea la creación de esta ruta, que busca contribuir con este trabajo de investigación a los habitantes de los cantones ya descritos, que ellos al involucrarse en esta actividad ayuden a mejorar su calidad de vida.

Tomando en cuenta que la ruta que se propone se la ha planificado para un día de recorrido full day, se plantea que la ruta parta desde la ciudad de Guayaquil hasta el CINCAE (Centro de Investigación de la Caña de Azúcar del Ecuador), abarcando un área aproximada de 175,99km². Los tramos que incluye la ruta son: Guayaquil – Milagro – Mariscal Sucre – Marcelino Maridueña – Cincae – Guayaquil.

CAPÍTULO 1

CONCEPTUALIZACION Y ASPECTOS GENERALES

1.1. Conceptualización

Según el método de investigación se realizó una investigación histórica (lo que fue) y una investigación descriptiva (lo que es) para esto, se utilizó fuentes documentales primarias (revistas científicas, libros, periódicos, internet, informes de investigación e INEC) y fuentes documentales secundarias (Revista de resúmenes e Índice bibliográficos), que ayudaron a crear un punto de referencia el cual permitió un mayor conocimiento del área en estudio, así mismo este conocimiento sirvió de base para la formulación de entrevistas y encuestas a la población local y a los máximos

representantes del turismo en la provincia del Guayas y particularmente a los dos cantones de estudio: Milagro y Marcelino Maridueña.

Es importante conocer además el significado de ciertos términos sobre los cuales se debe trabajar en esta tesis tales como: Ruta Turística que según López y Sánchez (2001), se la puede definir como la creación de un clúster de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico.

Otro término a emplear es el de turismo comunitario, el cual se basa en comunidades locales dejando los beneficios en el mismo lugar. (http://assets.panda.org/downloads/directrices_para_el_ecoturismo_comunitario_wwf_1.pdf. Directrices para el desarrollo del turismo comunitario, visita realizada 19 de enero de 2011).

Para el presente estudio es necesario conocer y diferenciar el término infraestructura e infraestructura turística. Para esto la M.Sc. Karla Ricaurte (2001) nos aclara que se conoce por infraestructura a la dotación de bienes o servicios con que cuenta un país para sostener su estructura productiva y social mientras que, la infraestructura turística son aquellas instalaciones destinadas para uso exclusivo de la actividad turística.

Y para concluir se contempla el uso de los términos producto, oferta y demanda turística; el primero se refiere a las combinación de prestaciones y de elementos tangibles e intangibles con el fin de ofrecer un beneficio al cliente (Altés, 1997, 34).

El segundo explica (Montaner, 1998, 31) son los productos o servicios que deben competir en el mercado; y finalmente la demanda turística comprende al conjunto de turistas que están motivados a comprar los servicios.

1.2 Aspectos generales

Ecuador, país multiétnico, con gran riqueza cultural, natural y arqueológica comprende una superficie total oficial de 256.370 km²; cuenta con 24 provincias, una de ellas es la provincia del Guayas situada en el litoral ecuatoriano, tiene una extensión de 17,448.20 km², equivalente al 7,6% del territorio nacional. Tiene una población de 3'600.000 habitantes que representa el 30% del país (Acosta, 1965, p. 34). (Ver figura 1.1).

Figura N. 1.1

Mapa de ubicación de la Provincia del Guayas



Fuente: <http://upload.wikimedia.org>

Provincia de Guayas

Visita realizada 9 de febrero de 2011

Las costas ecuatorianas son generalmente bajas y aparentemente con pocas sinuosidades y articulaciones, pero recorriéndolas poco a poco y siguiendo los contornos se aprecia entonces que son accidentadas; la más importante y amplia entrante es el Golfo de Guayaquil (200 km de ancho), donde desemboca el río Guayas, que baña una amplia hoya de más de 34,000 km². Esta cuenca comprende una extensión de 26 mil kilómetros; sus mayores afluentes son los ríos Daule y Babahoyo al que afluyen el Vinces, Pueblo Viejo, Zapotal, y Yaguachi y forman la red fluvial más densa de la costa y la más útil para la navegación. La cuenca del Guayas no abarca

solamente los límites político-administrativos de la provincia sino una zona mucho más amplia. Su proyección económica favorecería a nueve provincias, especialmente a Guayas, Manabí, Pichincha y Los Ríos. La planicie del Guayas está dotada de fértiles suelos aluviales y por esta razón la agricultura es la actividad que se beneficia en forma prioritaria del desarrollo de la cuenca del río Guayas, a más de la explotación forestal. Los principales cultivos de la planicie meridional son: caña de azúcar, banano, cacao, algodón y arroz, cítricos y frutas, productos vitales para la economía del sector, y generadoras de empleos, divisas, alimentos y materia prima para la industria alimenticia del país.

A nivel nacional los cantones de Milagro y Marcelino Maridueña en la provincia del Guayas, se destacan por su producción agrícola y comercial.

1.3 Aspectos geográficos del cantón Milagro

El cantón Milagro es una de las principales ciudades de la provincia del Guayas por lo que tiene una excelente ubicación la que se detalla a continuación.

1.3.1 Ubicación

Ubicado al suroeste de la Provincia del Guayas; es la segunda ciudad en importancia con una extensión aproximada de 408,66 kilómetros cuadrados.

Su clima es húmedo con una temperatura máxima de 36°C y mínima de 17°C y se encuentra a 13 m.s.n.m. Hasta 1972, el territorio de Milagro tenía una extensión aproximada de 604 kilómetros cuadrados, que incluía a las antiguas parroquias Naranjito y Bucay. Sin embargo, con la cantonización de estas dos jurisdicciones en 1972 y 1995, respectivamente, Milagro se redujo a su extensión actual, siendo sus actuales límites:

- Al Norte: Cantón Yaguachi, Alfredo Baquerizo Moreno y Simón Bolívar.
- Al Sur: Cantón Yaguachi y Naranjito.
- Al Este: Cantón Simón Bolívar y Naranjito.
- Al Oeste: Cantón Yaguachi.

1.3.2 Orografía

El suelo milagreño es plano, su altitud máxima llega a 13 metros sobre el nivel del mar. Su temperatura máxima es de 36°C y la mínima de 20°C. Su clima es húmedo con una temperatura máxima de 36° y mínima de 17°.

1.3.3 Hidrografía

La superficie del terreno en este cantón es extremadamente plana aunque se puede ubicar algunas pendientes estas son muy pequeñas ya que en ningún

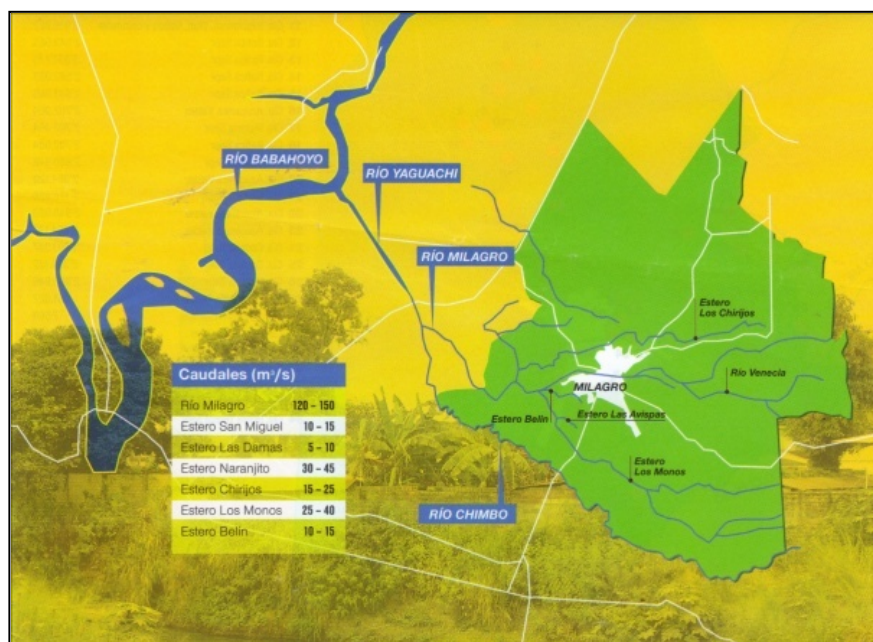
caso superan el 5% de inclinación. Sin embargo, los ríos que cruzan la fértil tierra milagreña se destacan como accidentes topográficos.

Debido a la falta de pendientes, el drenaje de las aguas es deficiente por lo que se producen usualmente inundaciones provocadas por las aguas lluvias o las crecientes de los ríos. Los recursos hídricos con que cuenta el cantón pertenecen al sistema hidrográfico de la cuenca del río Guayas. El principal río que cruza de este a oeste el cantón se denomina Milagro y es parte de la subcuenca del Yaguachi (Correa, 2005, p. 56).

Los esteros Chirijo, Los Monos y otros representan flujos secundarios que alimentan a Milagro. Al sur el río Chimbo recibe las aguas del Chanchán y al oeste los esteros Carrizal, Chirijos y de la Gorra, fertilizan también sus campiñas. Los ríos Milagro y Chimbo la recorren de Este a Oeste, el río Chague o Amarillo nace en Bucay. Los esteros Carrizal, Chirijos y de la Gorra riegan al sector oeste del cantón. (Ver figura 1.2).

Figura N. 1.2

Mapa hidrográfico del cantón Milagro

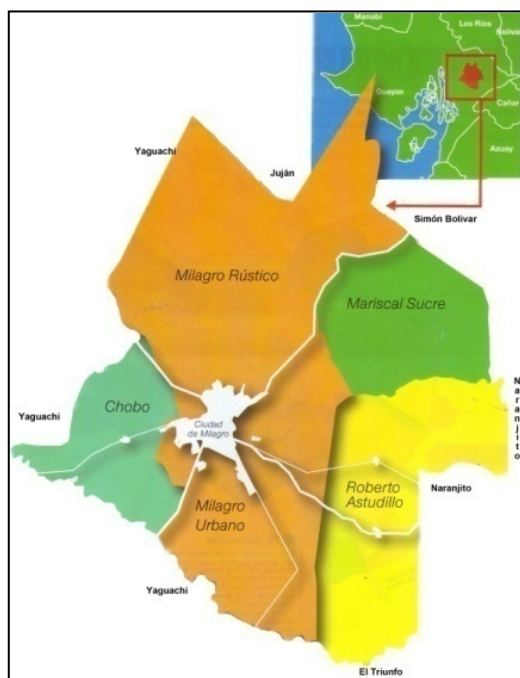


Fuente: Lámina N°15 del Diario Súper, 2005
<http://www.super.com.ec>
 Visita realizada el 16 de febrero de 2011

1.3.4 División Territorial

La parroquia Milagro es la principal del Cantón siendo la cabecera cantonal desde el 17 de septiembre de 1913. El cantón Milagro está conformado por 5 parroquias rurales, siendo estas: Milagro, Chobo, Mariscal Sucre, Roberto Astudillo y Cinco de Junio. Esta última aprobada por ordenanza Municipal en sesión de consejo del 29 de junio de 1995, en la administración de Lister Andrade Ortega, pero aún no ha sido aprobada por el Ministerio de Gobierno, Policía y Municipalidades, por cuanto no cuenta con el número suficiente de 10 mil habitantes que establece la ley. (Ver figura 1.3).

Figura N. 1.3
Mapa Político del cantón Milagro



Fuente: Lámina N°16 del Diario Súper, 2005
<http://www.super.com.ec>
 Visita realizada el 16 de febrero de 2011

1.4 Antecedentes históricos del cantón Milagro

1.4.1 Los pueblos costeros del Ecuador

De procedencia amazónica emparentada fuertemente con los jíbaros de hoy, la etnia Cayapa Colorado abarcó desde la actual provincia de Esmeraldas hasta la de El Oro por el interior de la cuenca del Guayas, donde dejó su impronta en la arquitectura, los textiles, la alimentación, la cerámica y la metalurgia. Mediante la técnica de sembrío en camellones, heredada de sus

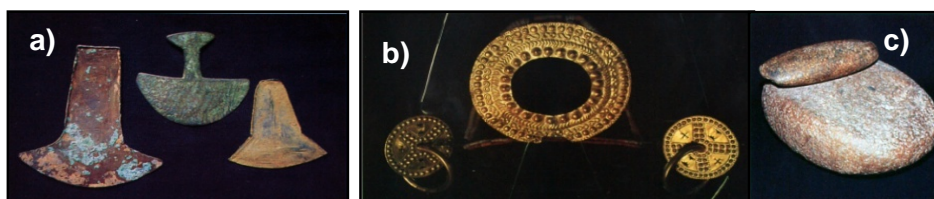
antepasados, mantenían una bien organizada producción agrícola cultivando yuca, maíz y varias clases de frejoles, que junto a la pesca de río y la caza, constituyeron la base de su alimentación.

Trabajaban los textiles de algodón, la cerámica utilitaria y los metales, con singular maestría, produciendo hermosas joyas de oro y piedras semipreciosas, inspiradas en los motivos del medio ambiente. Para sus labores agrícolas utilizaban herramientas de piedra, cobre y chonta. Sus shamanes dominaban la botánica, el curanderismo y la dentistería. (Ver figura 1.4).

Figura N. 1.4

Metalistería y piedra para moler

Cultura Milagro-Quevedo 800-1500 d.C



a) Hachas monedas b) metalistería c) piedra para moler

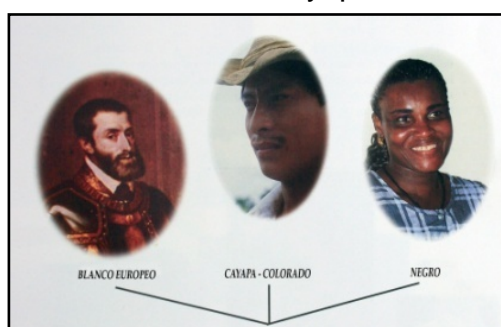
Fuente: Estrada, 1996, p. 23

Otra de sus características fue la construcción de centenares de montículos artificiales denominados tolas dispersos en toda la zona interior del litoral.

Muchas de ellas levantadas con fines ceremoniales y otras para ubicación de sus viviendas en la zona de la planicie anegadiza.

Esta etnia Cayapa-Colorado es la raíz aborígen que en el proceso de la conquista empieza a fusionarse primero con el blanco europeo y más adelante con el negro africano, brutalmente arrancado de su continente y transportado en condición de esclavo para satisfacer la escasez de mano de obra en esta como en otras posesiones de la corona. (Ver figura 1.5).

Figura N. 1.5
Fusión de la Etnia Cayapa-Colorado



Fuente: Estrada, 1996, p. 25

De las tres razas surgirá la esencia antropológica del montubio, diversificada en posteriores mutaciones por la unión del mestizo con el mulato, con el blanco, con el negro, con el indio que huyó de la mita, con el habitante de la orilla del mar que se internó en la espesura de la selva tropical, para no perder su independencia y con el migrante serrano mestizo, que al producirse la crisis de los obrajes buscó nuevas perspectivas de trabajo en la zona agrícola del litoral.

Amalgamados biológica y culturalmente a través de varias generaciones, mulatos y mestizos forjaron la entidad que desde las postrimerías del siglo XVIII y primeras décadas del siglo XIX, se reconoce con el denominador común de montubios, americanismo propio de Ecuador, Colombia y Perú, con el que se designa popularmente al hombre del campo costeño, propietario de la tierra, peón asalariado o campesino montaraz, cuyo uso perdura al parecer únicamente vinculado al ámbito rural de la costa ecuatoriana.

De acuerdo a la zona a la que pertenecen y a la relación interétnica de sus ancestros, nuestros montubios pueden ser mulatos o achinados, de ojos claros u oscuros, zambos, blancos, lacios, castaños, rubios y negros, respondiendo en cada caso a todas las influencias morfológicas y psicológicas impuestas por las leyes de la herencia. (Ver figura 1.6).

Figura N. 1.6
Ultimas culturas aborígenes del Litoral Ecuatoriano



Fuente: Estrada, 1996, p. 28

1.4.2 Origen del nombre San Francisco de Milagro

Según la leyenda, el nombre de Milagro se debe a un acontecimiento muy curioso ocurrido en el año 1786. En ese tiempo llegó a la zona del tambo Chirijo un ex funcionario de la Real Audiencia de Quito, Don Miguel de Salcedo, con su esposa María de Salcedo, quien a los pocos días cayó enferma de paludismo, viendo que no mejoraba, su esposo inició una novena en honor a San Francisco de Asís, al tiempo que empezó un tratamiento a base de raíces de Zaragoza y quina que le entregó un indio nativo asegurándole que tenían virtuales curaciones.

Transcurrían los días, Doña María de Salcedo se recuperó totalmente, por lo que Don Miguel de Salcedo, en agradecimiento

al “Milagro” por la novena ofrecida a San Francisco de Asís, solicitó al Gobernador de la Provincia de Guayaquil, que en ese lugar se fundara una villa con el nombre de San Francisco del Milagro, pedido que no tuvo respuesta, pero que desde entonces lleva dicha denominación Milagro (Vicuña, 2006, p. 34).

1.4.3 Formación del cantón San Francisco de Milagro

La población de Milagro durante poco tiempo logró un gran desarrollo, sobre todo durante la colonia y los primeros años de la República. En 1820 pasó a ser recinto de la Provincia de Guayaquil, y el 24 de octubre de 1841 gracias a su desarrollo y crecimiento, sus habitantes reunidos en Asamblea Popular solicitaron su parroquialización.

Don Vicente Rocafuerte, gobernador de la Provincia del Guayas, intervino ante el Gobierno del General Juan José Flores y consiguió que el 15 de octubre de 1842 sea resuelto favorablemente por el gobierno central, el petitorio justo de los ciudadanos de Milagro. Sin embargo, es menester aclarar que el 17 de octubre de 1842 se ubicó jurídico y políticamente al recinto dentro de la categoría de parroquia del cantón Guayaquil.

En 1874 Milagro cuenta ya con el primer servicio de ferrocarril del país. Para 1883 Milagro había crecido notablemente gracias al establecimiento del Ingenio Valdez y se había convertido en una de las poblaciones más prósperas, ricas y productivas de la región, y el 21 de julio de ese año, al crearse el cantón Yaguachi, la Convención Nacional la designó parroquia

rural del mismo. Milagro fue elevado a cantón el 17 de septiembre de 1913 en la Presidencia del General Leonidas Plaza Gutiérrez.

1.5 Aspectos socio-económicos del cantón Milagro

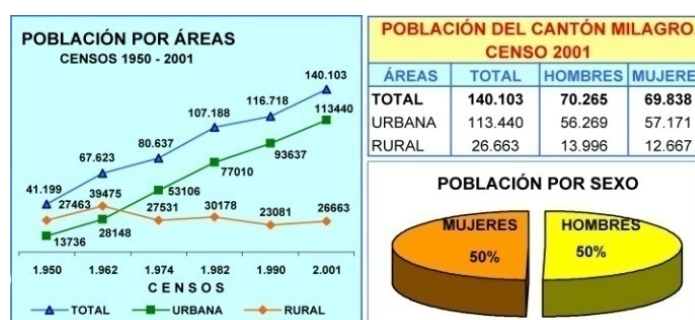
La principal fuente de ingreso de Milagro es la agro-industrial con sus principales representantes como son la caña de azúcar y la piña.

1.5.1 Población del cantón Milagro

La población del Cantón Milagro, según el Censo del 2001, representa el 4,2% del total de la provincia del Guayas; ha crecido en el último período inter-censal 1990-2001, a un ritmo del 1,7% promedio anual. El 19,0% de su población reside en el área rural; se caracteriza por ser una población joven, ya que el 39,5% son menores de 20 años. (Ver figura 1.7).

Figura N.- 1.7

Población del Cantón Milagro



Fuente: INEC 2001

www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file?folderId
Visita realizada el 2 marzo de 2011

El número de viviendas para esa población asciende a 29.240 casas construidas. En el área urbana habita el 81% mientras el 19% reside en el área rural del cantón.

1.5.2 Escolaridad del cantón Milagro

En cuanto a la escolaridad el promedio de años aprobados por la población de 10 años y más es de 6,9 años. Esta media sube en el área urbana hasta 7,3 años y por el contrario baja en el área rural a 5,2 años de escolaridad. La educación elemental está compuesta por 57 escuelas rurales, distribuidas entre las 5 parroquias rurales: Milagro 16, Mariscal Sucre 15, Roberto Astudillo 13, 5 de Junio 10 y Chobo 3.

En la ciudad existen 99 instituciones elementales (43% fiscales y 47% particulares), repartidas en las 4 parroquias urbanas: **Camilo Andrade**, cuenta con 28; 18 de las cuales son particulares; **Los Chirijos** con 21, 13 son fiscales; **Enrique Valdez**, 21, 11 particulares; **Seminario** 22, 12 son fiscales. Los colegios de ciclo diversificado son 19, que usualmente están asentados en la cabecera cantonal, 79% de los cuales son para jóvenes del género masculino y 21% del femenino.

Cuenta también con 2 universidades que completan el ciclo de formación educativa: Universidad Estatal de Milagro (UNEMI) y Universidad Agraria del Ecuador (UAE). Los institutos Albert Einstein y Cristo Rey funcionan en

modalidad presencial y a distancia; La Escuela Superior Politécnica del Ejército y Javeriana del Ecuador, tienen modalidad de estudio a distancia.

El desarrollo educativo está ligeramente mejor en la cabecera cantonal. Cerca del 14% de los mayores de 15 años son analfabetos, la población adulta ha estudiado al menos 5 grados. El 6% tiene educación superior y el 34% educación secundaria.

1.5.3 Salud en el cantón Milagro

Está atendido por 4 hospitales: León Becerra (estatal), Sergio Pérez Conto (privado), Hospital del IESS, que brinda atención a los afiliados, y el Hospital Centro Cristiano de oftalmología (privado); todos asentados en la cabecera cantonal. Los datos de salud indican que la parroquia Milagro tiene superior condición sobre las otras parroquias. El indicador de salud general en el Cantón es en promedio de 52% mientras que en la parroquia Milagro es del 62%.

La desnutrición crónica en el año 2002 alcanzó un índice del 40.2% en los niños menores de 5 años y la global del 33% en promedio para el mismo segmento. Las causas más comunes de muertes están ligadas a problemas de embarazos, partos y abortos, así como problemas intestinales, traumatismos, neumonía, apendicitis, hernia inguinal y fracturas. Las causas de mortalidad infantil se debe principalmente a trastornos respiratorios en los

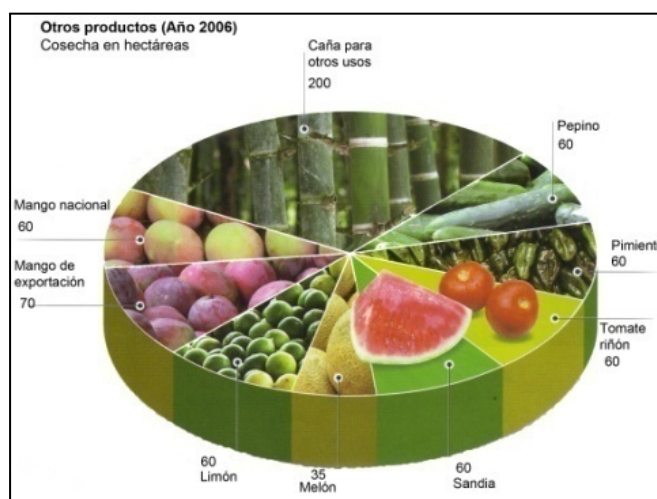
recién nacidos, diarrea, gastroenteritis infecciosa, enfermedades infecciosas y parasitarias congénitas, trastornos por gestación defectuosa y mala nutrición, fetos afectados por complicaciones maternas y en la labor del parto, bronquitis, desnutrición y enfermedades hemofílicas del feto y neonatos.

1.5.4 Producción en el cantón Milagro

El río Milagro permite que se rieguen extensos cultivos de caña de azúcar, banano, cacao, arroz, café, papaya, melón y piña que dada la variedad de especies que se cultivan, Milagro se ha ganado el título de La tierra de las Piñas (Ver figura 1.8).

Figura N.- 1.8

Productos cosechados, año 2006



Fuente: Lámina N° 23 del Diario Súper, 2006
<http://www.super.com.ec>
 Visita realizada el 16 de marzo de 2011

También se destacan los cultivos de árboles maderables y frutales tales como: cadillo, balsa, baldaco, bototillo, hobo de monte, laurel, palo prieto, cabo de hacha, escoba de monte, guaruno, mata palo, fruta de pan, higuierón, samán, guachapelí, compoño, uña de gato, niguito, mate, hiquerilla, piñón, cojojo, jaboncillo, guasmo, moyuyo, entre otros.

1.5.5 Ocupación en el cantón Milagro

El comercio es un motor de la ciudad milagreña. Actualmente existen 923 afiliados a la Cámara de Comercio de Milagro, aunque se conoce que el total de comerciantes del lugar llega hasta 1.700. De la población económicamente activa, el 23% tiene como ocupación la operación de maquinaria y un 27% se dedica a trabajos no calificados.

1.5.6 Vías de comunicación

Las carreteras que conectan a Milagro con el resto del país están bajo la jurisdicción del Gobierno Provincial del Guayas, el cual es el encargado de dar el mantenimiento a estas.

1.5.7 Medios de Transporte

Milagro cuenta con un 65% del parque automotor renovado, posee transportación cantonal; 63 buses urbanos distribuidos entre diez líneas

abastecen a la mayor parte de los sectores populares; en cuanto al transporte intercantonal e interprovincial cuenta en total con 18 cooperativas que trasladan a los milagreños a diferentes destinos, tiene una extensa red de carreteras que mantiene comunicado todos los puntos del país. Las distancias de Milagro a las principales ciudades son:

Yaguachi	12 km
Babahoyo	35 km
Guayaquil	46 km
Salinas	217 km
Quito	372 km

Para llegar al cantón Milagro lo puede hacer desde el Terminal Terrestre de Guayaquil tomando las siguientes cooperativas. (Ver cuadro 1.1).

Cuadro N.- 1.1
Cooperativas de Transporte

Cooperativa	Horario
CTM	06h00 a 18h30 Salida cada 15 minutos
CITIM	05h15 a 21h00 Salida cada 10 minutos
Ejecutivo Milagro	05h15 a 23h00 Salida cada 5 minutos.
Expreso Milagro	05h15 a 23h00 Salida cada 5 minutos.
Rutas Milagreñas	05h15 a 23h00 Salida cada 5 minutos.
Mariscal Sucre	06h00 a 19h00 Salida cada 10 minutos.

Fuente: Elaboración propia

1.5.8 Medios de Comunicación

Milagro tiene cuatro emisoras radiales (La Voz de Milagro, Canal Milagreño, Atalaya y La Voz del Pueblo); tres periódicos (Prensa La Verdad, Diario El

Nacional y El Ciudadino); tres oficinas de correo, dos privadas (Servientrega, Urgentito), y una pública (Correos Nacionales del Ecuador); y programación pagada (Tv Cable, Cine Cable TV y Univisa).

1.6 Aspectos geográficos del cantón Marcelino Maridueña

Debido a su posición geográfica el cantón Marcelino Maridueña cuenta con un terreno privilegiado para la siembra de caña de azúcar y la observación de aves. A continuación se analizan varios aspectos como ubicación, superficie, orografía, hidrografía y clima.

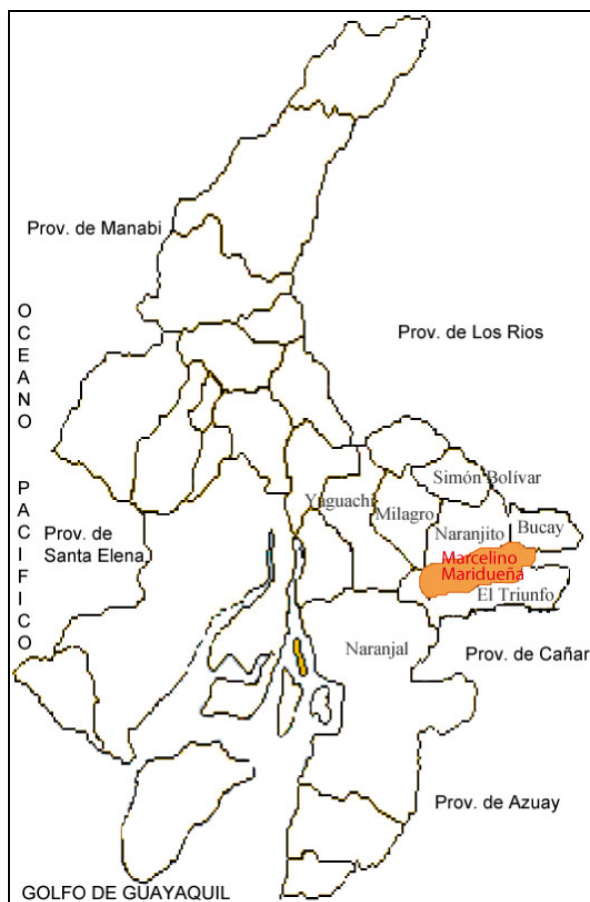
1.6.1 Ubicación

Marcelino Maridueña está ubicado en el sector oriental de la Provincia del Guayas, al sur-este del cantón Yaguachi, en el punto de encuentro con las Provincias de Chimborazo y Cañar.

De acuerdo a los límites anteriormente planteados, el cantón alcanza una superficie aproximada de 337 km², de los cuales 261 km² formaban parte del Cantón Yaguachi y 76 km² pertenecían al Cantón El Triunfo, cuando Marcelino Maridueña aún era parroquia. (Ver figura 1.9).

Figura N.- 1.9

Mapa de ubicación - Marcelino Maridueña



Fuente: <http://upload.wikimedia.org>
 Provincia del Guayas
 Visita realizada el 30 de marzo de 2011

Sus límites actuales son: Al Norte: río Chimbo, Cantón Naranjito, parte de Milagro y Gral. Elizalde (Bucay).

- Al Sur: río Barranco Alto, Cantón El Triunfo y parte de Yaguachi.
- Al Este: Cantón Cumandá y El Triunfo
- Al Oeste: Cantón Yaguachi.

1.6.2 Orografía

El cantón Crnel. Marcelino Maridueña está localizado en una zona de características topográficas regulares, con rangos altimétricos que fluctúan entre los 70 y 160 m sobre el nivel del mar, encontrándose los sectores más bajos al Oeste y los de mayor altura al Este del mismo.

El único ramal montañoso de importancia en el sector es el que se encuentra ubicado al Este, en el límite con la provincia del Cañar, al que diferentes instituciones jurídicas de delimitación parroquial hacen referencia como “Montañas de Barranco Alto” o “Cordillera adyacente Cerro Cutuguay” porque precisamente es ahí donde se encuentra dicha elevación de 1240 msnm.

1.6.3 Hidrografía

Los sistemas hidrográficos más importantes del área son los ríos: Chimbo, Chanchán y Barranco Alto.

Cada uno de los accidentes hidrográficos indicados son alimentados por una serie de esteros que atraviesan el sector y merecen destacarse los siguientes: Verde y Maravilla, afluentes de los ríos Chanchán y Chimbo, respectivamente; La Isla, Roncador, Amarillo, El Apuro, Toquilla, Piedra y Azul, todos afluentes del río Barranco Alto.

1.6.4 Clima

El clima predominante en la zona es de tipo tropical monzón con rangos de temperatura que van desde los 18° hasta los 39° C, con una temperatura media que oscila entre los 24.8 y 26.5° C.

Se registran precipitaciones del orden de los 1500 a 2000mm anuales, siendo los meses más lluviosos los de enero a mayo y los más secos los de agosto a noviembre. La humedad relativa fluctúa entre el 75 y 85%.

1.6.5 División Territorial

El cantón actualmente cuenta con 10 ciudadelas (Brasilia, Los Samanes, Papelera, La Unión, Barrio Nuevo, Los Ángeles, Casco Colonial, Urdesa - Miraflores, Los Parques I y II y Acapulco); 3 cooperativas de viviendas (24 de Octubre, Marcelino Maridueña y Asociación Mariano González); y 18 recintos (Producción Agrícola, El Carmelo, Tres Haciendas, Río Chanchán, Quince de Febrero, Doraliza, Barranco Alto, La Veinte mil, Río Viejo, Chanchán – Dos Pinos, La Resistencia, El Ochenta y siete, Nueva Unión, Jesús del Gran Poder, La Modelo, Los Laureles, Nueva Fortuna, Dick y Barranco Alto I); (Ver Anexo A).

1.7 Antecedentes históricos del cantón Marcelino Maridueña

1.7.1 Los pueblos costeros del Ecuador

Los terrenos de Ingenio San Carlos, haciendas Josefina, Amelia o Tigrera, Pretoria, El Carmelo y otras, ubicadas en la jurisdicción del cantón Coronel Marcelino Maridueña, en época prehistórica, estuvieron pobladas por aborígenes pertenecientes a la cultura Milagro- Quevedo - Las Tolas, con raíces de la cultura Cayapa Colorado. Esta zona fue sin duda de vegetación exuberante, propia de montaña, donde abundaba la caza, de ahí el nombre de uno de sus predios: Tigrera, y de productos silvestres del medio, así como para la pesca en los ríos y esteros que poseían gran caudal.

Los vestigios encontrados, estuvieron ubicados en las orillas de los ríos: Chimbo, Barranco Alto y los Esteros, y en terrenos aledaños como la Josefina, El Carmelo, El peligro, Pretoria y Canteros del Ingenio San Carlos. En la época colonial, la zona que corresponde al actual cantón fue parte de predios y haciendas de familias influyentes en lo social- político- económico, de la ciudad de Guayaquil.

1.7.2 Origen del nombre Coronel Marcelino Maridueña

El coronel Marcelino Maridueña Quezada nació en el recinto Yaguachi en 1798; su padre fue el caballero español don Felipe Maridueña Rodríguez y su madre doña Silvestre Quezada, quienes,

al contraer matrimonio, se afincaron en el recinto dedicándose a la agricultura y ganadería y amasando una cuantiosa fortuna.

Desde temprana edad, el coronel Maridueña recibió una educación esmerada sintiéndose atraído por la milicia, a la que ingresó apenas tuvo para hacerlo y al que entregó la mayor parte de su vida. Por su conducta y atributos ocupó diversos cargos públicos fue compañero inseparable del prócer Bolívar Villamil quien le nombro su edecán; durante este período contrajo matrimonio con doña Dolores Cornejo. Debido al buen desempeño en las tareas a él encomendadas el prócer le donó una considerable extensión de terreno a un costado de la hacienda Naranjito que más tarde su hijo don Tomás Domingo Maridueña Cornejo se afincó al oeste de esta parroquia y cultivó la hacienda “tigresa”. El coronel Marcelino Maridueña murió a los ochenta y cinco años. (Yáñez, 2001, p.11).

1.7.3 Formación del cantón Coronel Marcelino Maridueña

Desde el año 1920, existió en la Municipalidad de Yaguachi una inquietud para crear una nueva parroquia rural, para lo cual se efectuaron diferentes estudios que culminaron con la formulación de una ordenanza Municipal, que se refiere a que debido al aumento de habitantes y la unión de los diferentes recintos aledaños, se crea la Parroquia Coronel Marcelino Maridueña. Luego de la creación de la parroquia, a medida que el tiempo transcurría aumentaba la población y como consecuencia las necesidades eran más urgentes. Como parroquia no podían solicitar ni exigir más de lo que se les estaba proporcionando, y esto no cubría lo más básico que se requería.

Es así que se crea en el año de 1987 el Comité Pro Cantonización con la finalidad de lograr lo antes posible la independencia de éste, crear su propia

Municipalidad y obtener beneficios directos para solucionar sus problemas más urgentes.

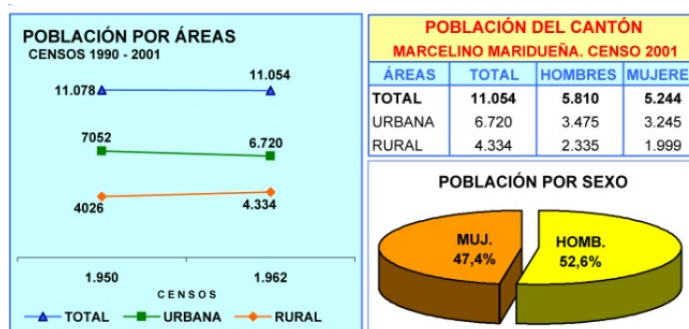
Luego de cinco años de lucha, Marcelino logro su independencia el día 7 de enero de 1992 en el gobierno interino del Dr. Fabián Alarcón.

1.8 Aspectos socio-económicos del cantón Marcelino Maridueña

La principal actividad económica de su gente proviene de la dedicación a la industria azucarera que abastece al mercado nacional, la misma que proporciona gran fuente de trabajo para miles de obreros y técnicos que proceden de diversas regiones del país.

1.8.1 Población

La población del cantón Marcelino Maridueña, según el censo del 2001, representa el 0,3% del total de la provincia del Guayas; ha crecido en el último periodo intercensal 1990-2001, a un ritmo del 0,02% promedio anual. El 39,2% de su población reside en el área rural; se caracteriza por ser una población joven, ya que el 41,0% de la población son menores de 20 años (Ver figura 1.10).

Figura N.- 1.10**Población del Cantón Marcelino Maridueña**

Fuente: INEC 2001

www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file?folderId
Visita realizada el 06 de abril de 2011

Es importante mencionar que en el cantón Marcelino Maridueña existe una población flotante de alrededor de 2000 personas. Las cifras indicadas por el INEC corresponden a la población estable pero esta se incrementa en épocas de zafra, por la mano de obra requerida en el Ingenio San Carlos. El número de viviendas para esa población asciende a 3.113 casas construidas de las cuales 1935 están habitadas en el área urbana y 1178 en el área rural.

1.8.2 Escolaridad

En la cabecera cantonal Marcelino Maridueña existen tres instituciones primarias (Escuela Fiscal Mixta #1 Enrique Baquerizo Moreno, Particular Mixto Luis Vernaza, Particular Trazos y Legos) y cuatro instituciones secundarias (colegio Fiscal Mixto Marcelino Maridueña, Particular Mixto

Nocturno San Carlos, Colegio Artesanal Nuestra Señora del Carmen y Colegio Particular Padre Juan de Velasco).

Cabe indicar que actualmente en algunos de estos centros educativos no existe una proporción equilibrada entre el número de profesores y el número de alumnos, hay grados en las que sólo hay un profesor para más de 50 niños, aquí es necesario reconocer el deseo de superación de los estudiantes en cada uno de los establecimientos.

En Marcelino se encuentra el **Instituto de la Niñez y la Familia (INFA)** antes INNFA (Instituto Nacional de la Niñez y la Familia) que empezó a trabajar como ente privado en el 2005 en el gobierno del Dr. Gustavo Palacios y como ente público en enero del 2009 según decreto ejecutivo #1170 del 3 de julio del 2008.

De los matriculados en el nivel primario aproximadamente el 65% aprueba por lo menos 4 años de educación. La secundaria sólo la terminan el 40% de los jóvenes que la empiezan y solo la mitad de los bachilleres continúan los estudios universitarios ya sea en institutos artesanales o en universidades fuera del cantón ya que Marcelino no cuenta aún con una universidad. Otra gran parte de los jóvenes se dedican al trabajo agrícola en las fábricas del sector. Los estudios de postgrado lo siguen pocas personas del área urbana.

El INFA funciona en dos modalidades:

1.- Creciendo con nuestros hijos (CNH).-

Son en total 140 niños beneficiados a partir de 0 a 5 años; distribuidos en el sector La Puntilla (70 niños) y en el sector Los Parques 2 (70 niños).

2.- Atención de Protección Escolar (APE).- El INFA concede 100 becas a niños de edades entre los 7 a 15 años y por el convenio Municipio-INFA 79 niños son beneficiados con la beca escolar, para este año se tiene proyectado cubrir los costos a 100 niños. La beca que ofrece el municipio consiste en un bono escolar de \$80 a las madres de familia para ayudar a la compra de útiles escolares. Según el último censo en Marcelino Maridueña existe una población analfabeta de 324 personas que sólo representa el 5.3% de los que sí reciben educación que son 6049 habitantes y la mayoría de ellos del área urbana, 5398.

1.8.3 Salud

La cabecera cantonal Coronel Marcelino Maridueña dispone al momento de un hospital del Ingenio San Carlos que atiende a los empleados del Ingenio y a sus familiares. El hospital es de primer orden, cuenta con todas las comodidades: sala de emergencia, de partos, para niños, pensionado, rayos x, quirófanos y muchas otras localidades destinadas a los diferentes requerimientos que pueden tener los pacientes. Este centro hospitalario presta atención médica a personas particulares, pero el costo es muy

elevado. Aquí trabajan varios médicos, algunos de los cuales viven en el cantón (residentes) y un personal paramédico de más de 30 personas. También existe un centro médico de la Papelera Nacional pero es exclusivo para sus empleados y un Centro de Salud, que pertenece al Ministerio de Salud del Guayas y tiene regular concurrencia, aunque sólo atiende de martes a sábado, en horas laborables y con especialidades médicas muy reducidas, lo que implica que durante la noche y fines de semana no tengan atención médica. Las enfermedades más atendidas son las que tienen que ver con el sistema respiratorio: gripe, infecciones a la garganta, tos, etc. Esto se debe a la contaminación del aire que provocan las industrias que se encuentran en la zona. A pesar de existir muchos sembríos en estos terrenos son pocos los casos de mordeduras de culebras. Otros casos que casi no se presentan son las enfermedades venéreas, ya que la gente tiene mucho cuidado de su cuerpo y existe un respeto mutuo entre los habitantes del cantón.

1.8.4 Producción

El suelo es la fuente de riqueza del cantón Marcelino Maridueña, su constitución y humedad, la temperatura y otros factores ambientales del sector permiten una tierra fértil y propicia para el cultivo de caña de azúcar, banano, arroz, maíz, café, cacao, yuca y una gran variedad de frutas. Las actividades productivas están divididas en 3 sectores.

- **Sector Primario:** Esta actividad está a cargo del Ingenio San Carlos, cuenta con un terreno de casi 22.000 hectáreas de las cuales 16.000 están cultivadas con caña de azúcar; la compañía ocupa una mano de obra directa de aproximadamente 6.000 trabajadores fijos y cientos de trabajadores de manera indirecta, anualmente San Carlos produce alrededor de 1'300.000 TM de caña de azúcar, que constituyen entre el 33 y el 37 % de la producción a nivel nacional. Es importante mencionar a Soderal (alcohol etílico y etanol anhidro) y Papelera Nacional (papel kraft) empresas que nacen del Ingenio San Carlos. Otras 1000 hectáreas sirven para la siembra de arroz, también se produce banano pero las bananeras están en las afueras del cantón y en Yaguachi. El cacao y el café se siembra en menor cantidad.
- **Sector Secundario:** Comprende el Ingenio Valdez (agroindustria) encargado de la producción de azúcar, Soderal dedicada a la destilación de alcohol a partir de la melaza que le provee el ingenio y Papelera Nacional dedicada a la producción de papel (corrugado medio y extensible), para lo cual se provee de materia prima de empresas como Macarsa, Procarsa, Reipa, etc. y del bagazo de la caña de azúcar del Ingenio San Carlos.
- **Sector Terciario:** Funcionan 3 instituciones bancarias, Banco del Pacífico, Guayaquil y Bolivariano.

1.8.5 Ocupación

Según el censo del 2001, Marcelino registra 3762 personas económicamente activas; de las cuales 1326 pertenecen a la rama de agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura; 814 en la rama de manufactura; 160 en construcción; 395 en comercio; 110 en enseñanza; y 957 se dedican a otras actividades.

1.8.6 Vías de comunicación

De Marcelino Maridueña existe un vía de primer orden completamente asfaltada, que empalma a la vía Duran-Tambo, a la altura de puente Payo, con una longitud de 18 Km., y permite su comunicación directa con la ciudad de Guayaquil y los cantones (El Triunfo, Naranjal, algunos cantones de la Provincia del Cañar y Chimborazo). De otro lado existe una considerable red de caminos vecinales completamente lastrados, que sirve de enlace con los demás sectores y recintos; del mantenimiento se encarga la Municipalidad de Marcelino y la Compañía San Carlos.

1.8.7 Medios de Transporte

El cantón Marcelino Maridueña cuenta con 3 tipos de cooperativas que trasladan a la comunidad al cantón Naranjito, Milagro y Guayaquil. Estas cooperativas tienen horarios continuos (Ver cuadro 1.2).

Cuadro N.- 1.2
Cooperativas de Transporte

Cooperativa	Horario
Marcelino Maridueña	06h30 a 19h30 Salida cada 30 minutos.
CTM	06h00 a 18h30 Salida cada 15 minutos
CITIM	05h15 a 21h00 Salida cada 10 minutos

Fuente: Elaboración propia

1.9 Breve Historia de la caña de azúcar

La caña de azúcar, caña dulce o cañaduz, es importante porque es la fuente de las tres cuartas partes de la producción mundial de azúcar. El cultivo de la caña se remonta a los orígenes de la historia. En el año 327 a. de J.C. uno de los oficiales del ejército de Alejandro Magno escribía desde la India que los salvajes de aquel país sabían preparar miel del jugo de una caña, sin necesidad de las abejas. No se sabe con certeza en qué lugar se originó la caña que dio origen a la que se cultiva hoy.

Los expertos presumen que se originó en alguna región de la India, o quizás de Nueva Guinea. De la India la planta pasó a Mesopotamia, y de allí a Egipto. Los árabes la llevaron a España, en donde la cultivaron en Valencia y Andalucía. Solamente en el término de Motril existían 15 fábricas de azúcar en el siglo XV. Colón llevó la caña a Santo Domingo en 1493, donde se extendió su cultivo.

De allí se expandió al resto de las islas del Caribe y a otras regiones de América. Hoy se cultiva en todos los países latinoamericanos, que contribuyen con un alto porcentaje a la producción mundial de azúcar. (Enciclopedia Cultural Científica-Literaria-Artística, 1957, p. 229).

1.10 Reseña Histórica de la caña de azúcar en el Ecuador

En el segundo tercio del siglo XVI, los españoles introdujeron al Ecuador la caña de azúcar. Se dice que fueron los jesuitas los

primeros en establecer cultivos organizados de esta gramínea y aprovecharlos en sus trapiches de madera, de dos masas que eran accionados con la fuerza de sus esclavos. Su producto conocido vulgarmente como 'raspadura' era vendido en todo el callejón interandino.

Sus instalaciones estaban localizadas en los valles de la provincia de Imbabura, según se desprende de las 'Actas de los Cabildos de la Villa de San Miguel de Ibarra'; la primera variedad de caña introducida en el país, fue la "castilla" conocida más tarde como la 'criolla'. El primer ingenio azucarero hace su aparición en el Ecuador en el año 1825 a iniciativa del General Vicente Aguirre, quien realiza la importación del equipo desde Inglaterra y lo instala en la hacienda San Vicente, población de Mindo en la provincia de Pichincha. (Comisión Nacional del Azúcar, 1970, p. 23).

Durante las primeras décadas de la república, Juan José Flores fue uno de los productores más importantes del país. El ingenio quedaba en su hacienda **Elvira** localizada en Babahoyo, donde en 1832, trabajaban 60 esclavos y 40 trabajadores. Tenía sembradas 60 cuadras de cañaverales y la zafra anual arrojaba unos 4000 pesos. Flores contaba con moderna maquinaria y superior a las que se encontraban en otras plantaciones. Con los años fue incrementando el área de siembra y llegó a instalar un pequeño ferrocarril para el traslado de la caña. José Joaquín de Olmedo era también propietario de un ingenio que funcionaba en su hacienda **La Virginia**, propiedad que quedaba cerca de **La Elvira**. Como no se encontraba de acuerdo con la liberación de los derechos de aduana, decretados por Vicente Rocafuerte, Olmedo no pensaba que el azúcar era un gran negocio. Por un censo que se tomó en 1836, que no incluyó la provincia de Guayaquil, se conoció de la

existencia de más de 9.000 cuadras de caña de azúcar de acuerdo a la siguiente distribución: (Ver cuadro 1.3).

Cuadro N.-1.3

ECUADOR: Superficie sembrada con caña de azúcar, 1836

Provincias	Cuadras	Provincias	Cuadras
Chimborazo	608	Quito	1.384
Cuenca	631	Loja	1.041
Imbabura	2.735	Total	6.399

Fuente: Arosemena, G. (1996)

Además se estimaron 2.133 cuadras ocultas. En su informe al Departamento de Estado, el cónsul Sorsby de los Estados Unidos en Guayaquil informaba que en 1875 en la Hacienda San pablo en los alrededores de Babahoyo, se había instalado un trapiche con una inversión de 300.000 pesos. El ingenio había sido construido por Jaime Puig y Mir.

En 1833 el Congreso dictó una ley favorable a la fabricación del azúcar, lo cual permitió que inversionistas ecuatorianos compraran, cercaran y sembraran caña en grandes extensiones de terreno. En el mismo año en el país operaban 4 ingenios, incluido uno con el nombre de Alemán que se constituyó con 60.000 pesos de capital y adquirió los cañaverales de la hacienda **Chonana**, que había pertenecido al Almirante Juan Illingworth y, María cerca de Boliche. Los 4 ingenios tenían una producción anual de 23.000 quintales, cantidad que no era suficiente para satisfacer la demanda

del país y por ello, en dicho año el Ecuador tuvo que importar del Perú el Ecuador tuvo que importar del Perú 20.000 quintales adicionales.

De todos los ingenios que se establecieron durante el siglo XIX, el único que sobreviviría sería el fundado por Rafael Valdez Cervantes en 1884, año en que inició las operaciones un nuevo ingenio de azúcar en el Ecuador.

Desde 1870 los comerciantes Manuel Cobos y José Monroy habían establecido en la hacienda **Progreso** ubicada en la isla Floreana de las Galápagos, un trapiche muy rudimentario movido por fuerza animal. En 1889 decidieron modernizar las instalaciones adquiriendo maquinaria de Escocia y para esa fecha, el área sembrada de cañaverales en las tierras de Progreso cubrió una extensión de 400 hectáreas. Alrededor de 200 personas trabajaron en las labores agrícolas e industriales. Por la expansión de los cultivos de caña, gradualmente las zafras comenzaron a cubrir la demanda interna de azúcar y a partir de 1890 se inició la exportación de los excedentes, llegó a venderse al exterior 131.273 quintales. En 1891 la cantidad producida aumentó a 154.531 quintales. En 1891, Julián Aspiazu adquirió la hacienda **Rocafuerte** para construir un nuevo ingenio, junto a la línea férrea, entre Yaguachi y Chimbo. En 1892 el Presidente Flores en su mensaje al Congreso se refirió a la existencia de 7.420 hectáreas sembradas con caña en diez provincias del Ecuador. En el mismo año Homero Morla,

propietario de extensas plantaciones de cacao, estableció en Chobo el Ingenio **Santa Rosa**, para luego cambiar el nombre a **Isabel María**.

En 1893 Carlos Lynch comerciante guayaquileño y propietario de la fábrica de cigarrillos La Marina, adquirió de José Bermeo el sitio denominado Playa de Piedra con 800 cuerdas de extensión, en las que existían algunos cultivos de caña. Para 1896, Lynch había instalado una moderna maquinaria para hacer azúcar y alcohol, con el pasar del tiempo adquirió la hacienda **Conducta** que había pertenecido a Vicente Rocafuerte. En 1897, preocupados los dueños de los ingenios de la sobreproducción de azúcar, que había ocasionado una caída de los precios, decidieron formar un sindicato (es interesante señalar que el sindicato azucarero fue uno de los primeros ensayos de cooperación gremial que se practicó en el Ecuador para tratar de defender los precios de un producto agrícola) para vender el azúcar y acordaron entregar a consignación la totalidad de las zafas de sus respectivos fundos al Banco Comercial & Agrícola, para que se repartiera mensualmente entre ellos, el valor de las ventas en proporción a la cantidad entregada por cada uno de los ingenios. Durante la primera década del siglo XX, entre los principales ingenios de azúcar se encontraron las siguientes empresas: (Ver cuadro 1.4).

Cuadro N.- 1.4

Principales Ingenios Azucareros 1900 y 1909
(Cantidad en quintales)

Ubicación	Producción		Propietarios
	1900	1909	
Cantón Yaguachi			
Valdez	30.000	45.000	Sucursal R. Valdez
Chobo	16.000		
Matilde	16.000	20.000	Homero Morla
Inés María	8.000	20.000	Hmnos. Carrillo
Rocafuerte	9.000	20.000	Julián Aspiazu
San Carlos	9.000	22.000	Carlos Lynch
Luz María	5.000	22.000	Homero Morla
El Cóndor	5.000		Félix Chevasco
Cantón Daule			
Santa Ana	4.000	7.000	Sucursal J.J. González
Cantón Balao			
María	5.000		Darío Morla
Tenguel	2.000		Caamaño-Stagg
Cantón Babahoyo			
San Pablo	10.000	15.000	Jaime Puig Mir
Islas Galápagos			
Progreso	10.000	20.000	Rogiero Alvarado

Fuente: El Comercio Exterior en el Ecuador. Tomo II. Periodo Republicano. Guillermo Arosemena A. Guayaquil, 1992.

La primera Guerra Mundial ocasionó la paralización de los ingenios de azúcar de remolacha europeos por cuanto la mano de obra utilizada en los ingenios fue enrolada en los ejércitos franceses, belgas, polacos y rusos. De una producción anual de 9 mil toneladas en 1914, al terminar los conflictos bélicos, la cantidad había descendido a 3.330 toneladas. Uno de los países beneficiarios de la guerra fue el Ecuador que aprovechándose de los altos precios, los ingenios ampliaron sus cañaverales.

La producción de Valdez, el más importante del país en aquellos años, aumentó de 58.481 quintales en 1914 a 62.773 quintales en 1919. El ingenio San Carlos que ocupaba en esa época el segundo lugar para no quedarse atrás tuvo que hacer una fuerte inversión en 1919, por medio de un préstamo al banco Comercial & Agrícola.

Irónicamente el progreso de los ingenios tuvo lugar en plena crisis cacaotera, sector que, por las enfermedades y pestes que afectaron los árboles y las mazorcas, se dirigió a la inevitable ruina.

Los productores de cacao imposibilitados de pagar sus deudas a los bancos perdieron las haciendas y miles de trabajadores agrícolas pasaron a la desocupación por cuanto algunos ingenios recibieron una mano de obra barata y adquirieron tierras a precios reducidos. (Ver cuadro 1.5).

Cuadro N.- 1.5
Producción anual de Azúcar, 1922
(miles de quintales)

Ingenios	Cantidad	Ingenios	Cantidad
Valdez	90	San Pablo	17
San Carlos	46	El Cóndor	13
Luz María	24	Supaipungo	12
Adelina María	19	Eulalia	10
Inés María	16	Santa Ana	5
Rocafuerte	17	Esperanza	4
Chonana	5	La Compañía	9

Fuente: El Comercio Exterior en el Ecuador. Periodo Contemporáneo. Tomo III.
Guillermo Arosemena A. Guayaquil, 1993.

En 1922, los propietarios del ingenio de la familia Valdez constituyeron la Compañía Azucarera Valdez con un capital de 2.000.000 de sucres para adquirir los activos de sucesores de Rafael Valdez que en ese año poseía además del ingenio, las haciendas de cacao **San Rafael, Victoria y Dolores**, el fundo **Bucay** y la hacienda **Rosa María**. En el mismo año Jacinto Jijón y Caamaño publicitaba en revistas ecuatorianas, el azúcar de su ingenio San José ubicado en Urcuqui, provincia de Imbabura. Por esos años funcionaban pequeños ingenios en la sierra ecuatoriana.

En 1923, el Banco Comercial & Agrícola decidió embargar las instalaciones de San Carlos por una deuda vencida de 6.000.000 millones de sucres imposibilitado de cancelar el préstamo, Carlos Jr. entregó en dación al banco la totalidad de la acciones. La decisión fue la alternativa más viable aunque esto represento al banco una inversión de 1.200.000 en maquinarias y equipos para que funcionara eficientemente. Teniendo el respaldo de la institución financiera más poderosa del Ecuador, San Carlos inició una nueva etapa que lo llevaría a convertirse en unos 10 años, en el mayor ingenio del país. Durante ese lapso de tiempo, los pequeños ingenios desaparecieron y aumentó la concentración de la industria azucarera en el país, la cual termino siendo un oligopolio. En 1922 San Carlos y Valdez tuvieron un 47% de la producción nacional, para 1931 controlaron el 70%. En aquella época, se establecieron en el litoral nuevos pero pequeños ingenios de unas 200 cuadras cada uno, como San José, Cañaverl y María Rosa.

En 1925, el gobierno Juliano puso en peligro el enorme capital invertido en la industria azucarera, porque al producir un producto de consumo masivo fue estrechamente controlada por el Estado. En ese año el capital invertido en la industria azucarera excedió los 10 millones de sucres y dio trabajo a 1.000 personas, además de los miles de eventuales que se contrató durante las zafras. El ingenio San Carlos con 5 millones de inversión se ubicó en el primer puesto y el Carmen Matilde, con apenas 20.000 sucres de inversión, se posicionó en el último puesto.

A partir de 1928 la industria azucarera ecuatoriana sufrió serios daños producidos por el desbordamiento del río Yaguachi, el cual destruyó las plantaciones de los ingenios **El Cóndor** y **La Eulalia**. Adicionalmente, 1928 marcó un período de estancamiento que coincidió con la depresión mundial que se inició en 1929 y duró hasta la segunda mitad de la década de los treinta. Por la falta de demanda, los precios descendieron a menos de 2 centavos de dólar por libra y los ingenios optaron por paralizar las ampliaciones. En Ecuador el precio disminuyó de 21 sucres a 16 sucres el quintal. Irónicamente, mientras los ingenios se encontraban abarrotados de azúcar, en 1931 el gobierno permitió la importación, argumentando que en el exterior, como consecuencia del surplus mundial, se podía comprarla a menores precios. Para protegerse del colapso internacional, los ingenios ecuatorianos se agruparon en la **Unión Azucarera**, entidad que se encargó de la venta en el exterior.

En 1932, esta institución tenía embodegados y sin poder venderse más de 520.000 quintales de las zafras de 1930 y 1931. Por ello acordaron que ningún ingenio molería para el consumo interno. En 1934, Pablo Arosemena, liquidador de Banco Comercial & Agrícola, procedió a vender exitosamente las acciones del ingenio San Carlos entre un grupo de importantes hombres de empresa de Guayaquil, liderados por Mariano González, Lorenzo Tous y Juan Francisco y Juan Xavier Marcos.

La década de los treinta sirvió para que San Carlos y Valdez consolidaran su dominio en la industria azucarera ecuatoriana.

En los años de crisis algunos competidores tuvieron que cerrar sus puertas. La tendencia oligopolística continuó en las décadas posteriores hasta terminar con el 90% del mercado ecuatoriano. La Segunda Guerra Mundial causó los mismos efectos que la Primera. La paralización de los ingenios europeos disparó el alza de los precios internacionales.

Similar fenómeno ocurrió dentro del país. El precio interno aumentó de 37 sucres el quintal en 1940 a 110 el quintal en 1947.

En 1944 al presentarse una escasez el gobierno ecuatoriano tuvo que importar 7.000 toneladas de azúcar del Perú para satisfacer la demanda nacional pese a que los ingenios habían mejorado sus volúmenes de producción.

En este mismo año el gobierno firmó un decreto asumiendo el monopolio del azúcar y obligó a los ingenios a entregar la totalidad de la producción al Estado. La nueva disposición agravó el impasse surgido, por la reacción que tuvieron los ingenios que optaron por paralizar las ventas hasta que se aclare el panorama. (Ver cuadro 1.6).

Cuadro N.- 1.6

Principales Ingenios de Azúcar de la Costa Ecuatoriana, 1944
(Suces)

Nombre	Fundación	Capital
Sociedad Agrícola Industrial	1894	15.000.000
Cía. Anónima Valdez	1883	4.000.000
Herederos de Virgilio Morla	1885	864.909
Cía. Agrícola Industrial Carrillo	1901	500.000
Sociedad Agrícola Luz María	1887	500.000
Herederos de José A. Nuqués	1927	500.000

Fuente: Directorio de las Industrias establecidas en Guayaquil. Afiliadas a la Cámara de Industrias. Imprenta la Reforma. Guayaquil. 1945.

En 1945, el gobierno por medio del Banco central otorgó préstamos por más de un millón de dólares a San Carlos y Valdez para que aumentaran la producción y solucionaran el déficit presentado.

La inyección financiera ayudó a solucionar el faltante de azúcar en el país y a partir de ese año enrumbó a la industria azucarera a nuevos niveles de prosperidad. (Ver cuadro 1.7).

Cuadro N.- 1.7
Producción de Azúcar en el Ecuador, 1944-1945
(Quintales)

Ingenios	1944	1945
San Carlos	230.000	278.600
Valdez	181.800	270.000
Luz María	28.000	38.000
Álamos	13.300	19.000
Adelina María	17.700	16.300
San Pablo	9.000	9.500
Isabel María	0	8.000
Rocafuerte	4.048	7.615
Inés María	10.600	7.200
Nuqués	7.075	7.000
San José	5.000	5.000
Cañaverál	3.220	0
Total	509.743	666.215

Fuente: El Comercio Exterior en el Ecuador. Período Contemporáneo. Tomo III.
Guillermo Arosemena A. Guayaquil. 1993

En 1964, la industria azucarera inició gestiones ante el gobierno para conseguir el aumento de los precios que durante años se habían mantenido sin variación a pesar de que los insumos habían aumentado de precio.

Los ingenios más importantes del país, San Carlos y Valdez, sostuvieron que desde 1947, año del último incremento, la producción en el país había aumentado de 634.133 a 3.152.922 quintales y que ellos no habían sido responsables de que la actividad fuera monopolística. Finalmente argumentaron que el azúcar ecuatoriana era la más barata del continental pues se vendía a 1,25 sucres la libra, cuando en otros países fluctuaba entre 1,58 y 3,44 sucres la libra.

En 1974 el precio del azúcar se disparó a 58 centavos de dólar por libra, nivel sin precedente, como resultado del ingreso a la Unión Soviética al mercado del azúcar y por las compras agresivas de los países árabes que de la noche a la mañana, no sabían qué hacer con los miles de millones de dólares que les ingresaban por las ventas de petróleo a precios establecidos por la OPEP. El elevado precio favoreció para que San Carlos y Valdez realizaran cuantiosas inversiones, sin darse cuenta que al hacerlo, tendrían que enfrentar una seria crisis durante los últimos años de la década de los setenta, debido al desplomó del precio internacional a menos de 7 centavos de dólar por libra.

Nuevamente la situación depresiva del mercado puso en serios aprietos financieros a San Carlos y Valdez, empresas que tampoco podían hacer utilidades en el mercado interno debido al control de los precios establecidos por el Gobierno. Cuando se pensaba que la industria de azúcar ecuatoriana se encaminaba al colapso, los precios internos fueron revisados y en el exterior también comenzaron a subir, para mediado de los ochenta la industria se encontraba nuevamente próspera. Durante el último quinquenio las condiciones se mantuvieron favorables.

1.10.1 La Industria Azucarera en el Ecuador

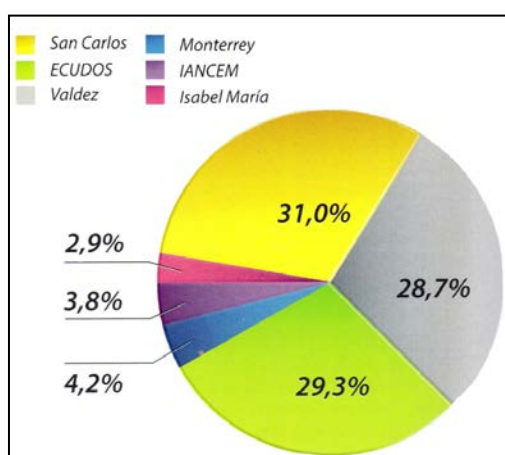
El área de producción de caña de azúcar en Ecuador es de aproximadamente 110,000 has. de las cuales la mayoría se utiliza

para la fabricación de azúcar y el resto para la elaboración artesanal de panela y alcohol.

En el 2007 la superficie cosechada para producción de azúcar fue 65,297 ha, de las cuales el 88% se concentra en la Cuenca Baja del Río Guayas (provincias de Guayas, Cañar y Los Ríos), donde están ubicados los ingenios de mayor producción: ECUDOS, San Carlos y Valdez. El 12% restante corresponde a los ingenios IANCEM, en la provincia de Imbabura y Monterrey en la provincia de Loja. www.cincae.org.

El crecimiento de la superficie cultivada de caña para la producción de azúcar ha sido muy notorio en los últimos años, pasando de 48.201 ha en 1990 a 65,297 ha en el 2007. Este incremento será más notorio en los próximos años debido al uso previsto de alcohol como carburante (Ver figura 1.11).

Figura N.- 1.11
Distribución porcentual de la producción de azúcar en el Ecuador durante el año 2007



Fuente: CINCAE, Informe Anual 2007, p. 41

El azúcar que se produce en Ecuador es básicamente para consumo nacional. A partir del 2005, los tres ingenios más grandes han iniciado programas de co-generación de energía eléctrica, para usar los residuos de bagazo de las fábricas. De la misma forma, se han establecido plantas de procesamiento de alcohol, para la industria farmacéutica y de bebidas alcohólicas, así como con miras al procesamiento de etanol, para carburante, que estaría próximo a ser usado a nivel general en automotores a gasolina.

1.10.2 Breve historia del Ingenio VALDEZ

La compañía Azucarera Valdez con más de 120 años de vida empresarial, está ubicada en lo que hace muchos años fue un asentamiento de la tribu “Chirijo” (significa Tambo y quiere decir Señor de todos) a orillas del río Milagro. Esta empresa se sostiene en dos columnas principales: Producción con alta calidad y responsabilidad social. Lo que hoy es el actual Ingenio fue comprado por el Sr. Rafael Valdez Cervantes quien fundó la empresa el 1 de enero de 1881, fecha en que se inició los trabajos de instalación, y en el mes de junio de 1885 tuvo lugar la primera zafra que arrojó la cantidad de 18.420 quintales de azúcar. Don Rafael logró sentar los cimientos para que la empresa se constituya en una de las principales en su rama. El fundador falleció en la ciudad de Lima-Perú, el 19 de abril de 1889. La batuta de la empresa la cogió doña Victoria Concha de Valdez hasta que se creó la compañía colectiva agrícola industrial y comercial “Sucesores de Rafael

Valdez”, constituida por la viuda y su hija doña María Valdez de Dillón, representada por su esposo señor Luís Adriano Dillón, Al retirarse el señor Luís Adriano Dillón, en 1905, fue designado Gerente el Coronel Enrique Valdez Concha, hijo del fundador y padre del Ingeniero Edmundo Valdez Murillo. El Coronel Valdez alcanzó el perfeccionamiento en la industria azucarera dándole un impulso y engrandecimiento a Milagro; y a partir de 1912 inicia la obra de tecnificación y ensanchamiento del ingenio en todas las secciones y departamentos con muy buenas zafras, por desgracia no pudo ver concluidas sus aspiraciones en el ingenio; pues dejó de existir en la ciudad de Esmeraldas cuando defendía al Gobierno Constitucional del General Leonidas Plaza. Por lo que a partir de 1914 la Gerencia del ingenio fue asumida por el señor Sergio Pérez Contó, hombre de gran capacidad que amplía la instalaciones con sistemas modernos de trabajo, crea el hospital que lleva su nombre y una escuela regentada por el ingenio, se retiró del cargo después de 40 años y es quién hasta la presente fecha ha tenido la administración más larga. La sociedad Sucesores de Valdez se extingue el 31 de diciembre de 1921; y en su lugar el 5 de enero de 1922 queda constituida la Compañía Azucarera Valdez S.A. bajo la dirección del señor John A. Cleveland y la gerencia a cargo del señor Sergio Pérez Conto.

En 1992 la familia Valdez toma la decisión de vender sus acciones a la entonces Corporación Noboa siendo dueño Don Luís Adolfo Noboa Naranjo, el cual fallece en New York en 1994; a partir de esta fecha el ingenio pasa a

ser administrado por el Consorcio Nobis, propiedad de Isabel Noboa Naranjo. A partir de esta fecha comienza un nuevo ciclo para el ingenio mejorando su producción histórica y convirtiéndose en el Ingenio de mayor rendimiento por hectárea del país. Hoy en día el Ingenio Valdez sigue estando ubicado en el cantón San Francisco del Milagro a 40 Km. de Guayaquil.

1.10.3 Breve historia del Ingenio SAN CARLOS

El Ingenio se encuentra ubicado en la provincia del Guayas, y es propiedad de la Sociedad Agrícola e Industrial San Carlos S.A. Su extensión actual de 20.000 hectáreas aproximadamente se distribuye en tres cantones de la mencionada provincia: Marcelino Maridueña, Naranjito y El Triunfo. La tradicional hacienda de fines del siglo XIX se ha ido convirtiendo en uno de los principales complejos agro-industriales del Ecuador. Produce anualmente alrededor de 1700,000 toneladas métricas de caña que generan una cifra cercana a los 3.050.000 sacos de 50 Kg. de azúcar blanco sulfitado en distintas presentaciones. Se produce también azúcar crudo para exportación y, en menor medida para la satisfacción de necesidades del mercado nacional, se elaboran otros productos como azúcar impalpable, panela, panela granulada, miel de caña, etc. A partir del año 2004, se inició también la generación de excedentes de energía eléctrica en base a biomasa (bagazo de caña) que son vendidos al Mercado Eléctrico Mayorista (M.E.M.) del Ecuador.

La Historia de este Ingenio inicia en 1897, cuando don Carlos L. Lynch en su hacienda San Carlos (Confluencia de los ríos Chimbo Chanchán), monta los equipos y maquinaria de un pequeño ingenio azucarero, esa fue su primera zafra., y desde entonces, ha generado a su alrededor un área poblado de rápido desarrollo hasta convertirse en uno de los más pujantes cantones de la provincia debido a la numerosa fuerza laboral que requiere este tipo de industrias tanto en la parte agrícola como industrial.

Produce alrededor del 35% del azúcar que el mercado ecuatoriano consume y cumple con cuotas de exportación, generando fuentes de empleo. San Carlos cultiva directamente entre el 75 y el 80% de la caña que muele anualmente comprando la diferencia a cañicultores y finqueros de zonas aledañas.

La empresa se caracteriza por su alto sentido de responsabilidad social que se refleja en beneficio y servicios importantes concedidos a sus trabajadores y sus familias. El Capital Social de la compañía es actualmente de 66´000.000 y se encuentra repartido entre más de 700 accionistas.

1.10.4 Breve historia del CINCAE (Centro de Investigación de la caña de azúcar del ECUADOR)

La Fundación para la Investigación Azucarera del Ecuador (FIADE), organización sin fines de lucro, con el apoyo de los tres ingenios más

grandes del País: ECUDOS, San Carlos y Valdez, creó el Centro de Investigación de la Caña de Azúcar del Ecuador (CINCAE), que inició actividades en septiembre de 1997, con el objeto de desarrollar variedades y tecnologías en el cultivo de la caña de azúcar.

Las áreas investigación son: Programa de Variedades, Manejo de Plagas, Manejo de Enfermedades, Manejo de Suelos y Fertilizantes y, Química. El Centro cuenta con una estación experimental de 56 hectáreas, ubicada en el kilómetro 49.6 de la vía Durán – El Triunfo. Geográficamente está localizada a 02° 9' 33" de latitud Sur y 79° 26' 83" de longitud Oeste y una altitud de 60 msnm. Pertenece a la formación ecológica Bosque Seco Tropical, con una temperatura media de 25°C, precipitación anual promedio de 1400 mm y humedad relativa de 80%.

El CINCAE es miembro del Consorcio Internacional de Biotecnología de la Caña de Azúcar (ICSB). Ha establecido convenios de cooperación técnica e intercambio de germoplasma con el Centro de Tecnología Cañera de Brasil (CTC), el grupo empresarial Philsurin de Tailandia, el Instituto de Investigaciones de Caña de Mauricio, el Consejo de Investigaciones de Cañera de Azúcar (BSES) de Australia y la Estación Experimental de Caña de Canal Point de Estados Unidos. Los proyectos se enmarcan dentro de varios procesos declarados bajo un sistema de gestión de calidad, que cumplen los estándares de la Norma ISO9001-2000.

CAPÍTULO 2

CARACTERISTICAS DEL MERCADO TURISTICO

2.1 Descripción de la oferta turística

La oferta turística es definida según la OMT como “el conjunto de productos y servicios turísticos puesto a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo. La oferta es representada por todo aquello que produce los bienes y servicios turísticos finales y que son consumidos por los turistas” (OMT, 1998, p. 49).

Por ello, se analizará a continuación la Planta Turística e Infraestructura relevante de Milagro y Marcelino Maridueña, las cuales producen los servicios y por tanto, integran la oferta turística de ambos cantones; como también se enlistarán los atractivos turísticos generales del cantón y se analizará los atractivos específicos del área de estudio.

2.1.1 Atractivos turísticos

“Los atractivos turísticos según Boullón, R. (2006:46): “son la materia prima del turismo, sin la cual un país o una región no podrían emprender el desarrollo, se le incluye como el primer elemento de la estructura de producción del sector al que se le agrega la planta turística y la infraestructura”

Los atractivos turísticos pueden ser de tres tipos:

- Naturales: aquellos elementos que aporta la naturaleza por si misma (playas, montañas...).
- Culturales: Manifestaciones y expresiones de las sociedades o pueblos, que han habitado o habitan un espacio.
- Económicos: son las actividades productivas y comerciales que presentan las zonas de destino. A continuación una tabla de

valoración de los atractivos existentes en el cantón Milagro y Marcelino Maridueña. (Ver cuadro 2.1 y 2.2).

Cuadro N.- 2.1
Clasificación de los atractivos turísticos del Cantón Milagro

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	ATRACTIVO	
Sitios Naturales	Ríos y Arroyos		Río Milagro	
	Caída de Agua		Las Cataratas	
Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas	Museo		Museo Julio Viteri Gamboa	
Folklore	Manifestaciones Religiosas y Creencias Populares		Carnaval	
			Semana Santa	
			Día de los Difuntos	
			Navidad	
			Año Viejo	
		Iglesias	Iglesia Central de Milagro "San Francisco de Asís"	
			Iglesia de San Irineo	
	Música y Danza		Bailes típicos de Montubios	
	Comidas y Bebidas Típicas	Comida		Maduro asado con queso
				Bolones de verde
			Caldo de Salchicha	
			Arroz con Menestra con carne o chuleta	
			Caldo de gallina criolla	
			Pescado Asado	
			Ornado	

		Bebidas	Cócteles con agua ardiente de la caña de azúcar jugo de frutas.	
	Grupos Étnicos		Cholos	
			Montubios	
			Mestizos	
Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas	Explotaciones Agropecuarias		Cañaverales	
			Plantaciones de Cacao	
			Plantaciones de plátano	
			Algodón	
			Plantaciones de piñas	
			Plantaciones de frutas	
			Ganaderías	
	Obras de Arte y Técnica	Parques		Parque Central Rafael Valdez Cervantes
				Parque Norte
		Monumentos		Monumento a la Piña
Construcciones Recreativas			Visaltur	
		El Bosque		
Acontecimientos Programados	Otros	Concursos de Belleza	Elección Reina de Milagro	
		Rodeos	Rodeos Montubios	
		Peleas de Gallos	Peleas de Gallos	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N.- 2.2
Clasificación de los atractivos turísticos del Cantón Marcelino
Maridueña

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	ATRACTIVO
Sitios Naturales	Ríos		Río Chimbo
			Río Chanchán
			Río Barranco Alto
	Lagos, lagunas y Esteros		Estero El Apuro
			Estero de El Gallo
			Estero Amarillo
			Estero Roncador
			Estero Juan Garza
			Estero Toquilla
			Estero De Piedra
			Estero Verde
			Estero Maravilla
			Estero Gloria
Folklore	Manifestaciones Religiosas y Creencias Populares		Carnaval
			Semana Santa
			Día de los Difuntos
			Navidad
			Año Viejo
	Música y Danza		Bailes típicos montubios y serranos
	Comidas y Bebidas típicas		Comidas
Grupos Étnicos		Mestizos	
Realizaciones Técnica, Científicas o Artísticas Contemporáneas	Explotaciones		Cañaverales
	Agropecuarias		Plantaciones de Plátano
			Plantaciones de Cacao
			Ganadería
	Obras de Arte y Técnica	Parques	Parque Central
			Parque Ecológico
		Monumentos	Monumento al tren
			Monumentos de Chatarra
		Iglesias	Iglesia Central

			"San Carlos Bromeó"
			Capilla "Virgen de la Nube"
		Construcciones recreativas	Centro de recreación Marcelino Maridueña
			Centro de recreación Rancho "Olquita"
Acontecimientos programados	otros	Concurso de Belleza	Elección Reina de Marcelino Maridueña

Fuente: Elaboración propia

2.1.2 Infraestructura Turística

Se comprende por infraestructura a la “dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte de la infraestructura los servicios de salud, vivienda, transportes, comunicaciones, energía, etc.” (Boullón, R. 200: 47); (Ver cuadro 2.3 y 2.4)

Cuadro N.- 2.3
Infraestructura del Cantón Milagro

Establecimiento	Localización	Valoración
Carretera Durán-Yaguachi-Milagro	Circulación	Se encuentra en condiciones óptimas para el uso
Carretera Durán-Tambo por la vía Km. 26	Circulación	Se encuentra en condiciones óptimas para el uso
Carretera vía recta por la autopista	Circulación	Se encuentra en condiciones óptimas para el uso
Carretera Carrizal – Jejen vía Mariscal Sucre	Circulación	Falta de asfalto en algunos tramos.
Cooperativa de transporte Expreso Milagro	Terminal Terrestre	Condiciones estables
Cooperativa de transporte Rutas Milagreñas	Terminal Terrestre	Condiciones estables
Cooperativa de transporte Ejecutivo Express	Terminal Terrestre	Condiciones estables
Empresa Eléctrica	Av. 17 de septiembre	Brinda servicios estables
CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones)	Calle 5 de junio y Pedro Carbo	Brinda servicios estables
Empresa de Agua potable	Juan Montalvo y Bolívar	Brinda servicios estables
Hospital León Becerra	Av. Torres Causana y Eloy Alfaro	Brinda servicios estables
Hospital Sergio Pérez Contó	Cdla Valdez	Brinda servicios estables
Hospital Oftalmológico Cristiano	Cdla Las Piñas	Brinda servicios estables
Hospital del IESS Dr. Federico Bolaños.	Cdla 100 camas	Brinda servicios estables

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N.- 2.4
Infraestructura del Cantón Marcelino Maridueña

Establecimiento	Localización	Valoración
Carretera Durán-Tambo- Puente Payo	Circulación	Se encuentra en condiciones óptimas para el uso.
Carretera Milagro-Naranjito - Marcelino Maridueña	Circulación	Se encuentra en condiciones óptimas para el uso.
Carretera Marcelino Maridueña – Puente Payo	Circulación	Se encuentra en condiciones óptimas para el uso.
Carretera tramo Puente Payo - Cincae (49,6 vía al Triunfo)	Circulación	Se encuentra en condiciones óptimas para el uso.
Carretera vía Kilómetro 26 (Virgen de Fátima)-Guayaquil	Circulación	Se encuentra en condiciones óptimas para el uso.
Cooperativa de transporte Marcelino Maridueña	Centro	óptimas para el uso
Cooperativa de transporte CITIM	Centro	Brinda servicios estables
Empresa Eléctrica	Cdla. La Unión	Brinda servicios estables
Hospital Perteneciente al Ingenio San Carlos	Cdla Hawaii	Brinda servicios estables

Fuente: Elaboración propia

2.1.3 Planta Turística

La Planta turística es la que se encarga de brindar los servicios que necesitan obligatoriamente los turistas, constituyen los medios básicos de producción. Es la parte de la oferta; a continuación se detalla la planta turística de los cantones Milagro y Marcelino Maridueña. (Ver cuadro 2.5 al 2.10).

Cuadro N.- 2.5
Planta Turística del Cantón Milagro

Alojamiento

Nombre	Tipo	Categoría	Dirección	Valoración
Carso INN	hotel	Primera	Calle 9 de Octubre y Calderón	Excelente servicio y buenas estructuras
Nacional	hotel	Tercera	Bolívar y 5 de Junio	Estructura en buenas condiciones
Edén	hotel	Tercera	García Moreno y Rocafuerte	Estructura en buenas condiciones
Azuay	hotel	Cuarta	García Moreno y 9 de Octubre	Estructura en buenas condiciones
Casa Blanca	hostal	Segunda	24 de Mayo y Eloy Alfaro	Estructura en buenas condiciones
Gold Palace	hostal	Tercera	Cdla. la Pradera av. Mariscal Sucre s/n	Estructura en buenas condiciones
Suite Don Juan	hostal	Tercera	9 de Octubre y García Moreno	Estructura en buenas condiciones
Suite los Chirijos	hostal	Tercera	9 de Octubre y García Moreno	Estructura en buenas condiciones
El Ejecutivo	hostal	Tercera	5 de Junio y Eloy Alfaro	Estructura en buenas condiciones
Cristian	hostal	Tercera	24 de Mayo y Rocafuerte	Estructura en buenas condiciones
Imperial	hostal	Tercera	9 de Octubre y García Moreno	Estructura en buenas condiciones
Oasis	hostal	Tercera	Olmedo y Bolívar	Estructura en buenas condiciones
Los Almendros	motel	Segunda	Km. 12 vía al 26	Estructura aceptable
El Descanso	motel	Tercera	Km. 26 vía milagro	Estructura aceptable
Paris	motel	Tercera	Lotización Techo para los Pobres	Estructura aceptable
Casa Rosada	Pensión	segunda	Zaruma y Vinces	Estructura aceptable
El Recreo	Pensión	Tercera	Km. 25 vía Milagro	Estructura aceptable
El Palmar	cabaña	Tercera		Estructura típica aceptable

Fuente: Catastro Milagro

Cuadro N.- 2.6
Planta Turística del Cantón Milagro
Alimentación

Nombre	Tipo	Categoría	Dirección	Valoración
Chifa Isla Oriente	Restaurante	Cuarta	Juan Montalvo y Eloy Alfaro	Estructura en buenas condiciones
Ñurquita 2	Restaurante	Cuarta	Olmedo y Pedro Carbo	Estructura en buenas condiciones
Selecto	Restaurante	Cuarta	Chile y 24 de Mayo	Estructura en buenas condiciones
Vida Nueva	Restaurante	Cuarta	Juan Montalvo y Eloy Alfaro	Estructura en buenas condiciones
Comidas de Víctor	Restaurante	Primera	C.C. Paseo Shopping	Excelente servicio y buenas estructuras
Kentucky fried Chicken	Restaurante	Primera	C.C. Paseo Shopping	Excelente servicio y buenas estructuras
Rancho Oasis	Restaurante	Primera	Km 2.5 vía km. 26	Excelente servicio y buenas estructuras
Carmita	Restaurante	Tercera	Pedro Carbo y 10 de Agosto	Estructura en buenas condiciones
El Cortijo	Restaurante	Tercera	García Moreno y Pedro Carbo	Estructura en buenas condiciones
Cuchifrito	Restaurante	Tercera	Av. Carlos Hidalgo vía Naranjito	Estructura en buenas condiciones
Chifa Oriental	Restaurante	Tercera	Av. 17 de Septiembre y Guayas	Estructura en buenas condiciones
Emmita	Restaurante	Tercera	Bolívar y García Moreno	Estructura en buenas condiciones
Hong Kong	Restaurante	Tercera	Av. 17 de Septiembre y Ambato	Estructura en buenas condiciones
Imperial	Restaurante	Tercera	García Moreno y 9 de Octubre	Estructura en buenas condiciones

El Moro	Restaurante	Tercera	Chile y 5 de Junio	Estructura en buenas condiciones
Nurquita	Restaurante	Tercera	Chile y 24 de Mayo	Estructura en buenas condiciones
Parrillada Don Chava	Restaurante	Tercera	Av. 17 de Septiembre y Manabí	Estructura en buenas condiciones
Parrillada el Gaucho	Restaurante	Tercera	Olmedo e/Chile y Seminario	Estructura en buenas condiciones
Pollo Dorado a la Braza	Restaurante	Tercera	Los Chirijos y el Oro	Estructura en buenas condiciones
El Popular	Restaurante	Tercera	García moreno y Ernesto Seminario	Estructura en buenas condiciones
Rey Neptuno	Restaurante	Tercera	5 de Junio y Bolívar	Estructura en buenas condiciones
Rey Pollo	Restaurante	Tercera	Av. 17 de Septiembre y Esmeraldas	Estructura en buenas condiciones
Su Pollo Dorado	Restaurante	Tercera	Av. 17 de Septiembre y los Ríos	Estructura en buenas condiciones
Torres Molinos	Restaurante	Tercera	5 de Junio y Rocafuerte	Estructura en buenas condiciones
La Tranquera	Restaurante	Tercera	Chile y 10 de Agosto	Estructura en buenas condiciones
El Saloncito	Restaurante	Tercera	García Moreno y Eloy Alfaro	Estructura en buenas condiciones
Dolce Latte	fuelle de soda	Primera	C.C. Paseo Shopping	Excelente servicio y buenas estructuras
Naturisimo	fuelle de soda	Primera	C.C. Paseo Shopping	Excelente servicio y buenas estructuras
Rock and Roll	fuelle de soda	Primera	Av. 17 de Septiembre y Juan Espinoza	Excelente servicio y buenas estructuras
Baguette	fuelle de soda	Segunda	Juan Montalvo y Eloy Alfaro	Estructura en buenas condiciones

New New	fuelle de soda	Tercera	Olmedo y Pedro Carbo	Estructura en buenas condiciones
El Saloncito	fuelle de soda	tercera	García Moreno y Eloy Alfaro	Estructura en buenas condiciones
Yogurt el Árabe	fuelle de soda	Tercera	García Moreno y Bolívar	Estructura en buenas condiciones
Cristhian	Cafetería	Segunda	Juan Montalvo y Chile	Estructura en buenas condiciones

Fuente: Catastro Milagro.

Cuadro N.- 2.7
Planta Turística del Cantón Milagro
Centros de Recreación

Nombre	Tipo	Categoría	Dirección	Valoración
Panamericana	bingo	tercera	9 de octubre y 24 de mayo	Estructura en buenas condiciones
Súper Bingo Familiar	bingo	tercera	García Moreno y 9 de Octubre	Estructura en buenas condiciones
Casino Royal	casino	primera	Av. 9 de Octubre y Calderón.	Excelente servicio y buenas estructuras
La Ponderosa	Centro de Recreación	segunda	Mariscal Sucre via Lorenzo de Garaicoa	Estructura en buenas condiciones
Play Zone	Centro de Recreación	tercera	Av. 17 de septiembre Centro Comercial paseo Shopping	Estructura en buenas condiciones
Albricias	Balneario	tercera	Km. 2 vía Naranjito	Estructura en buenas condiciones

Quinta Forestal el bosque	Balneario	tercera	Km. 38 via Férrea Milagro Naranjito	Estructura en buenas condiciones
Visaltur	Balneario	segunda	Av. Tarquí y Paraguay	Estructura en buenas condiciones
Aquamarina	Balneario	segunda	Km. 6 vía km. 26	Estructura en buenas condiciones
Calipso Exclusive Club	disco	Primera	24 de Mayo y Seminario	Excelente servicio y buenas estructuras
Boom la	disco	Segunda	Portoviejo y av. 17 de Septiembre	Estructura en buenas condiciones
Manantial	disco	Segunda	Veintimilla entre Quito y Cuenca	Estructura en buenas condiciones
Rock Roller	disco	Segunda	Olmedo y Bolívar esquina	Estructura en buenas condiciones
Cabaña del Recuerdo	sala de baile	Segunda	Av. Ejido y Jaime Roldos	Estructura en buenas condiciones
Chicos	bar	Tercera	5 de Junio entre Bolívar y Pedro Carbo	Estructura en buenas condiciones
Disco Latín Palace	bar	Tercera	Bolívar entre 5 de Junio y Juan Montalvo	Estructura en buenas condiciones
J.B.	bar	Tercera	García Moreno y Roberto Astudillo	Estructura en buenas condiciones
Pirates	bar	Tercera	Chimborazo y Bolívar	Estructura en buenas condiciones

Fuente: Catastro Milagro

Cuadro N.- 2.8
Planta Turística del Cantón Marcelino Maridueña
Alojamiento

Nombre	Tipo	Categoría	Dirección	Valoración
Buenos Aires	Hotel	Tercera	Cdla Buenos Aires	Estructura en buenas condiciones
Primavera	Hotel	Tercera	Cdla La Unión	Estructura en buenas condiciones
D'Edison	Hotel	Tercera	Cdla La Puntilla	Estructura en buenas condiciones
Turingia	Residencial	Tercera	Cdla La Puntilla	Estructura en buenas condiciones

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N.- 2.9
Planta Turística del Cantón Marcelino Maridueña
Alimentación

Nombre	Tipo	Categoría	Dirección	Valoración
Delicias	Restaurant	Tercera	Circunvalación Este	Estructura en buenas condiciones
El Sabrosón	Asadero	Tercera	Calle 3ra.	Estructura en buenas condiciones
Sin nombre	Comedor	Tercera	A la entrada del cantón diagonal al Comercial Llerena	Estructura en buenas condiciones
El trébol	Peña Bar	Tercera	Calle el Redondel	Estructura en buenas condiciones

Fuente: Elaboración propia

Cuadro N.- 2.10
Planta Turística del Cantón Marcelino Maridueña
Centros de Recreación

Nombre	Tipo	Categoría	Dirección	Valoración
Marcelino Maridueña	Balneario	tercera	Recinto. Barranco Alto	Estructura en buenas condiciones
Rancho Olguita	Balneario	Segunda	vía Marcelino Maridueña frente a la entrada Recinto. 2 Pinos	Estructura en buenas condiciones

Fuente: Elaboración propia

2.2 Análisis FODA del destino

“El análisis de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades y su matriz DAFO son la estructura conceptual para el análisis sistemático que facilita la comparación de las amenazas y oportunidades externas con las fuerzas y debilidades internas de la organización” (Bigné, 2000, p.357).

Gracias a este análisis se puede determinar el estado de un destino y deducir las estrategias y acciones que se deben seguir para maximizar las oportunidades y fortalezas y disminuir las debilidades y amenazas. A continuación la matriz FODA de los destinos Milagro y Marcelino Maridueña (Ver cuadro 2.11 y 2.12).

Cuadro N.- 2.11
Matriz FODA del Cantón Milagro

Fortalezas (Casa dentro)	Oportunidades (Casa fuera)
<p>F1 Cercanía con el Puerto Principal de Guayaquil.</p> <p>F2 Cercanía al Aeropuerto Internacional (José Joaquín de Olmedo).</p> <p>F3 Tiene vías de accesibilidad en óptimas condiciones.</p> <p>F4 Posee servicios básicos de primera.</p> <p>F5 Posee planta turística suficiente para atender a los turistas.</p> <p>F6 Posee una de las tres industrias azucareras más grandes del país.</p> <p>F7 Existen grandes extensiones de cañaverales.</p> <p>F8 Tiene haciendas privadas de banano y cacao que pueden ser visitadas.</p> <p>F9 Su población es amable y hospitalaria.</p> <p>F10 Es un cantón con gran historia dentro de su existencia.</p> <p>F11 Posee 4 hospitales para asistencia inmediata.</p> <p>F12 Posee un Municipio interesado en el desarrollo turístico del cantón.</p> <p>F13 Posee una Universidad que está formando profesionales en la rama del turismo.</p> <p>F14 Posee viveros con diversidad de plantas ornamentales.</p> <p>F15 Hasta el momento no existe otro cantón que ofrezca el mismo producto turístico.</p>	<p>O1 Potencial turístico urbano – rural por tradición cultural.</p> <p>O2 Potencial turístico industrial y científico por la presencia de importante industria azucarera a nivel local y nacional.</p> <p>O3 Posibilidad de compra de plantas ornamentales para decoración de jardines y de interiores de viviendas.</p> <p>O4 Posibilidad de participación de la comunidad en el ámbito turístico.</p> <p>O5 Posibilidad de mejoras económicas en la población.</p> <p>O6 Reavivamiento cultural mediante el interés por conocer sus orígenes.</p>

Debilidades (Casa dentro)	Amenazas (Casa fuera)
<p>D1 Profesionales del turismo con poca experiencia.</p> <p>D2 Posee pavimentación regular en las calles.</p> <p>D3 Poco conocimiento en la gente de la oferta turística existente.</p> <p>D4 Falta de organización municipal sobre los comerciantes informales y calles.</p> <p>D5 Falta de respeto y conciencia ecológica.</p> <p>D6 Falta de capacitación en los pobladores para tratar con los turistas.</p> <p>D7 Disminución de los ingresos económicos en los comerciantes durante la Interzafra.</p>	<p>A1 Inestabilidad política del país.</p> <p>A2 Cambios climáticos afectan la producción agrícola del cantón.</p> <p>A3 Cierre de las plantaciones a los visitantes por enfermedades de los cultivos.</p> <p>A4 Algunos pobladores podrían sentirse desplazados del negocio turístico.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N.- 2.12
Matriz FODA del Cantón Marcelino Maridueña

Fortalezas (Casa dentro)	Oportunidades (Casa fuera)
<p>F1 Tiene dos vías de accesibilidad al cantón.</p> <p>F2 Posee infraestructura básica.</p> <p>F3 Posee una de las tres industrias azucareras más grandes del país.</p> <p>F4 Mantiene grandes extensiones de sembríos de caña de azúcar.</p> <p>F5 Tiene haciendas privadas de banano y cacao que pueden ser visitadas.</p> <p>F6 Posee grandes extensiones de cultivo de árboles (teca, cedro, caña gadúa, etc., además del cultivo de frutas tropicales).</p> <p>F7 Por sus diversos cultivos se pueden observar algunos tipos de aves.</p> <p>F8 Su población es amable y hospitalaria.</p> <p>F9 Debido a la reducida población el índice delincriminal es bajo.</p> <p>F10 Posee legado histórico.</p> <p>F11 Cercanía al CINCAE (Centro de Investigación de la caña de azúcar en el Ecuador).</p>	<p>O1 Debido a la cantidad de sembríos es factible el desarrollo del turismo como fuente de mejoras económicas a la población.</p> <p>O2 Mejorar el conocimiento en la historia del cantón a visitantes y pobladores en general.</p> <p>O3 Dar a conocer las mejoras en los sembríos y productos de las industrias a visitantes y posibles compradores.</p> <p>O4 Darse a conocer al cantón como destino turístico potencial.</p> <p>O5 Dar la oportunidad de mejorar la calidad de vida de los pobladores del cantón</p>
Debilidades (Casa dentro)	Amenazas (Casa fuera)
<p>D1 La poca experiencia de los pobladores en el trato al turista.</p> <p>D2 La falta de profesionales en el turismo en el cantón.</p> <p>D3 Posee poca planta turística para la atención al visitante.</p> <p>D4 La estabilidad en las cosechas.</p> <p>D5 La falta de centros de recreación del cantón.</p>	<p>A1 Inundaciones de los sembríos en la estación lluviosa.</p> <p>A2 Cierre de las plantaciones por algún tipo de enfermedad agraria.</p> <p>A3 Inestabilidad política.</p> <p>A4 Cambios climáticos.</p>

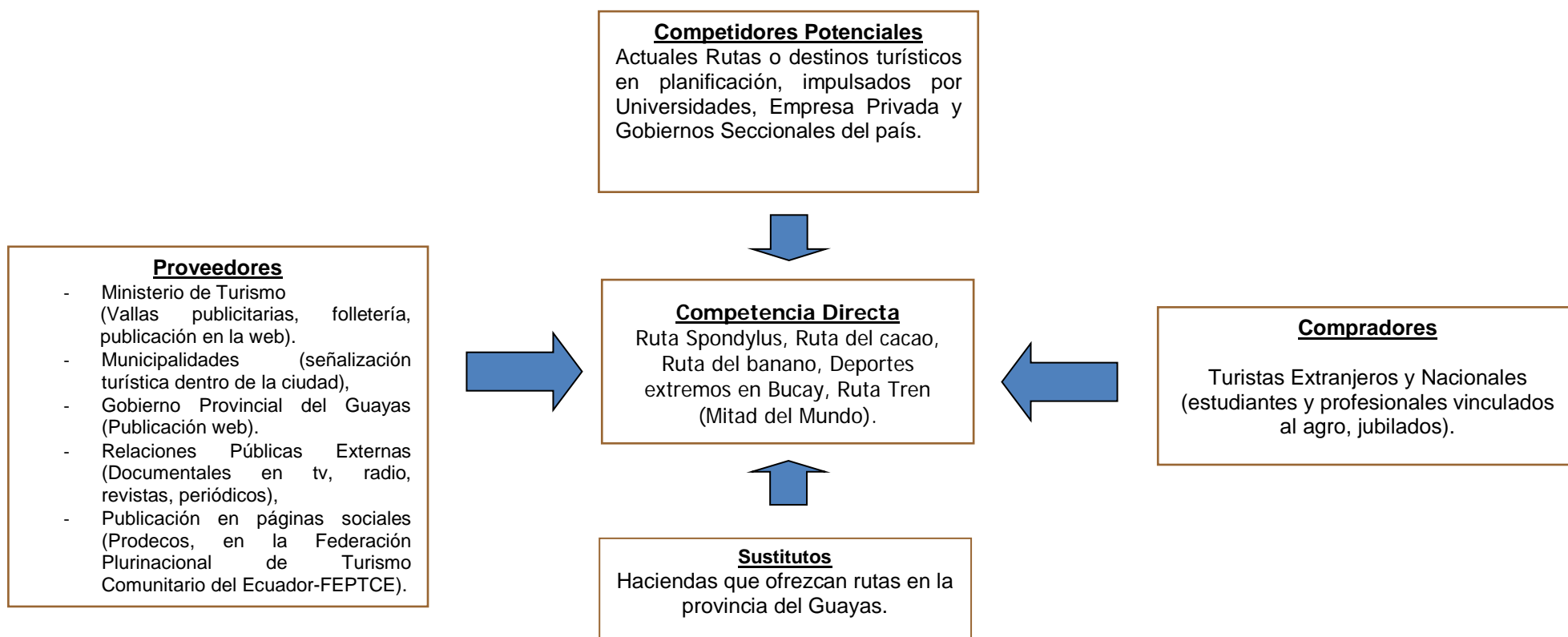
Fuente: Elaboración Propia

2.3 Análisis estratégico del producto propuesto.

Para realizar el presente análisis utilizamos 2 herramientas: El primer análisis se realiza a través de las Cinco Fuerzas de Porter, este estudio previo sirve para conocer los puntos fuertes y débiles de la ruta, estimular la obtención de una cierta posición dentro del sector, clarificar las áreas en las que el cambio estratégico puede ser más beneficioso y detectar las zonas en que las perspectivas del sector prometen ser más significativas, bien por lo que se prevé o por las amenazas que se esperan (Ver cuadro 2.13).

El segundo análisis de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO), clarifica el tipo de situación en que se encuentra el destino y al mismo tiempo, indica algunas de las acciones más lógicas que deben llevarse.

Cuadro N. 2.13
Fuerza competitiva de la Ruta de la Caña de Azúcar en los cantones de Milagro y Marcelino Maridueña en la provincia del Guayas.



Fuente: Elaboración Propia

2.3.1 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Se empezará analizando la entrada potencial de Competidores, en base a los resultados de las encuestas y entrevistas aplicadas se encontró que existen tres rutas de similares características que podrían ser competidores potenciales, estas son: Ruta del Cacao, Ruta del Banano y la Ruta del Tren (Mitad de Mundo).

1. LUCHA ENTRE LOS COMPETIDORES ACTUALES

Se considera competencia directa a la Ruta Spondylus, Ruta del cacao, Ruta del Banano, Deportes extremos en Bucay y la Ruta Tren (Mitad del Mundo), actualmente estas rutas están ya posicionadas y tienen una cuota de mercado que la han ganado con la experiencia y fidelización al cliente.

La **Ruta del Spondylus** es una ruta muy completa con distintas opciones de turismo que incluye más allá del turismo de sol y playa, el turismo cultural-arqueológico, artesanías, gastronomía, ecoturismo, deportes y aventura, agroturismo, turismo de congresos y convenciones, turismo de salud, comunitario y de cruceros. A los niños, jóvenes y adultos les gusta este recorrido por ser de fácil acceso desde las principales ciudades y aeropuertos.

La **Ruta del Cacao** es poco visitada por profesionales del medio turístico, del agro, está conformada por 14 haciendas siendo su principal la hacienda Las Cañas, en esta ruta se aprecian las más grandes plantaciones de cacao además se participa en el proceso de siembra y cosecha de esta planta. También podrá disfrutar del delicioso jugo de cacao además de la comida típica y de realizar actividades como pasear a caballo o ver la pelea de gallos.

Deportes extremos en Bucay, es un destino que ofrece un concepto diferente de turismo, éste se enfoca en aventura y deportes de alto riesgo sin embargo se convierte en otro competidor directo para este proyecto, ya que capta especialmente a turistas jóvenes y a quienes buscan adrenalina, debido a las actividades que se realizan como: descenso de las cascadas, cannoying, ciclismo de montaña, kayak, tarabitas o parapente, también existen hosterías ecológicas o haciendas donde podrá descansar y disfrutar de la naturaleza.

La **Ruta del Tren de la Mitad del Mundo** se convierte en otro competidor ya que luego de su reinauguración en diciembre del 2008 y considerado como patrimonio turístico brinda un relajante recorrido por tren. El tramo Latacunga-Quito comprenden 90 km donde podrá apreciar los coloridos paisajes y la belleza de la Avenida de los Volcanes, si realiza el recorrido

completo 960 km de toda la ruta visitará la sierra y la costa donde se une con la ruta del tren de Durán - Yaguachi que ofrece atractivos paisajes.

2. COMPETIDORES POTENCIALES

La **Hacienda Cañas** ubicada en la vía Puerto Inca-Naranjal a finales de 2001 arrancó con el proyecto piloto de La Ruta del Cacao que impulsaba el Ministerio de Turismo; desde esta fecha la hacienda organiza programas de visita para grupos de 10 hasta 150 personas, los días sábados, por un valor de 25 dólares más impuestos. La operadora de Turismo Receptivo encargada de promocionarla en el exterior es Manglar Rojo. Siguiendo su ejemplo catorce haciendas han empezado esta actividad, y 24 más están en proceso.

La **Hacienda El Castillo** ubicada en el km 55 vía a la costa, actualmente se vende más a turistas extranjeros de la tercera edad, a través de las Agencias Operadoras Metropolitan Touring, Surtrek y South American Tours. Reciben también turistas nacionales, realizan eventos corporativos. Por lo general los visitantes desayunan y almuerzan en la hacienda y de allí se trasladan a la ciudad de Guayaquil para realizar un city tour, visitan Puerto Hondo, Cerro Blanco o La Ruta del Sol.

Hace 7 años La **Hacienda Rosa Herminia** ubicada en el km 83 de la vía a Daule inició en la actividad turística por una iniciativa familiar, empezó a

ofrecer recorridos guiados dentro de sus instalaciones. En la actualidad se promociona más a escuelas y colegios de Guayaquil a través de la visita personal de su propietario y para el mercado extranjero Hamaca tours & expeditions es su Operadora Representante.

Su propietario el Sr. Guillermo Rendón manifiesta que los que visitan la hacienda son mayoritariamente estudiantes en un 70% aproximadamente, el 15% son grupos de empresas, familiares; y el 5% son extranjeros. El recorrido incluye guianza, almuerzo y bebida típica que consiste en un licor hecho de cacao. Las visitas pueden hacerse a partir del 15 de mayo hasta el 15 de diciembre. En época de invierno es difícil atender al público por el lodo. Al haber analizado brevemente el mercado actual de la Ruta del Cacao se determina qué por el flujo de visitantes; éstas rutas necesitan elaborar un Plan de Marketing si deciden entrar a competir fuertemente en el mercado local y exterior.

La Asociación de Pequeños Productores Bananeros de Comercio Justo (Aso Guabo) ubicado en la provincia de El Oro, cerca de la ciudad de El Guabo; iniciaron un proyecto de turismo denominado **Banana Tour** que provee a los productores de banano una fuente alternativa de ingresos, actualmente hay 12 haciendas habilitadas para los visitantes. Reciben turistas de Europa en su mayoría. En el 2007 recibieron un grupo de 30 chicos del Iowa State University. En el 2008 un grupo de tres estudiantes

holandeses dieron capacitación en guianza, control, lenguaje corporal, inglés a los guías locales. En enero del 2009 recibieron 8 estudiantes del College of Saint Rose y 15 estudiantes de Ingeniería Ambiental del Colegio Internacional SEK. Los que visitan el **Banana Tour** en su mayoría son los compradores actuales y potenciales de banano provenientes de Italia, Finlandia, Suiza, Bélgica, Austria, Alemania, Noruega, Estados Unidos, Chile y Argentina, y al haber iniciado este proyecto turístico como estrategia de marketing en el 2008 participaron en la Feria Internacional de Turismo de Holanda y Alemania.

Recorrido en tren (**Durán-Yaguachi-Durán**), considerada patrimonial, enlaza Duran – Yaguachi en una hora veinte minutos, con una capacidad de 34 personas en vagones pequeños y hasta 65 en los vagones grandes, durante su recorrido podrá apreciar las plantaciones de plátano, arroz y caña además del avistamiento de aves, con un costo de \$20 y con 50% de descuento los menores de 18 años, mayores de 65, y discapacitados.

Actualmente Ferrocarriles del Ecuador está impulsando la promoción y difusión con los operadores turísticos a nivel nacional e internacional.

3. AMENAZA DE SUSTITOS

Se considera como producto sustituto a las Haciendas que ofrezcan rutas en la Provincia del Guayas, actualmente hay un sinnúmero de haciendas que

aprovechando su valor ambiental, cultural e histórico se abren empíricamente al turismo y aunque no cuenten con el respaldo institucional que lo da el Ministerio de Turismo a través de la Subsecretaría del Litoral a nivel costa, son una actividad creciente.

Estos lugares por lo general operan individualmente por lo tanto recibirán poca afluencia en algunos casos y en otras la visita se incrementará por referencias de familiares o amigos.

4. PODER DE NEGOCIACION DE LOS COMPRADORES

El estudio de mercado permitió conocer a qué grupo de visitantes se dirige este proyecto y cómo resultado se obtuvo que el primer mercado sean los Visitantes Extranjeros proveniente de Europa, Estados Unidos y Asia con interés o vinculados al agro, industrias, técnico-científico y de todos aquellos que disfruten de aventuras al aire libre; la misma segmentación se hizo a nivel local para los visitantes nacionales. Cabe indicar que la Ruta de la Caña promueve un turismo especializado no masivo, por lo tanto no se puede sobrepasar la capacidad de carga determinada para este proyecto.

5. PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

La ruta de la caña es un proyecto de desarrollo social que inicia con capital propio y no se prevé construcción alguna, busca la participación del sector

público y privado vinculadas o no al medio turístico que faciliten las herramientas necesarias para la ejecución, promoción y desarrollo del mismo. Por ejemplo en cuanto a las señaléticas, señalización vial, y el Plan de Promoción el proyecto gestionará con los organismos competentes tales como la Comisión de Tránsito del Guayas, el Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Agricultura y Turismo.

2.3.2 Análisis FODA del producto propuesto

Se conoce de antemano que la ruta de la caña comprende un área aproximada de 175,99 km que parte desde Guayaquil, y que recorre los Ingenios Azucareros de Valdez en Milagro y el Ingenio San Carlos en Marcelino Maridueña; además de 3 sitios que procesan la caña artesanalmente dando como resultado tres productos: panela, agua ardiente y melcocha en la parroquia Mariscal Sucre en Milagro y la misma finaliza con la visita al Cincae en la vía El Triunfo.

Este análisis va a permitir identificar las **fortalezas** que actualmente poseen estos destinos incluidos en la ruta y que son fundamento para poderla llevar a cabo; en cuanto a la evaluación de las **oportunidades** se prevé la consultoría de organismos competentes en el campo turístico. El análisis de las **debilidades** permite evaluar en tiempo actual las condiciones en las cuales se encuentran estos sitios para poder llevar a cabo una acción

concreta previa, durante y posterior la ejecución del proyecto; y finalmente identificar **las amenazas** permite tomar las precauciones necesarias para que los factores cambiantes tanto en la situación económica, política, social, cultural, ambiental si afectan, exista un plan de contingencia para que el proyecto no quede a la deriva. (Ver cuadro 2.14).

Cuadro N. 2.14
Matriz FODA del Entorno Competitivo del producto propuesto

Fortalezas (Casa dentro)	Oportunidades (Casa fuera)
<p>F1 Cercanía a la segunda ciudad más grande del país y puerto principal.</p> <p>F2 Cercanía al Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo.</p> <p>F3 Escenario principal (Centro de Información de la caña) para actividades de investigación y turismo (recreación).</p> <p>F4 Posee legado histórico (Ingenios Valdez y San Carlos).</p> <p>F5 Conservación de maquinarias antiguas y de tradiciones (proceso artesanal) por los ingenios azucareros.</p>	<p>O1 Correcta administración de la Ruta de la caña.</p> <p>O2 Captación de apoyo internacional.</p> <p>O3 Apoyo Gubernamental.</p> <p>O4 Afluencia de visitantes.</p> <p>O5 Asesoramiento profesional de técnicos en turismo.</p>
Debilidades (Casa dentro)	Amenazas (Casa fuera)
<p>D1 Falta de servicios básicos (baños, agua, luz).</p> <p>D2 Poco interés de entidades gubernamentales para su ejecución.</p> <p>D3 No existen plantaciones propias de caña en el terreno donde se va a construir el centro de información.</p> <p>D4 Poco capital para invertir.</p>	<p>A1 Inestabilidad económica a nivel mundial.</p> <p>A2 Inestabilidad política y económica del país.</p> <p>A3 Cambios climáticos afectan la producción agrícola de las rutas.</p> <p>A3 Cierre de las rutas a los visitantes por enfermedades de los cultivos.</p>

<p>D5 Cantones participantes del proyecto en actual planificación turística.</p> <p>D6 Largas distancias dentro de los recorridos de las rutas.</p> <p>D7 Producto estacionario (época de zafra junio – diciembre).</p>	<p>A4 No contar con servicios de apoyo.</p> <p>A5 Turistas que visitan la provincia escogen otras rutas para visitar: Rutas del Spondylus, Ruta del Cacao, Ruta del Tren (Mitad del Mundo).</p> <p>A6 Algunos pobladores podrían sentirse desplazados del negocio turístico debido a que realizan otra actividad económica.</p>
--	--

Fuente: Elaboración Propia

2.4 Análisis de la Demanda Turística

El análisis de la demanda turística o de mercado según (Bigné, 2000, p.310):

Tiene por objeto determinar a los turistas objetivos, así como sus características esenciales; para su correspondiente estudio puede dividirse en aspectos globales y aspectos de comportamiento. En el primer caso se determina el tamaño y segmentos de mercado, necesidades y deseos del turista. Los segundos hacen referencia a cuestiones relacionadas con el proceso de compra (por ejemplo si viajan de forma organizada o independiente), motivaciones y actitudes. Se trata en definitiva de proyectar la orientación del destino al mercado a través de identificar las necesidades de los turistas.

2.4.1 Características de la Demanda

Para conocer nuestra demanda debemos conocer primero cual va a ser nuestro mercado, esto se logra con un estudio de segmentación de mercado.

El primer grupo en el cual nos queremos enfocar es el **mercado europeo**, ya que actualmente son los más interesados en este tipo de actividad turística.

El segundo grupo es el **mercado estadounidense** aunque con la crisis económica de inicios de año 2009 hubo una disminución del 10% en todas las reservas hechas a Metropolitan y Klein Tours.

El tercer grupo es el **mercado asiático**, este es muy exigente y su nivel de vida es muy alto y demandan mucha preparación. Este grupo es considerado la nueva era del turismo ya que se están convirtiendo en los mayores consumidores.

El cuarto grupo es el **mercado interno**, a menudo hay destinos o lugares turísticos dentro del país que los mismos habitantes no conocen porque no se piensa en ellos y se planifica para los de afuera; por eso creemos conveniente promover el turismo interno mediante ofertas especiales dirigidas a los habitantes locales, con la intención de transmitir el conocimiento cultural y científico de este cultivo, para ello es necesario conocer la corriente turística interna actual, saber de sus gustos y preferencias.

En la ciudad de Guayaquil existe un mercado potencial muy amplio como son las universidades que ofertan carreras afines al agro y a las industrias; también nos parece interesante dirigirnos a los trabajadores de las empresas privadas y públicas, a las familias de clase trabajadora y las personas de la tercera edad o jubilados.

2.4.2 Investigación de Mercado

La investigación de mercado es necesaria para el desarrollo de destinos turísticos como sostiene (Bigné, 2000, p. 49):

Es utilizada por los organismos que gestionan los destinos turísticos para identificar los tipos de clientes que pueden atraerse (demanda potencial) así como los motivos por los que otros consumidores no desean visitarlo. Dirigirse al segmento de cada mercado y proveerles la combinación más adecuada de productos y servicios turísticos locales es el secreto de los destinos con éxito.

2.4.2.1 Diseño de Estudio

Metodología de Investigación.- Esta parte es de gran importancia para el desarrollo de la investigación ya que se describirá la manera de alcanzar los objetivos planteados para este proyecto, mostrando los pasos que se realizarán para la recolección de los datos; así como los instrumentos utilizados para la recolección de la información.

Objetivos de la investigación

Objetivo General.- El objetivo general de la investigación de mercado, es indagar si es factible la Propuesta de Creación de la Ruta de la Caña en los cantones de Milagro y Marcelino Maridueña en la provincia del Guayas, identificando y caracterizando el mercado.

Objetivos específicos

- Identificar la demanda real.
- Identificar los precios promedios de los servicios que se van a ofrecer dentro del recorrido.
- Identificar y evaluar la competencia.
- Identificar el perfil del consumidor.

Para cumplir con los objetivos planteados en la encuesta, se realiza una investigación de mercado con un enfoque exploratorio y descriptivo. El tipo de estudio que se utiliza en esta parte de la investigación es totalmente cuantitativo, ya que permiten obtener datos expresos en unidades definidas que se pueden nombrar y manejar estadísticamente.

2.4.2.2 Población o Unidad de análisis

Este estudio cuenta con tres unidades de análisis o universo de estudio que incluye a hombres y mujeres con mayoría de edad, 18 años según las leyes en nuestro país, la primera encuesta está dirigida a los habitantes locales que residen en los cantones Milagro y Marcelino Maridueña para conocer su punto de vista sobre esta nueva propuesta de desarrollo turístico; la segunda encuesta está dirigida a los residentes y visitantes nacionales en la ciudad de Guayaquil por ser el lugar donde se ofrecerá y comercializará el producto propuesto. Finalmente la tercera encuesta está dirigida a los visitantes

extranjeros que llegan a la provincia del Guayas para conocer la tendencia de los turistas al visitar un destino.

2.4.2.3 El Marco Muestral

Para la primera unidad de análisis, la Dirección de Turismo y el Municipio no poseen un registro de ingreso de visitantes por lo que se ha decidido tomar como muestra la población total de Milagro y Marcelino Maridueña, para la segunda unidad de análisis, se ha tomado como referencia al igual que la primera su población total según datos INEC 2001 y finalmente para la tercera unidad de análisis dirigida a los visitantes extranjeros en la provincia del Guayas se tomó como referencia el número total de arribos de extranjeros de los años 2007 y 2008 y se estableció un promedio, estos datos fueron obtenidos del Anuario de Entradas y Salidas Internacionales – INEC (2007) y de la Dirección Nacional de Migración (2008).

2.4.2.4 Diseño del Muestreo

Para realizar un buen diseño, se considera tomar el tamaño adecuado de la muestra, el mismo que generalmente, está determinado en gran medida por tres factores:

1. Prevalencia estimada de la variable considerada.
2. Nivel deseado de confianza.

3. Error máximo permitido.

El tamaño de la muestra para el diseño de encuesta está basado en una muestra aleatoria y se calcula mediante la siguiente fórmula.

Dónde:

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

n: Tamaño de la muestra requerido.

N: Tamaño de la población objeto de estudio.

z: Valor asociado a una confianza escogida por las tesisistas.

p: Prevalencia estimada de la variable.

E: Margen de error máximo permitido.

2.4.2.5 Diseño de Muestreo: Primera Población de Estudio (habitantes de Milagro y Marcelino Maridueña).

N: Número de habitantes que viven en los cantones Milagro y Marcelino Maridueña según datos del VI Censo de Población y V de Vivienda, INEC 2001 son 151157 personas.

z: 1.96, se escogió para el presente estudio un nivel de confianza del 95%.

p: Se obtiene una variabilidad negativa de 0,920. Para este caso se considera el número de encuestas que respondieron afirmativamente (23) en la encuesta piloto dividido para el número total de encuestas piloto realizadas (25).

E: 0,05 el más usado en este tipo de estudio.

Aplicando la fórmula antes detallada, se tiene que:

$$n = \frac{1,962 * 151157 * 0,920 * (1 - 0,920)}{0,052 * (151157 - 1) + 1,962 * 0,920 * (1 - 0,920)}$$

El tamaño de la muestra es de 113 personas a encuestar.

2.4.2.6 Diseño de Muestreo: Segunda Población de Estudio (habitantes nacionales que viven y/o que están de paso en la ciudad de Guayaquil).

N: Número de habitantes que viven en la ciudad de Guayaquil según datos del VI Censo de población y V de Vivienda, INEC 2001 son 2039789 personas.

z: 1.96, se escogió para el presente estudio un nivel de confianza del 95%.

p: Se obtiene una variabilidad negativa de 0,920. Para este caso se considera el número de encuestas que respondieron afirmativamente (23) dividido para el número total de encuestas piloto realizadas (25).

E: 0,05 el más usado en este tipo de estudio.

Aplicando la formula antes detallada, se tiene que:

$$n = \frac{1,962 * 2039789 * 0,920 * (1 - 0,920)}{0,052 * (2039789 - 1) + 1,962 * 0,920 * (1 - 0,920)}$$

El tamaño de la muestra es de 113 personas a encuestar.

2.4.2.7 Diseño de Muestreo: Tercera Población de Estudio (Visitantes extranjeros que llegan a la Provincia del Guayas).

N: Promedio del número de visitantes extranjeros que llegaron a la Provincia del Guayas en los dos últimos años 2007 y 2008, según la Gerencia Nacional de Planificación y Cooperación Externa del Ministerio de Turismo son 233001 personas.

z: 1.96, se escogió para el presente estudio un nivel de confianza del 95%.

p: Se obtiene una variabilidad negativa de 0,920. Para este caso se considera el número de encuestas que respondieron afirmativamente (23) dividido para el número total de encuestas piloto realizadas (25).

E: 0,05 el más usado en este tipo de estudio.

Aplicando la formula antes detallada, se tiene que:

$$n = \frac{1,962 * 233001 * 0,920 * (1 - 0,920)}{0,052 * (233001 - 1) + 1,962 * 0,920 * (1 - 0,920)}$$

Como resultado se obtuvo un tamaño de muestra de 113 visitantes extranjeros encuestados.

2.4.2.8 Instrumento y Técnica de medición

Como instrumento de medición se utilizan 3 cuestionarios para los 3 grupos de estudio, el primero cuestionario compuesto de 13 preguntas estuvo dirigida a los habitantes de la comunidad local en Milagro y Marcelino Maridueña, el segundo cuestionario consta de 18 preguntas y fue dirigida a los Visitantes Internos del país, la misma se realizó en la ciudad de Guayaquil en enero del

presente año, el tercer cuestionario consta de 20 preguntas y fue dirigido a los Visitantes Extranjeros que llegan al país por avión o bus, la misma se realizó en el Aeropuerto Internacional y en los lugares de interés turístico en la ciudad. Las preguntas son abiertas, cerradas y de opción múltiple, con el fin de recabar información de las variables socioeconómicas y de comportamiento tales como sexo, edad, nivel de instrucción, estado civil, lugar de residencia, motivo de visita, frecuencia de visita, actividades que les gustaría realizar en la ruta de la caña de azúcar. (Ver anexo A2, A3 y A4).

También se estimó conveniente entrevistar a los profesionales en turismo para esto se diseñó un cuestionario compuesto de cinco preguntas con el afán de conocer según su experiencia en el campo turístico su punto de vista sobre el estudio de esta propuesta. Esta entrevista fue dirigida a todos los Órganos Reguladores de Turismo en la ciudad de Guayaquil, Milagro y Marcelino. (Ver anexo A5).

Así mismo se cree conveniente conocer cómo se maneja el turismo estudiantil internamente, ¿A dónde viajan los chicos, por cuánto tiempo y en qué temporada? Para esto se diseñó un cuestionario de seis preguntas dirigido a las principales Operadoras de Turismo en la ciudad de Guayaquil y Milagro. (Ver anexo A6). Al mismo tiempo fue necesario diseñar una entrevista dirigida a los colegios particulares y fiscales experimentales en la ciudad de Guayaquil porque era conveniente comparar la información

proporcionada por las Agencias de Viaje con la de los Colegios. (Ver anexo A7).

2.4.2.9 Selección y adiestramiento de trabajadores de campo

Las personas que recolectan la información, deben ser debidamente capacitadas sobre qué mediciones hacer y cómo hacerlas, ya que la exactitud de la respuesta depende de la habilidad del encuestador. Una persona no capacitada interpretará a su criterio ocasionando sesgo de respuesta.

2.4.2.10 Organización de trabajo de campo

Para el presente estudio es indispensable tener un recurso humano capacitado, la delegación de funciones (encuestadores, entrevistadores) y actividades (tabulación, digitación e interpretación de los resultados) a desarrollar previo, durante y posterior a la recolección de la información ayudan a optimizar el tiempo, recursos humanos (para el presente estudio se contó con 3 personas que son los integrantes de la tesis) y resultados de la investigación. El cuestionario del proyecto fue diseñado y ejecutado por los realizadores de esta tesis en diferentes fechas, la primera parte estuvo dirigida a personas residentes en el país y a visitantes extranjeros, y se llevaron a cabo en el Malecón del Salado, Malecón Simón Bolívar, Cerro Santa Ana y Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo los días 22,

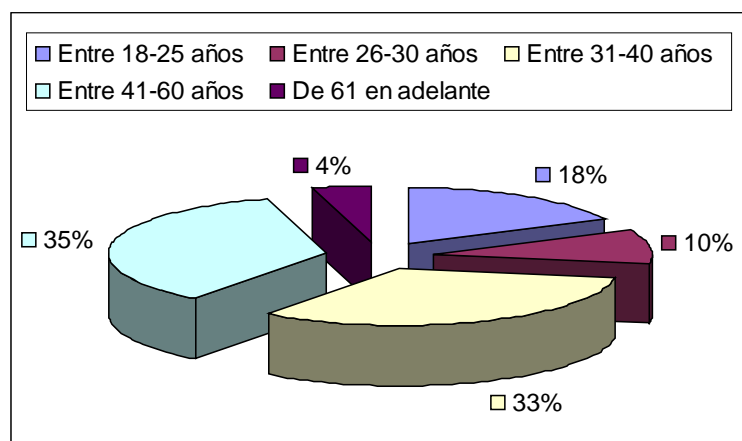
23, 24 y 25 de enero y los días 12, 13, 14 y 15 de febrero del 2011. La segunda parte fue dirigida a residentes en el cantón Milagro y Marcelino Maridueña los días 19, 20 y 21 de febrero del presente.

Las entrevistas a los Órganos Reguladores de Turismo, a las Agencias de Viaje y a los Colegios Experimentales se realizaron en Mayo del 2011.

2.5 Primera Población de Estudio (Comunidad Local de Milagro y Marcelino Maridueña).

1.- Comunidad Local – Edad

Gráfico N. 2.1
Rango de edades



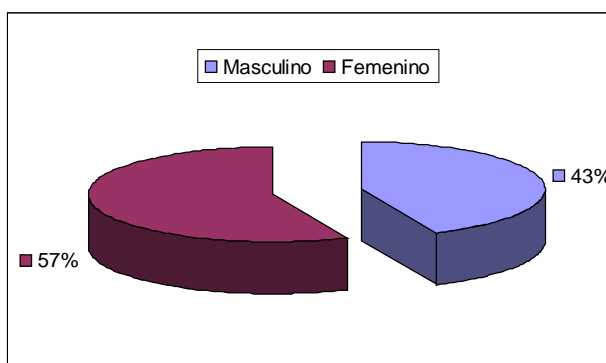
Fuente: Elaboración Propia

Como se indicó en el tamaño de la muestra se realizaron 113 encuestas. El 35% de los encuestados tiene una edad comprendida entre 41 y 60 años; el 33% oscilan entre 31 y 40 años; el 18% tienen entre 18 y 25 años; el 10%

entre 26 y 30 años y el 4% son mayores de 61 años. Antes de realizar las encuestas determinamos nuestro objeto de estudio (profesores de escuelas, colegios y universidad, propietarios de establecimientos turísticos, funcionarios del gobierno seccional (municipios, prefecturas, INFA, Cruz Roja), empleados del sector privado (los Ingenios azucareros Valdez en Milagro y San Carlos en Marcelino), propietarios del transporte público y privado.

2.- Comunidad Local – Sexo

Gráfico N. 2.2
Sexo



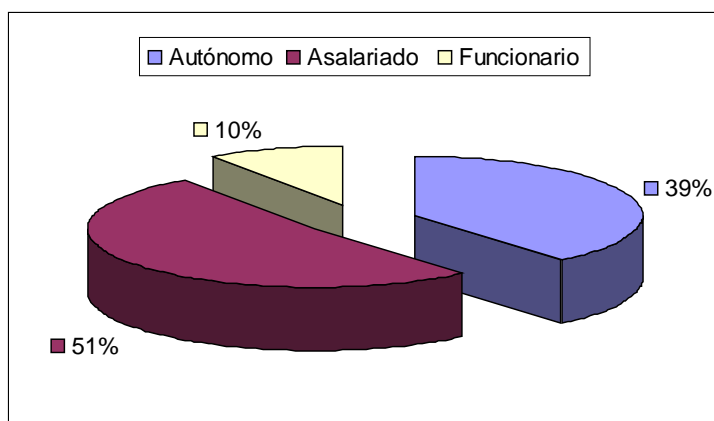
Fuente: Elaboración Propia

De los 113 encuestados 64 son de sexo femenino y representan el 57%; 49 son de sexo masculino y representan el 43%.

3.- Comunidad Local – Ocupación

Gráfico N. 2.3

Ocupación



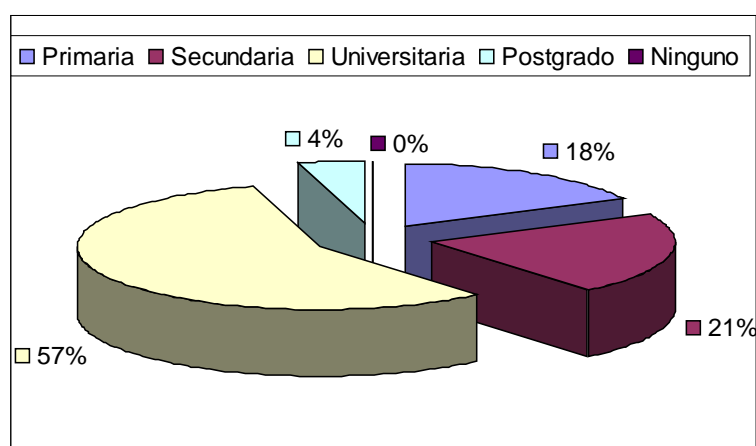
Fuente: Elaboración Propia

De los 113 encuestados el 51% son asalariados tienen relación de dependencia en el sector público y privado, es el caso del personal del Hospital y del Ingenio San Carlos y Valdez.

El 39% no tienen ninguna relación de dependencia porque tienen su propio negocio tales como los lugares de recreación, viveros, centros comerciales, restaurantes, hoteles, y transportistas. Y el 10% son funcionarios de municipios, prefectura, cruz roja e INFA.

4.- Comunidad Local – Nivel de estudios

Gráfico N. 2.4
Nivel de Estudios



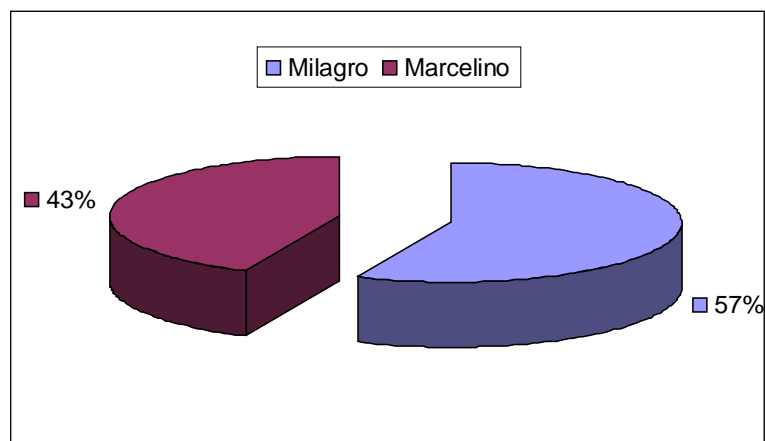
Fuente: Elaboración Propia

Se observa que el 57% de los encuestados tienen estudios de tercer nivel; el 4% estudios de postgrado y los dos suman más de la mitad; esto se debe a que se encuestaba a grupos objetivos tales como empleados del sector público y privado en los cantones Milagro y Marcelino Maridueña.

Era necesario además conocer la opinión de los ciudadanos que actualmente se desenvuelven en el medio comercial y turístico ellos por lo general tienen estudios de primaria un 18% y estudios secundarios un 21%; y no hay nadie que no haya estudiado.

5.- Comunidad Local – Lugar de residencia

Gráfico N. 2.5
Lugar de Residencia



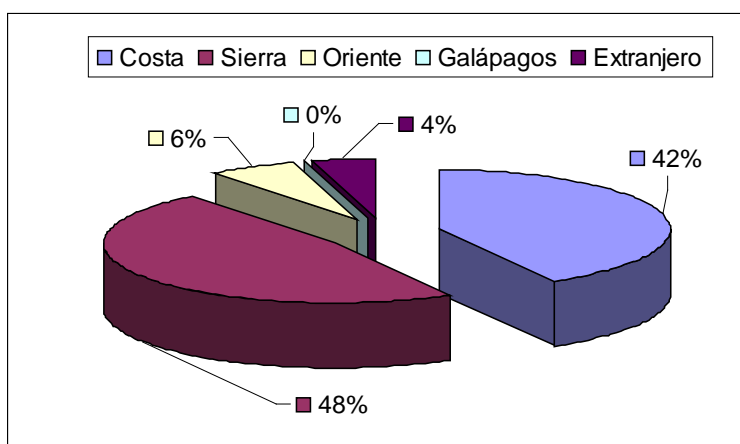
Fuente: Elaboración Propia

El 57% de los encuestados son habitantes de Milagro y el 43% son de Marcelino Maridueña. Esto se debe a que en Milagro hay un mayor número de habitantes porque su cantón es más grande en cambio en Marcelino en enero y febrero fecha en que realizamos las encuestas los trabajadores de los ingenios se han desplazado a su lugar de origen y los que viven allí se han ido de vacaciones a la Sierra, Costa u Oriente.

6.- Comunidad Local – ¿De dónde cree usted que viene la mayor parte de visitantes? Especifique

Gráfico N. 2.6

Lugar de procedencia de visitantes



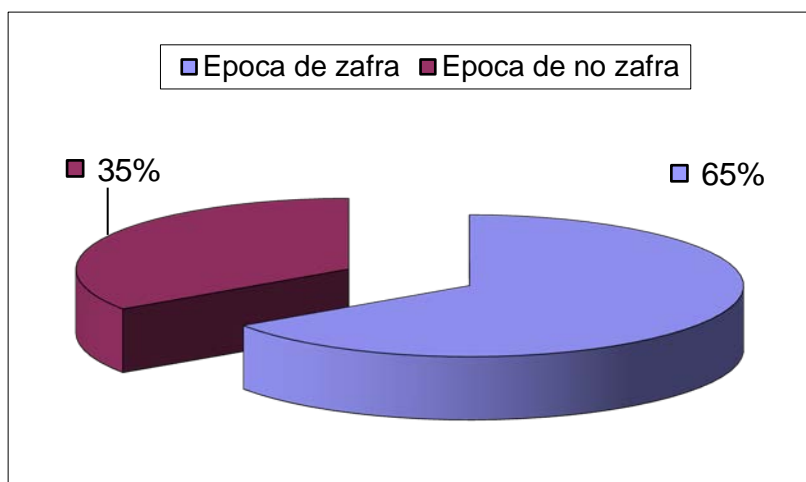
Fuente: Elaboración Propia

El 48% provienen de la sierra esto se debe a la mano de obra que necesita en época de zafra los ingenios azucareros en los cantones estudiados, mientras dure su permanencia ellos consumen en los cantones alimento, vivienda, vestido, servicios básicos, generando una importante actividad comercial en el lugar. El 42% provienen de la Costa, esto se refiere específicamente a los visitantes en feriados y fines de semana y ellos provienen de los cantones y parroquias vecinas como Naranjito, El Triunfo, La Troncal, El 26, San Jacinto de Yaguachi, Chobo, Mariscal Sucre, etc. El 6% viene del Oriente observamos que es un porcentaje muy pequeño y esto

se da por visita a familiares; y el 4% llega del extranjero esto sólo se da cada 4 o 5 años, son aquellos que nacieron en Milagro y Marcelino y que actualmente residen por cuestiones laborales en Estados Unidos, España e Italia, considerando que Marcelino tiene un alto índice de migración hacia el exterior con relación a la provincia del Guayas.

7.- Comunidad Local – ¿En qué temporada del año cree usted que vienen más visitantes?

Gráfico N. 2.7
Frecuencia de Visitas



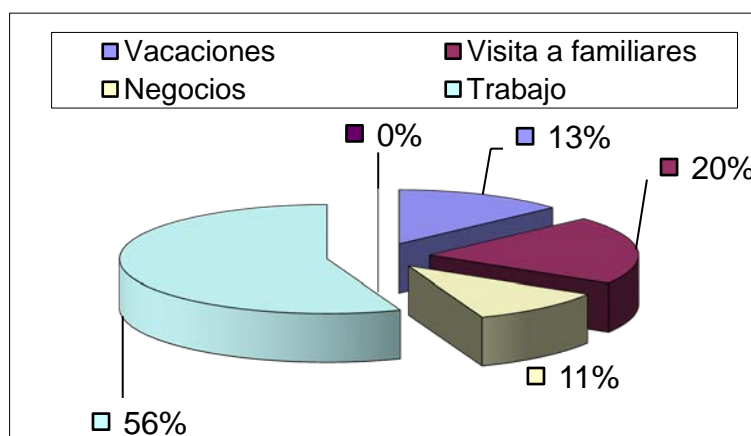
Fuente: Elaboración Propia

El 65% se desplaza a Milagro y a Marcelino en época de zafra que corresponde de junio a diciembre debido a que es la fecha en que los ingenios azucareros y bananeras requieren de mano de obra en los campos agrícolas y esto es más notorio en Marcelino por ser un cantón más

pequeño; el 39% se desplaza en época de no zafra aquí entran los visitantes que se desplazan con motivos de ocio y recreación lo hacen en temporada alta (de enero a mayo) por lo general es en Semana Santa, Navidad y Fin de Año.

8.- Comunidad Local – ¿Qué motiva el desplazamiento de los visitantes a su ciudad?

Gráfico N. 2.8
Motivo de Visita a Milagro y a Marcelino



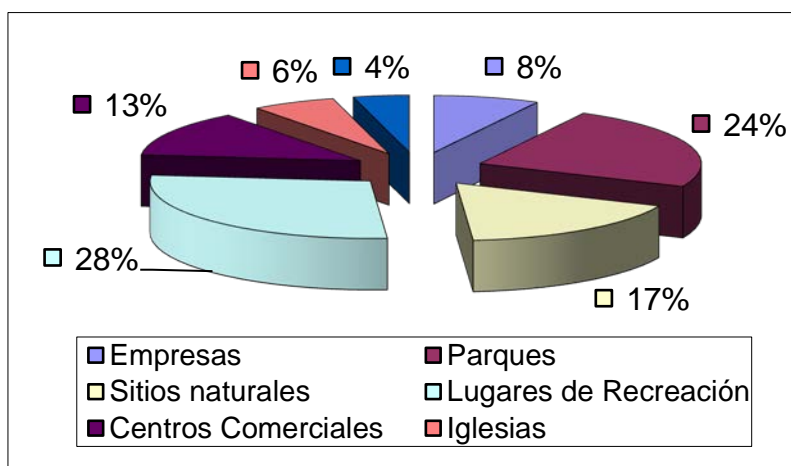
Fuente: Elaboración Propia

El 56% de los visitantes se desplazan por trabajo ya lo hemos mencionado antes; el 20% viaja a Milagro y a Marcelino para visitar a sus familiares los fines de semana; el 13% por vacaciones en los meses de enero a abril; el 11% viaja por negocios, lo que más destaca en Milagro es la compra de plantas ornamentales en los viveros, capacitación al personal administrativo

de los ingenios azucareros por consultores de marketing, comercio de electrodomésticos y alimentos de primera necesidad tanto en Milagro como en Marcelino. También conocimos en las encuestas que nadie llega a los dos cantones por razones de estudio, los niños y adolescentes estudian la escuela y colegio en los cantones mencionados y en ambos cantones la mayoría de los jóvenes continúan sus estudios universitarios en la ciudad de Guayaquil esto se debe a la gran oferta de carreras técnicas y tradicionales que allí pueden encontrar.

9.- Comunidad Local – ¿Cuál considera usted que son los sitios de mayor interés turístico de la ciudad?

Gráfico N. 2.9
Sitios de mayor interés turístico



Fuente: Elaboración Propia

El 28% opina que los lugares de recreación son de gran importancia a nivel turístico por cumplir con el espacio requerido y actividades de esparcimiento propias de la actividad turística como alimentación, juegos infantiles, equitación, piscinas, museo, entre otros.

En Milagro existe un lugar llamado Las Cataratas y Visaltur. En Marcelino existe el Balneario Marcelino Maridueña y el Rancho Turístico Familiar Olquita. El 24% se inclina por los parques, en el caso de Milagro hay 3 parques: El Parque Central Rafael Valdez Cervantes, Parque Norte y Parque a La Madre; en Marcelino hay 2 parques: Parque Central y el Parque Ecológico este último muy atractivo a la vista porque todos sus juegos infantiles son hechos de material reciclable. El 17% opina que los sitios naturales son el principal atractivo turístico de un lugar. Milagro es muy conocido en la ciudad de Guayaquil por sus viveros y cañaverales, también hay ríos aptos para bañarse en Mariscal Sucre. En Marcelino hay tres ríos Chimbo, Chanchán y Barranco Alto que no están habilitados para el turismo.

El 13% opina que los centros comerciales son un punto referencial en una ciudad por la variedad de servicios que ofrecen: en Milagro existe el Paseo Shopping y en Marcelino hay dos: la Plaza San Carlos y la Plaza Central; y apenas el 8% de los encuestados opina que las empresas que actualmente funcionan en los dos cantones son un atractivo turístico; en Milagro el Ingenio Valdez, Codana y pequeñas fincas bananeras y en Marcelino el Ingenio San

Carlos, Soderal, Papelera Nacional y bananeras. El 6% opina que las primeras iglesias de los dos cantones por la historia que contienen deberían ser consideradas en la planificación turística.

En Milagro la Iglesia San Ireneo y en Marcelino la Iglesia San Carlos Borromeo; y apenas el 4% opina que los lugares de recreación que existen actualmente en Milagro y en Marcelino no son lo suficiente atractivos comparados con los de las grandes ciudades y por eso piensan que sus cantones no inspira ningún motivo de visita.

10.- Comunidad Local - ¿De lo que ha visto hasta el momento que considera usted que le hace falta a la ciudad para ser atractiva turísticamente?

Los encuestados mencionaron que es necesario adecuar turísticamente los lugares existentes, en el caso de Milagro Los Viveros son un atractivo natural pero que al momento no cuenta con una infraestructura rural-urbana que complemente el recorrido de éstos, la construcción de cabañas rústicas acordes con el medio que preste el servicio de alimentación y descanso sería una propuesta a tomar en consideración.

También sugieren crear un Malecón en Milagro y reubicar los sitios de tolerancia; iniciar un Plan de Regeneración Urbana, la creación de museos públicos y la difusión de las festividades y actividades que realiza el

Municipio en representación del Gobierno Provincial del Guayas todo esto con el apoyo de las empresas privadas que existen en los cantones mencionados.

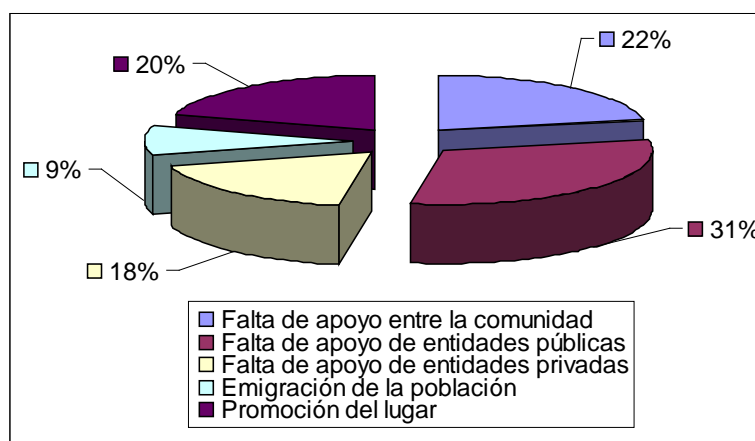
En cuanto a la infraestructura básica los pobladores solicitan con suma urgencia la construcción y mejoramiento de calles y avenidas en el interior, y carreteras en el exterior con su respectiva señalización vial y turística; además los pobladores en Marcelino piden urgente la potabilización del agua.

En Milagro los habitantes solicitan regenerar la zona histórica del cantón estos son los caseríos pertenecientes al Ingenio Azucarero Valdez, la primera capilla y la primera escuela; trabajar en la planificación turística del antiguo Ingenio Isabel María ubicado en la parroquia rural El Chobo donde actualmente todavía se puede observar parte de la construcción de la antigua fábrica: bodegas, tanque elevado y chimeneas terrenos que adquirió Valdez hace aproximadamente 5 años; hay que destacar además la importancia de rescatar mediante la planificación turística el único sitio Artesanal ubicado en el Recinto La Lejía en la parroquia rural Mariscal Sucre en el cantón Milagro, donde se procesa la caña de forma artesanal para elaborar panela, aguardiente y melcocha, planificación que debe contemplar talleres de capacitación para la confección de artesanías hechas del bagazo de caña que anteriormente se hacía.

En Marcelino creen necesario construir centros de interpretación turística donde se vea retratada la historia del cantón, sus cultivos, su gente; además solicitan la adecuación y mantenimiento de los sitios de esparcimiento existentes así como la creación de nuevos lugares de entretenimiento turístico. También creen necesario la construcción de un Malecón, Terminal Terrestre, Parques Infantiles, porque actualmente no disponen de estos.

11.- ¿Por qué cree usted que no se desarrolla turísticamente el cantón?

Gráfico N. 2.10
Causa del no desarrollo



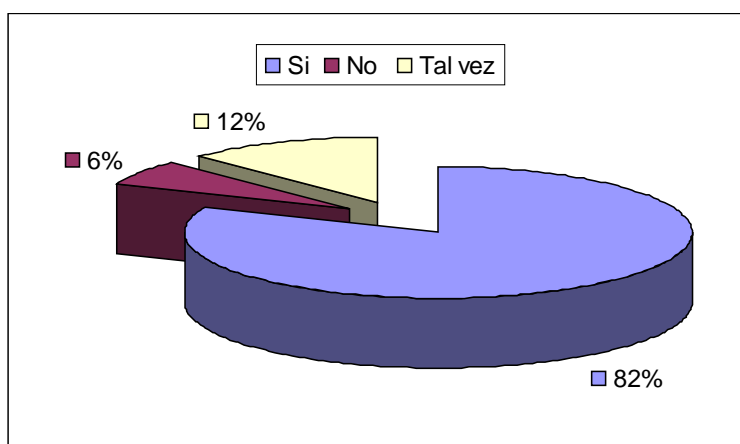
Fuente: Elaboración Propia

El 31% afirman que el cantón no se desarrolla por falta de apoyo de entidades públicas es decir Municipio y Prefectura, los encuestados solicitan al alcalde un mayor compromiso para la ciudad y sus pobladores; el 22% afirma que los cantones no se desarrollan por falta de apoyo entre los

mismos pobladores. El 20% piensa que a los cantones les hace falta una mejor promoción del lugar; el 18% piensa que se debe a la falta de apoyo de entidades privadas y el 9% opina que la migración ha detenido la calidad de vida de sus habitantes, no hay líderes, hay fuga de cerebros, todos emigran a las grandes ciudades en busca de mejores salarios y nunca vuelven a su ciudad natal.

12.- ¿Estaría dispuesto a ayudar al desarrollo turístico de la ciudad?

Gráfico N. 2.11
Interés de la ciudadanía en participar
en el desarrollo turístico del cantón



Fuente: Elaboración Propia

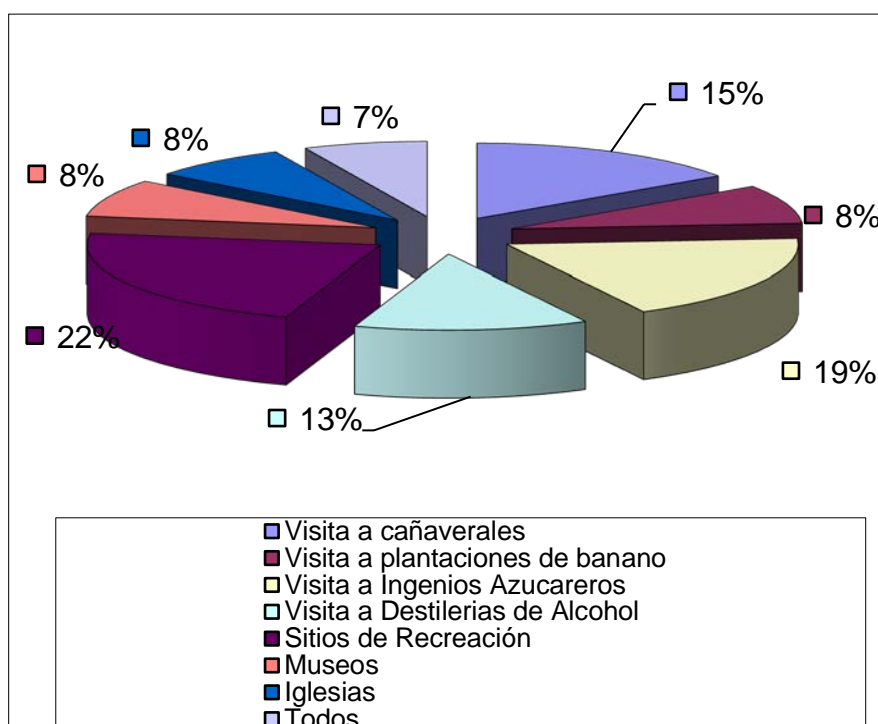
El 82% de los encuestados respondió afirmativamente lo cual es beneficioso para el proyecto y las razones que dieron fueron las siguientes: Cuidando lo que actualmente existe y lo que se planificará en el campo turístico, ofrecer a los visitantes un trato cordial y amable en los diferentes servicios que existen:

hospedaje, alimentación, transporte, museos, iglesias, bancos, hospitales, clínicas ambulantes y comercio en general. Aportar con ideas a las entidades privadas y públicas y organizarse a nivel de barrios, ciudadelas, parroquias; en cuanto al sector público solicitar al Municipio de Milagro y Marcelino que establezcan puntos de información turística dentro del cantón y que inicien un plan de ordenamiento turístico junto con el de marketing; en cuanto a los habitantes locales ser anfitriones en su lugar natal y orientar a los visitantes sobre los lugares que pueden visitar.

El 12% de los encuestados no están seguros de que la vida de los cantones pueda cambiar, de que la situación pueda mejorar, porque muchas veces toda queda en papel. El 6% en cambio parece no interesarle el destino de su ciudad.

13.- ¿Qué actividades turísticas cree usted que se podrían desarrollar en la ciudad?

Gráfico N. 2.12
Posibles actividades turísticas que pueden desarrollarse



Fuente: Elaboración Propia

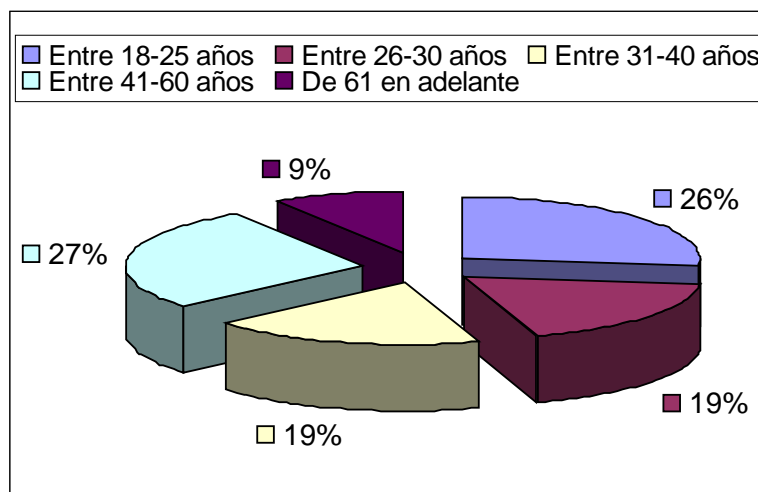
El 22% cree conveniente visitar los sitios de recreación que existe en el trayecto de la ruta por las instalaciones apropiadas para esta actividad; el 19% considera de vital importancia visitar las fábricas de azúcar de Valdez y San Carlos; el 15% cree que la visita a los cañaverales para conocer a profundidad sobre el cultivo; el 13% demuestra interés en conocer el proceso de fabricación de alcohol y la generación de energía eléctrica a través del

bagazo de caña; mientras que el 8% se animarían a visitar las plantaciones de banano; el 12% opina que se deben visitar los Ingenios Azucareros; el 11% quisiera visitar las fábricas de alcohol: Soderal en Marcelino y Codana en Milagro; al 8% les gustaría visitar haciendas privadas, sitios naturales y complejos recreacionales; al 7% le parece interesante visitar museos e Iglesias y el 6% respondió que todas las actividades eran posibles realizar mediante la planificación turística del lugar.

2.6 Segunda Población de Estudio (residentes y visitantes nacionales en la ciudad de Guayaquil).

1.- Visitantes Nacionales – Edad

Gráfico N. 2.13
Rango de edades

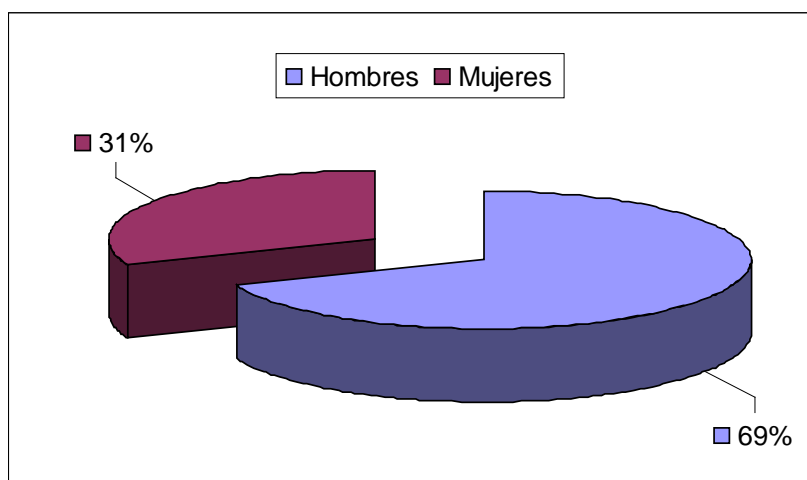


Fuente: Elaboración Propia

El 27% de los encuestados tienen una edad entre 41 y 60 años; el 26% oscilan entre los 18 y 25 años de edad; el 19% tienen una edad entre los 26 y 30 años; el otro 19% oscilan entre los 31 y 40 años; y finalmente el 9% representa a personas mayores de 61 años.

2.- Visitantes Nacionales – Sexo

Gráfico N. 2.14
Sexo

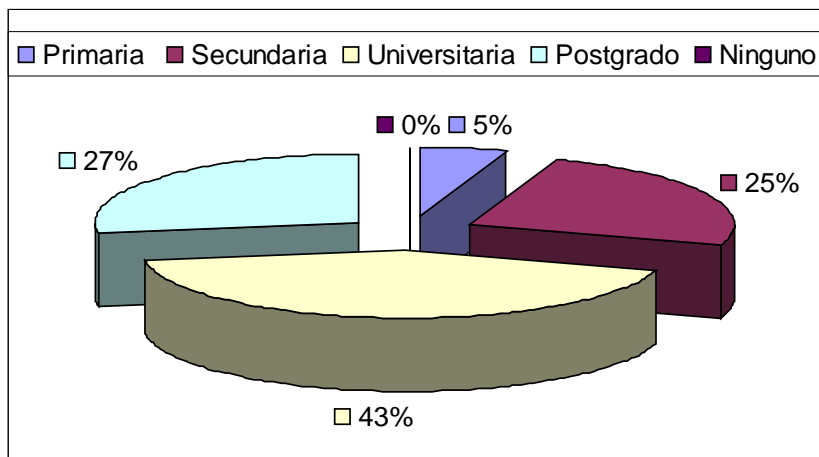


Fuente: Elaboración Propia

El 69% de los encuestados son hombres y el 31% son mujeres.

3.- Visitantes Nacionales - ¿Cuál es su nivel de Instrucción?

Gráfico N. 2.15
Nivel de estudios

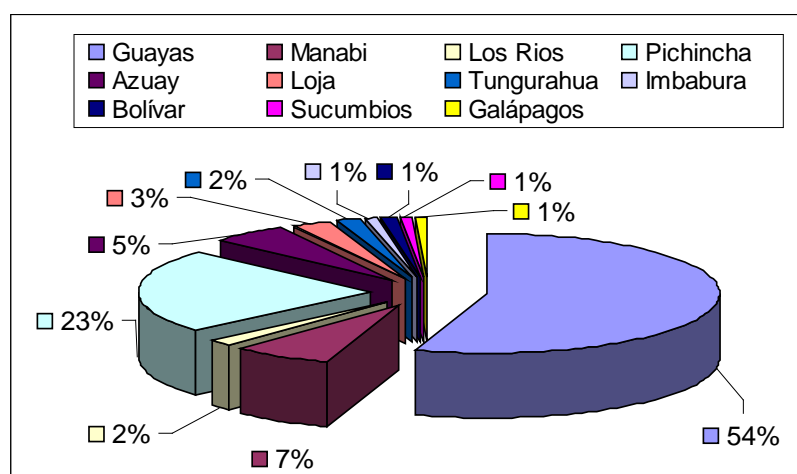


Fuente: Elaboración Propia

El 43% tienen estudios superiores, de este porcentaje solo unos pocos actualmente son estudiantes universitarios y otros son ya profesionales; el 27% tienen estudios de cuarto nivel (diplomados, maestrías, doctorados); el 25% son estudiantes de colegio o han estudiado solo hasta este nivel; el 5% han recibido solo educación básica (escuela) y no hay ninguno que no haya estudiado nada.

4.- Visitantes Nacionales - ¿Cuál es su lugar de residencia? Si es fuera de la ciudad de Guayaquil, especifique la ciudad.

Gráfico N. 2.16
Lugar de Procedencia



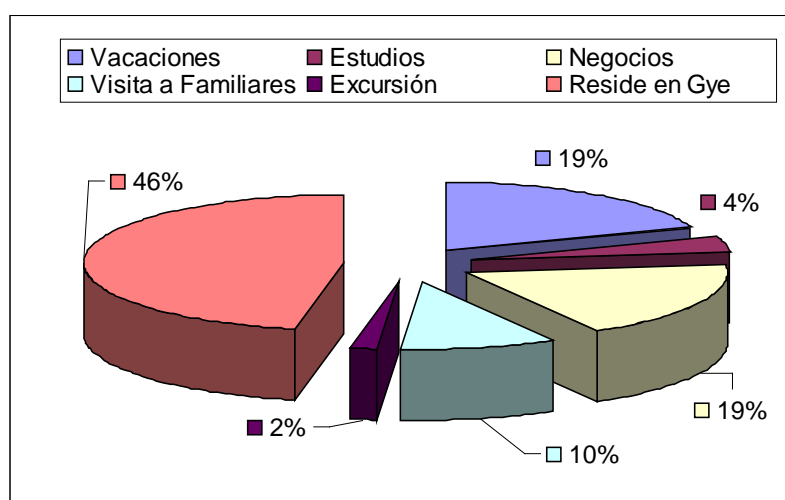
Fuente: Elaboración Propia

De los 113 encuestados, el 54% son de la provincia del Guayas de los cuales el 46% viven en la ciudad de Guayaquil en los sectores norte, centro y sur; y el 8% restante provienen de los cantones de Milagro, Quevedo, Samborondón y Durán ellos vienen a recrearse el fin de semana tomando en cuenta que las encuestas se realizaron en época de vacación escolar para la costa. El 23% provienen de la ciudad de Quito en Pichincha y son personas mayores de edad; el 7% vienen de Bahía de Caráquez, Manta, Jipijapa y Portoviejo en Manabí; el 5% vienen de la ciudad de Cuenca en Azuay; el 3% de Loja; el 2% de Babahoyo en Los Ríos; y el otro 2% de Ambato en

Tungurahua, y la última cifra el 4% lo comparten con el 1% las ciudades de Imbabura, Latacunga en Bolívar, Lago Agrio en Sucumbíos y Galápagos.

5.- Visitantes Nacionales - ¿Cuál es su principal motivo de visita a la ciudad de Guayaquil?

Gráfico N. 2.17
Motivo de Visita



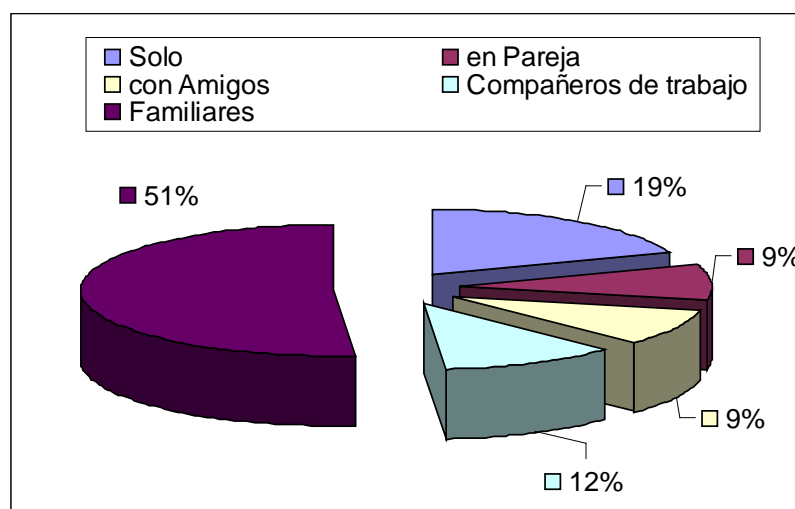
Fuente: Elaboración Propia

Este gráfico confirma la respuesta a la pregunta anterior nos dimos cuenta que la mayoría de los encuestados son de la ciudad de Guayaquil, el 46% vive aquí, el 19% se encuentra en la ciudad aprovechando las vacaciones, el otro 19% está aquí por asuntos laborales, el 10% aprovecha las vacaciones y visitan a sus familiares, el 4% se trasladan a esta ciudad por estudios y el 2% restante son excursionistas, es decir pasarán un día conociendo lo que más puedan hasta que salga su vuelo con destino a Quito.

6.- Visitantes Nacionales - ¿Cuándo viaja por vacaciones, quién (es) lo acompañan?

Gráfico N. 2.18

Forma de Viaje

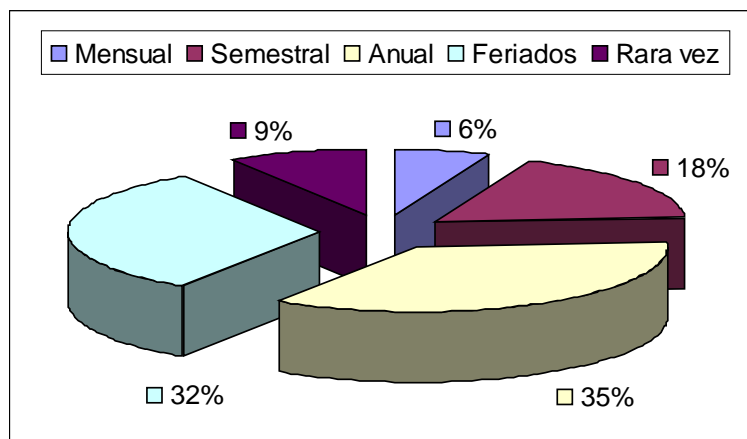


Fuente: Elaboración Propia

El 51% prefiere viajar con la familia, el 19% prefieren viajar solos son generalmente los solteros, el 12% viajan con sus compañeros de trabajo en algunas empresas públicas y privadas el personal de recursos humanos organiza un viaje de fin de año para todos sus empleados fuera de la ciudad con el fin de estrechar lazos de amistad; el 9% prefiere viajar con su pareja generalmente no tienen hijos y el otro 9% viaja con amigos de barrio o universidad.

7.- Visitantes Nacionales - ¿Con qué frecuencia usted viaja por paseo?

Gráfico N. 2.19
Frecuencia de Viaje



Fuente: Elaboración Propia

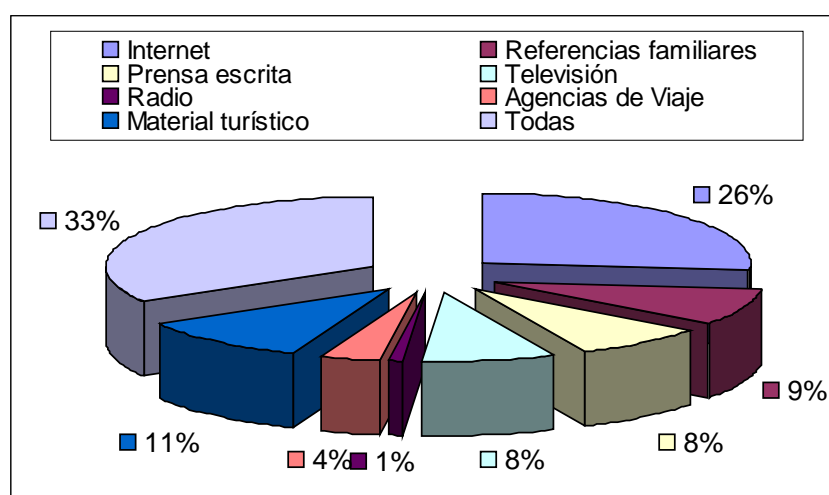
El 35% de los encuestados viajan una vez al año; el 32% viaja en feriados de carnaval, semana santa, navidad o fin de año; el 18% viaja dos veces al año; el 9% viajan rara vez cada 3, 4 o 5 años son personas que prefieren quedarse en sus casas, tienen otra forma de entretenimiento (presentaciones artísticas en su ciudad de origen) y por lo general son los mayores de 61 años; el 6% viaja una vez al mes, son aquellos propietarios de casas de campo en la playa pero que viven en la ciudad y por la facilidad que tienen para hospedarse viajan a menudo con familiares o amigos los fines de semana o fines de mes, también nos encontramos con jóvenes estudiantes universitarios que vienen de otros cantones o provincias vecinas y que tienen

una residencia temporal en la ciudad mientras duren sus estudios de 3, 4 o 5 años, al desplazarse fuera de la ciudad van a consumir transporte, alimentación y van a divertirse en el lugar de recreación de su preferencia.

8.- Visitantes Nacionales - ¿A qué fuentes de información acude usted para indagar sobre un destino turístico?

Gráfico N. 2.20

Fuentes de información más usada



Fuente: Elaboración Propia

De los 113 encuestados el 33% opina que todos los medios de información son herramientas con propias características que el marketing utiliza de acuerdo a grupos objetivos de mercado. El 26% opina que la Internet es la

fuentes de información más rápida, accesible y actual ya que aquí se puede encontrar al instante información de los destinos turísticos a nivel mundial.

El 11% prefiere los folletos turísticos, libros, posters, postales, mapas de bolsillo, almanaques, CDS, que edita anualmente el Ministerio de Turismo y que son distribuidos a través de las subsecretarías, también la folletería turística que editan anualmente los municipios son muy consultados; otros consultan revistas especializadas en turismo como: La guía de oro Ecuador o Ecuador infinito.

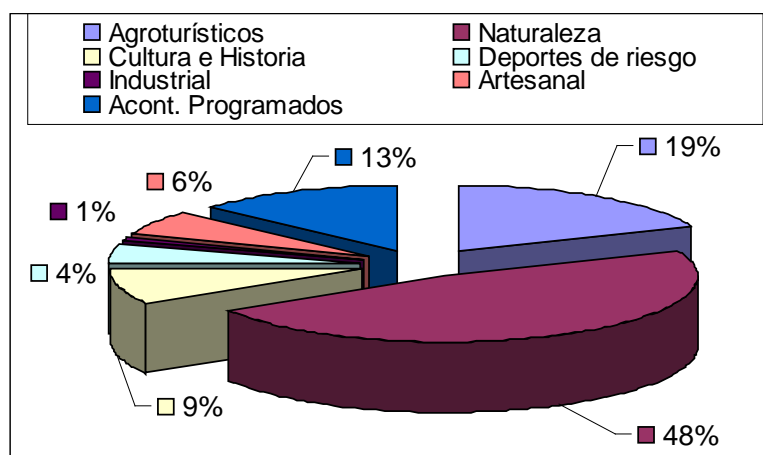
El 9% se informa sobre un destino por referencias familiares, de amigos, compañeros de trabajo, familiares en el exterior, etc.; el 8% opina que la prensa escrita es una muy buena fuente de información porque llega a muchos es el caso de los diarios más leídos: El Universo en Guayaquil y el Comercio en Quito; el otro 8% piensa que la televisión es una fuente segura y confiable porque al momento de presentar el documental o reportaje previamente han tenido que investigar sobre ese destino turístico.

El 4% se sienten más seguros con las Agencias de Viaje; y finalmente el 1% utiliza la radio.

9.- Visitantes Nacionales - ¿Cuándo usted viaja qué destinos prefiere?

Gráfico N. 2.21

Preferencia de destinos



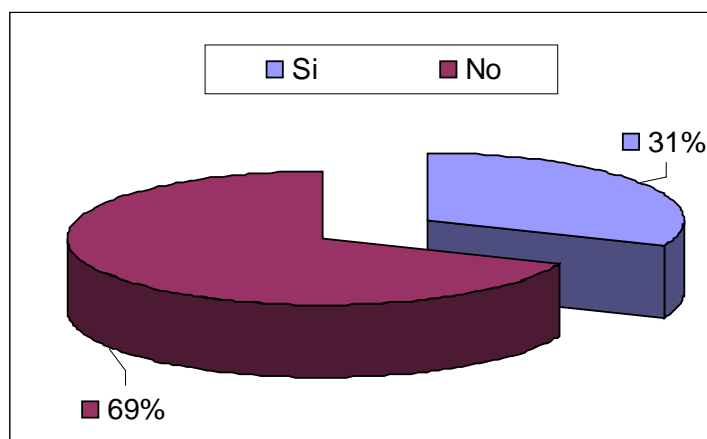
Fuente: Elaboración Propia

El 48% de los encuestados tiene preferencia por la naturaleza. El 19% gusta conocer y visitar labores relacionadas al campo, porque entran en contacto con la naturaleza y participan de ella: de los cultivos, de la extracción, del proceso, del acabado o producto final es el caso de las haciendas ganaderas; el 13% a menudo asisten a eventos culturales como la presentación de orquestas, galerías itinerantes, entre otros; el 9% prefiere visitar sitios arqueológicos, otros gustan de la arquitectura en museos, iglesias, cementerios, es el caso del centro histórico de Quito y Cuenca y otros disfrutan de la experiencia de convivir con las comunidades rurales que actualmente se dedican al turismo comunitario; el 6% se inclina por aquellos lugares donde se elaboran artesanías, en la Costa: las comunidades de

Sinchal y Barcelona; en la Sierra: Pelileo, Quinsapincha, Chordeleg; en el Oriente: Los Secoya, Huaorani, Záparos, Quichuas elaboran artesanías de las semillas, plumas de animales y tronco de árboles; el 4% disfruta practicar deportes de riesgo como rafting, tubing (boyas), canoeing, dumping, canopy tours, etc. Finalmente el 1% por cuestiones de negocio les interesa ver los procesos industriales, es el caso de una joven empresaria que ha visitado destilerías de vino en Argentina y Chile, Bodegas de Pisco en Perú y fábrica de Habanos en Cuba.

10.- Visitantes Nacionales - ¿Ha visitado plantaciones de caña de azúcar, dónde?

Gráfico N. 2.22
Ha visitado plantaciones de caña



Fuente: Elaboración Propia

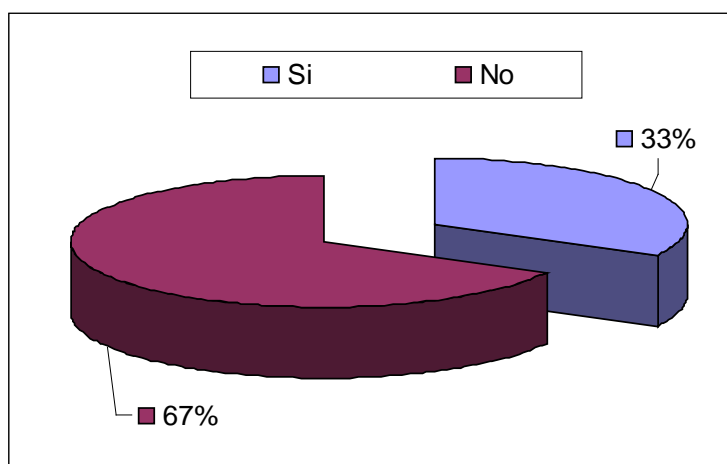
El 69% de los encuestados han pasado cerca de plantaciones de caña de azúcar pero nunca las han visitado; el 31% ha visitado cañaverales la mayoría en el Ingenio Valdez; en menor proporción han visitado plantaciones

de caña en el Ingenio San Carlos, el Ingenio Ecudos en La Troncal, en Baños de Ambato, Bucay, Vinces, Babahoyo, en el Ingenio Monterrey ubicado en la vía La Toma/Catamayo-Loja, en Imbabura, Mindo (Quito), Cuenca, Santo Domingo, Puyo y en Santander del Sur en Colombia.

11.- Visitantes Nacionales - ¿Conoce usted como se cultiva la caña de azúcar?

Gráfico N. 2.23

Conoce sobre el cultivo de caña



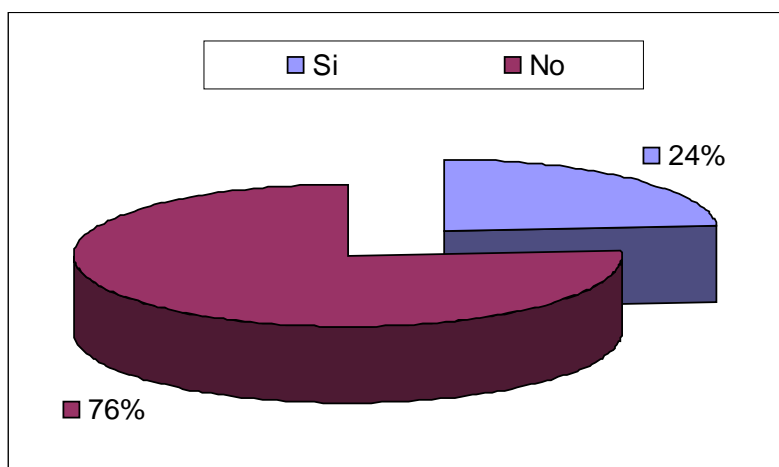
Fuente: Elaboración Propia

El 67% de los encuestados no sabe cómo se cultiva la caña de azúcar, el 33% sí conoce sobre el cultivo porque han visitado plantaciones de caña o porque han visto reportajes sobre el mismo.

12.- Visitantes Nacionales - ¿Ha visitado algún Ingenio Azucarero en el país?

Gráfico N. 2.24

Conoce el proceso industrial de la caña

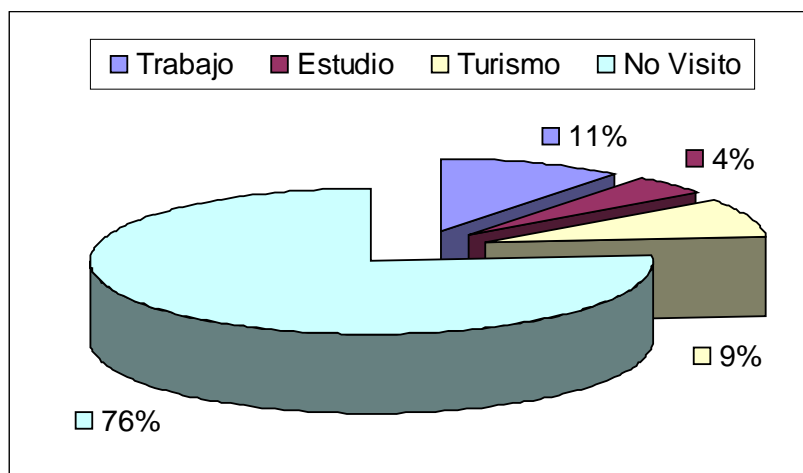


Fuente: Elaboración Propia

El 76% de los encuestados no ha visitado ningún Ingenio Azucarero y apenas el 24% ha visitado el Ingenio azucarero Valdez en Milagro, Ingenio San Carlos en Marcelino, Ingenio Ecudos en La Troncal, Ingenio Monterrey en Loja, y el Ingenio lancem en Imbabura.

13.- Visitantes Nacionales - ¿Cuál fue el motivo de su visita al Ingenio?

Gráfico N. 2.25
Motivo de visita al Ingenio



Fuente: Elaboración Propia

El 76% de los 113 encuestados no ha visitado ningún ingenio azucarero; el 11% visitó el ingenio por trabajo generalmente son los propietarios de fábrica de licores; el 9% ha visitado el ingenio por turismo; el 4% ha visitado los ingenios por estudio generalmente son estudiantes de carreras de Ingeniería Industrial, Mecánica, Agropecuaria, Alimentos, Comunicación Social y Gastronomía.

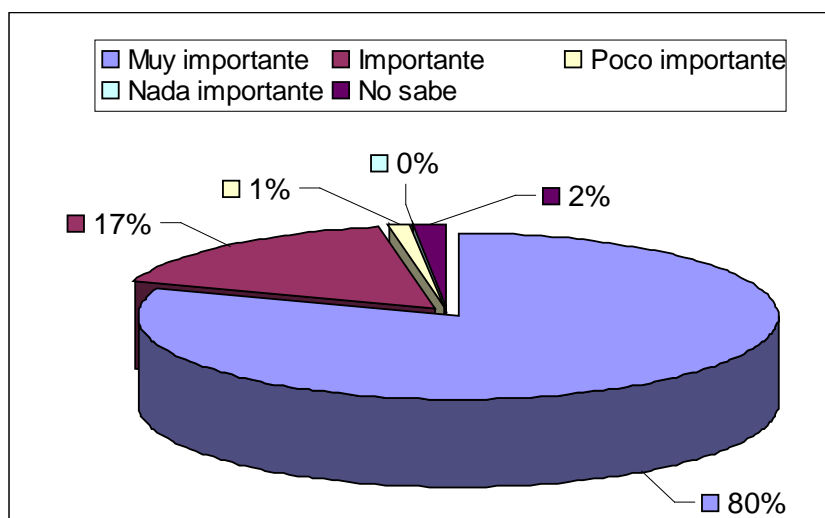
14.- ¿Qué conoció en el Ingenio? ¿Degusto algún producto del proceso? En el Ingenio conocieron toda la instalación de maquinarias necesaria para el proceso del azúcar, los trapiches, calderas, destilación, la

elaboración de tablas Rey prensado muy usado en el tumbado de las viviendas en Loja. Otros en cambio disfrutaron más de las plantaciones en el área de campo. Algunos encuestados comentaron que les pareció muy fuerte el olor que deja la cachaza, otros piensan que debe haber un mejor control en el proceso de molienda por los residuos de ceniza emitidos al ambiente; otros dicen no haber recibido en su visita la información suficiente sobre el proceso del bagazo, algunos creen que las condiciones laborales de los empleados no son las más adecuadas; y algunos se muestran temerosos por los posibles accidentes que pueden ocurrir en la fábrica si no se toman las precauciones necesarias .

15.- Visitantes Nacionales - ¿Los cultivos de caña de azúcar en el país son?

Gráfico N. 2.26

Importancia del cultivo de caña en el país



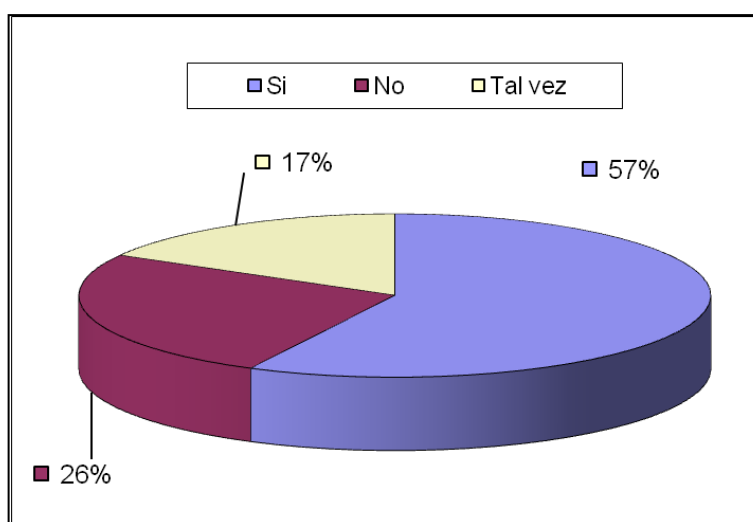
Fuente: Elaboración Propia

El 80% califica los cultivos de caña en el país como muy importantes, por la generación de empleo, el mercado local se abastece de azúcar (alimento de primera necesidad) y de todos sus derivados; el 17% opina que los cultivos de caña son importantes por toda la historia que representa la industria azucarera en el país; el 2% no sabe; el 1% piensa que es poco importante y ninguno piensa que no es importante.

16.- Visitantes Nacionales - Si se planifica la creación de la “Ruta turística de la caña de azúcar en la provincia del Guayas”, ¿Usted se animaría a visitarla?

Gráfico N. 2.27

Se animaría a visitar la ruta de la caña en el Guayas

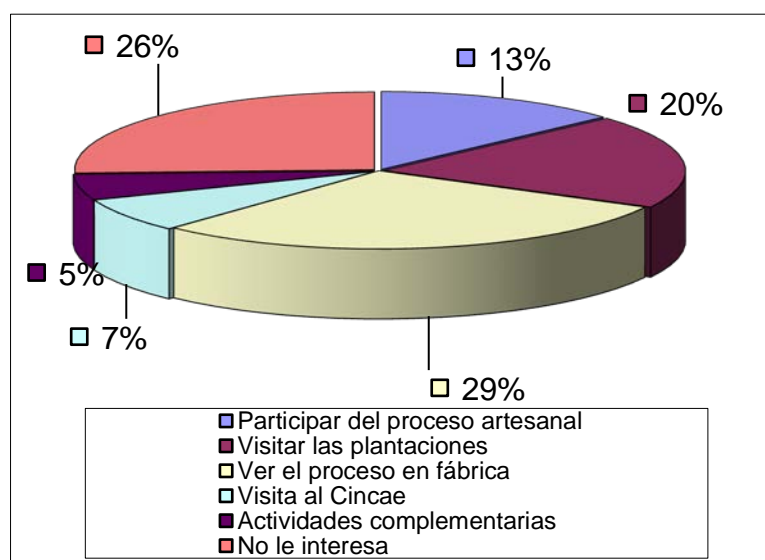


Fuente: Elaboración Propia

El 57% de los encuestados se muestra interesado en participar de esta propuesta turística, el 17% dice que tal vez, es decir no están muy seguros y el 26% respondió que este tipo de turismo no les llama la atención.

17.- Visitantes Nacionales - ¿Qué le gustaría que ofrezca la ruta de la caña de azúcar?

Gráfico N. 2.28
Actividades a desarrollar en la ruta



Fuente: Elaboración Propia

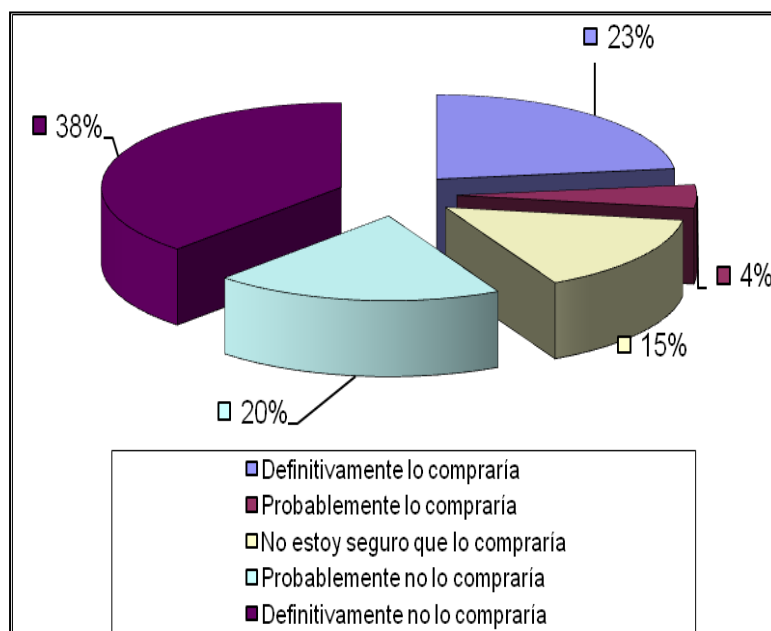
El 29% de los encuestados les gustaría conocer el proceso industrial del azúcar y sus derivados; el 26% no le interesa este tipo de visita; el 20% se mostró interesado en visitar las plantaciones (cañaverales), ellos quisieran conocer las formas tradicionales y actuales de cultivo, por ejemplo las formas de abono, captación de agua, especies nuevas y tradicionales, entre otros.

El 13% está interesado en participar del proceso artesanal de la caña esto significa participar en la elaboración de panela, aguardiente, melcocha que actualmente se hace en el recinto La Lejía de la parroquia rural Mariscal Sucre en el cantón Milagro. Además sugieren promover el aprovechamiento del bagazo de la caña para la elaboración de artesanías ya que actualmente no se da en Ecuador. El 7% se muestra interesado en visitar el Centro de Investigación de la Caña de Azúcar del Ecuador, como es un porcentaje menor esta visita la harían grupos selectivos, por ejemplo Ingenieros Industriales, Mecánicos, Agropecuarios, Tecnólogos en Alimentos y Bebidas y Diseñadores Industriales; finalmente al 5% opina que la planificación de actividades complementarias dentro de la ruta es necesaria para lograr la satisfacción del visitante más que todo si se viaja con la familia.

En cuanto al equipamiento turístico en la categoría alimentación, creen conveniente que la ruta tenga un comedor típico; en cuanto a la categoría esparcimiento, creen necesario que la ruta tenga un lugar que ofrezca espectáculos públicos como riñas de gallo, rodeos y pesca; también sugieren planificar áreas libres que fomenten la práctica de los juegos tradicionales.

18- Visitantes Nacionales - ¿Por un paquete turístico que consiste en la visita a una ruta de la caña de azúcar en la Provincia del Guayas que incluye guianza, transporte y alimentación, estaría dispuesto a pagar \$30?

Gráfico N. 2.29
¿Compraría el paquete de la caña?



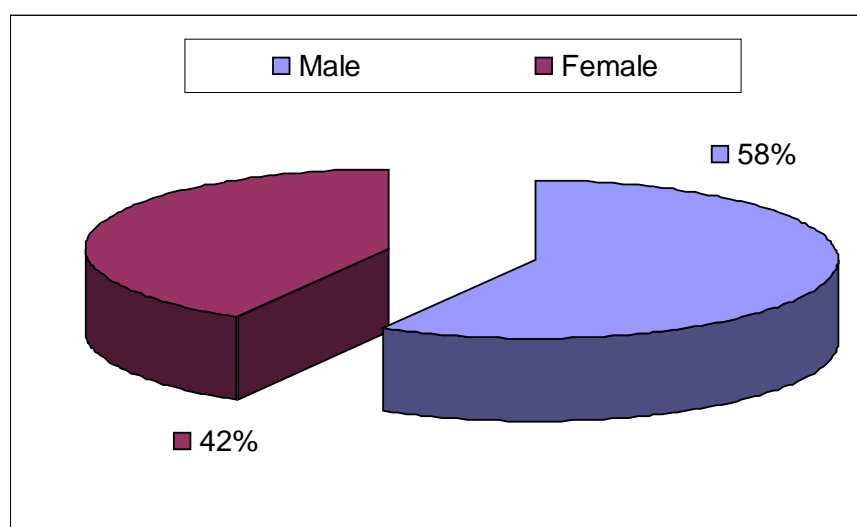
Fuente: Elaboración Propia

El 38% considera el precio del paquete muy caro por lo tanto no están interesados; el 23% están seguros de comprarlo; el 20% no compraría el paquete; el 15% está indeciso en comprarlo; y el 4% piensan en la oferta pero aún no se deciden.

2.7 Tercera Población de Estudio (Visitantes extranjeros en la ciudad de Guayaquil).

1.- Visitantes Extranjeros – Sexo

Gráfico N. 2.30
Foreign Visitors - Sex

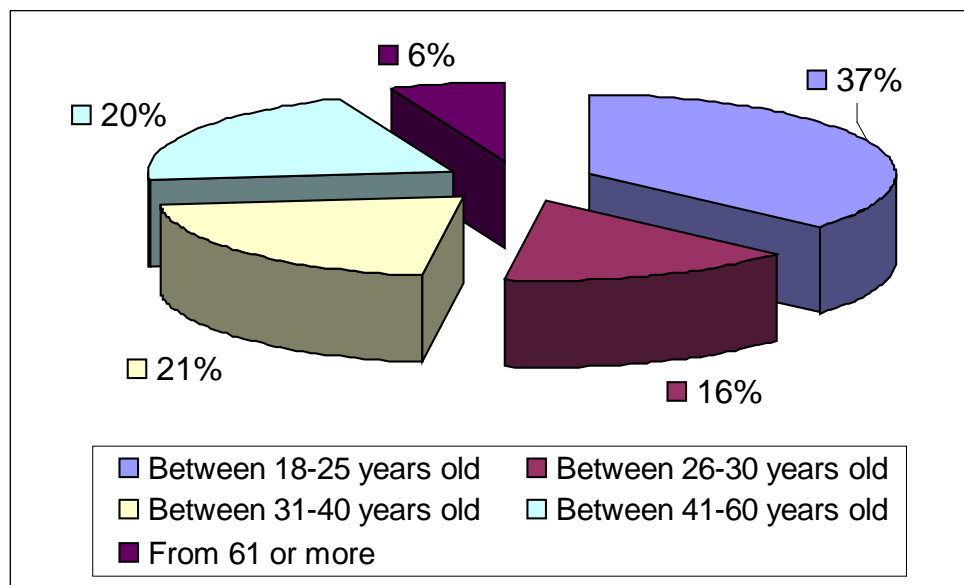


Fuente: Elaboración Propia

De los 113 encuestados el 58% (66) son hombres y el 42% (47) son mujeres.

2.- Visitantes Extranjeros – Edad

Gráfico N. 2.31
Foreign Visitors – Age

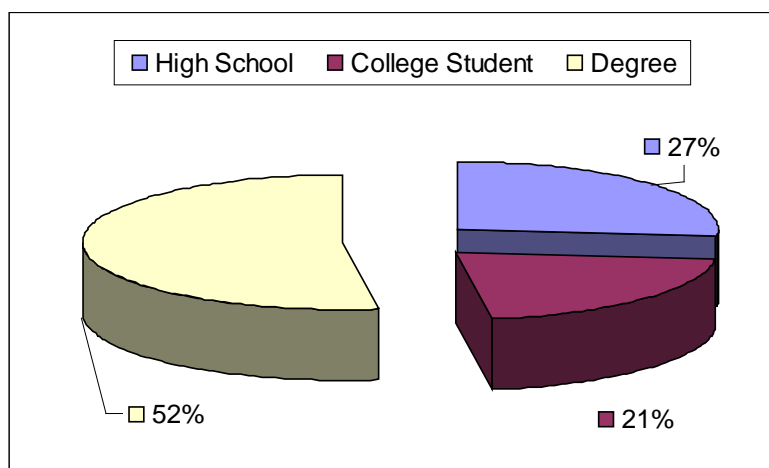


Fuente: Elaboración Propia

El 37% de los encuestados son jóvenes cuyas edades oscilan entre 18 y 25 años, el 21% oscilan entre 31 y 40 años, el 20% entre 41 y 60 años, el 16% entre 26 y 30 años y el 6% tienen más de 60 años.

3. - Visitantes Extranjeros - ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Gráfico N. 2.32
Foreign Visitors – Level of education

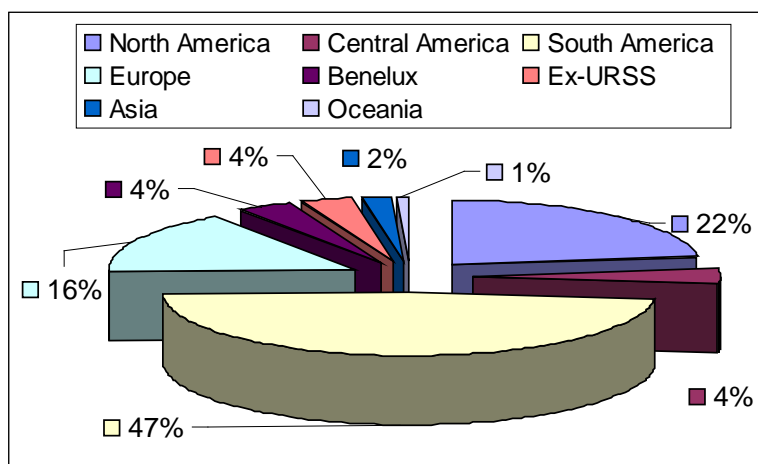


Fuente: Elaboración Propia

El 52% tienen títulos de cuarto nivel; de este 27% no todos son estudiantes de secundaria, el 23% están en el colegio y el 4% tienen estudios hasta el bachiller; finalmente el 21% actualmente son estudiantes universitarios.

4. - Visitantes Extranjeros - ¿Lugar de procedencia?

Gráfico N. 2.33
Foreign Visitors- Where are you from?



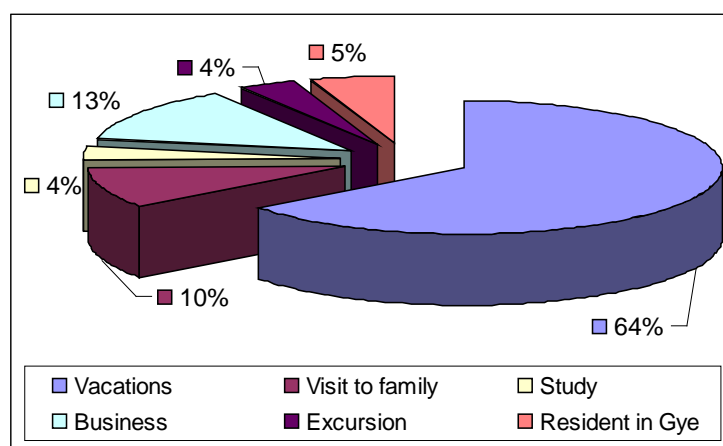
Fuente: Elaboración Propia

Según nuestro estudio actualmente en el país hay un gran flujo de visitantes que provienen de Sudamérica, el gráfico nos indica que el 47% vienen de países como Colombia, Argentina, Perú, Chile, y en menor proporción está Brasil y Venezuela; seguido del 22% que llegan de Estados Unidos y Canadá; el 16% vienen de Europa de varios países, en orden al flujo de visitantes se ubican de mayor a menor: Alemania, España, Suiza, Inglaterra, Dinamarca, Finlandia, Noruega, Irlanda del Norte, e Italia; un 4% llega de la Ex - URSS (Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas) tenemos a: Estonia, Bielorrusia y Ucrania; el otro 4% viene de América Central de países como Cuba y Nicaragua; y el otro 4% viene del Benelux (Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo); 2% de China en Asia y un 1% de Australia en Oceanía.

5. – Visitantes Extranjeros - ¿Cuál es su principal motivo de visita a la ciudad?

Gráfico N. 2.34

Foreign Visitors - Main reason that you visit Guayaquil city



Fuente: Elaboración Propia

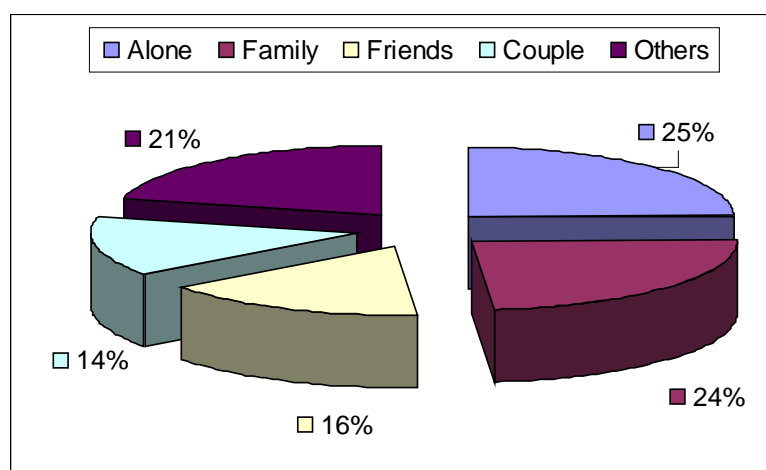
El 64% de los encuestados se encuentra en la ciudad por vacaciones con una permanencia de al menos 2 días 1 noche, su destino principal es otra ciudad, Quito por ser la capital es visita obligada para todo turista, luego sigue la amazonia, la sierra norte, centro y sur tiene una alta demanda por todos los ecosistemas que se pueden apreciar los citamos a continuación: parques nacionales, reservas ecológicas, geobotánica, de producción faunística, refugio de vida silvestre, área nacional de recreación, reserva de vida silvestre y parque binacional, y un grupo muy selecto en este viaje tiene como destino Galápagos; el 13% por asuntos de negocios; el 10% visita a sus familiares; el 5% reside en la ciudad hace aproximadamente 6 meses,

vivirán en Guayaquil mientras dure su trabajo como voluntarios en las diferentes instituciones públicas de la ciudad es el caso de los cubanos, venezolanos y puertorriqueños, otros se quedaran mientras dure su negocio como en el caso de los colombianos; el 4% se encuentran en la ciudad por estudios de intercambio fue el caso de cuatro belgas estudiantes de medicina que se encuentran en la ciudad hace 6 meses como internas en el Hospital León Becerra; el otro 4% son excursionistas no harán pernoctación, esto sucede cuando los viajeros tienen como destino Galápagos, vienen a Guayaquil a comprar su boleto porque las tarifas son más económicas y aprovechan las horas que tengan disponibles para recorrer la ciudad.

6. - Visitantes Extranjeros - ¿Con quién viaja?

Gráfico N. 2.35

Foreign Visitors- Who do you travel with?

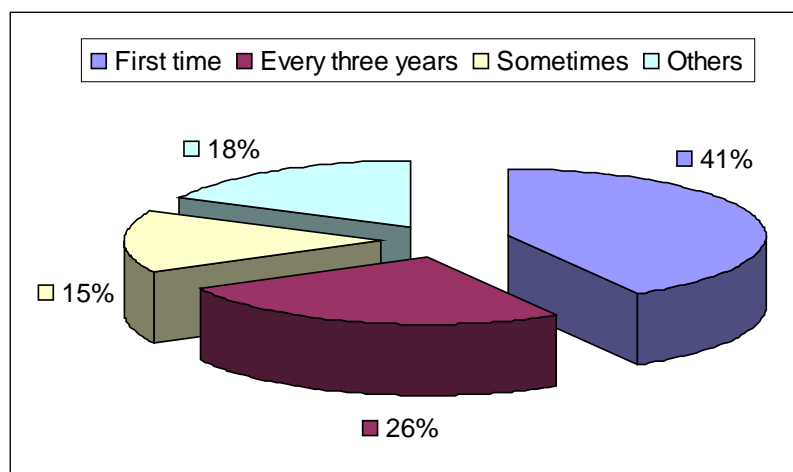


Fuente: Elaboración Propia

El 25% acostumbran a viajar solos, generalmente son los solteros; el 24% viajan con la familia compuesta generalmente de 2 a 3 personas cada 3 o 5 años por el costo que representa movilizar a toda la familia; en cambio acostumbrar a viajar con mayor frecuencia internamente (al interior de su país de origen) o dentro de su mismo continente; el 21% viajan en tours organizados, es el caso de un grupo grande al que pudimos acceder de 60 turistas europeos que contrataron el Transocean tours (barco Marco Polo) en Europa venían visitando los puertos de América y al llegar a Ecuador tenían el servicio de guianza de South American Tours. Otro grupo grande al que pudimos acceder fue a un tour de 40 estudiantes universitarios estadounidenses que vinieron con la Agencia GAP y visitaron Galápagos, el Oriente y Guayaquil; el 16% acostumbran a viajar por cuenta propia con amigos es decir ellos organizan sus viajes, en esta categoría entran todos los jóvenes de 20 a 35 años; y finalmente el 14% viajan en pareja.

7. - Visitantes Extranjeros - ¿Cuán a menudo viaja a Ecuador?

Gráfico N. 2.36
Foreign Visitors
How often do you travel to Ecuador?

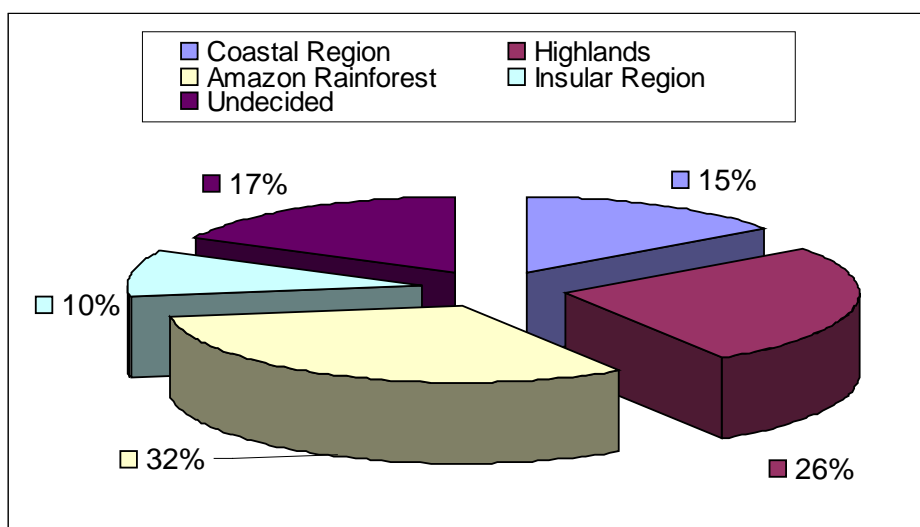


Fuente: Elaboración Propia

El 41% de los encuestados visita el país por primera vez; el 26% vienen al país cada tres años; el 18% viaja al país cada mes por asuntos de trabajo son generalmente los comerciantes en el caso de los chinos, otros viajan cada año son los prestadores de servicio en ingeniería civil, investigadores universitarios, profesores de Institutos de inglés, profesores del conservatorio; y el 15% regresa al país cada 7 o 10 años por lo general son turistas que no repiten los destinos; en cada viaje buscan nuevas experiencias y regresan solo si les ha quedado un lugar pendiente por visitar; en este viaje felicitan la gestión local por su regeneración urbana les parece muy positiva para la imagen de la ciudad y del país.

8. - Visitantes Extranjeros - ¿Cuáles son los lugares de su preferencia?

Gráfico N. 2.37
Foreign Visitors
What are your places favourites to visit?



Fuente: Elaboración Propia

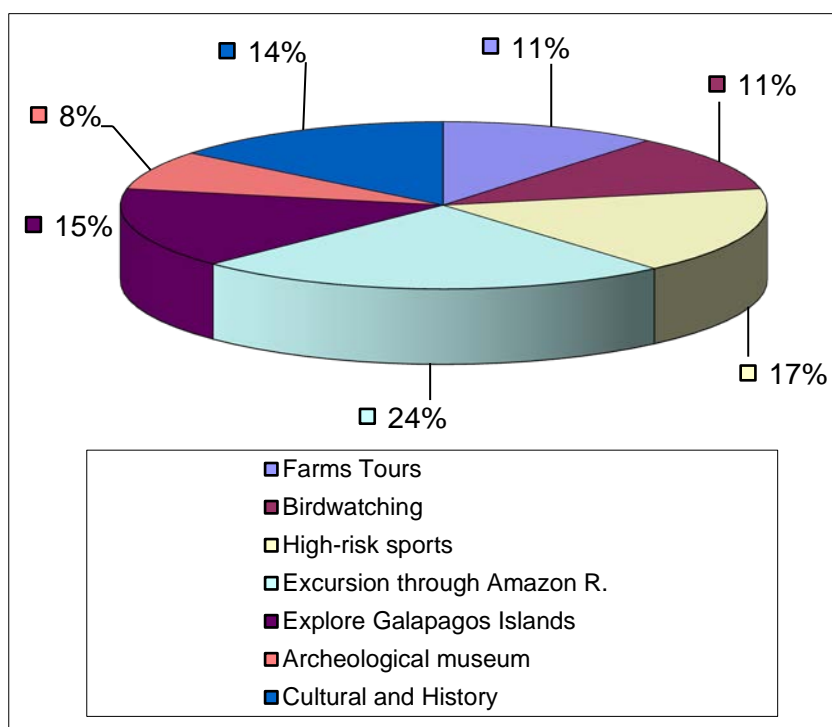
El 32% disfruta de la selva amazónica; el 26% de la sierra; el 17% está indeciso les gustaría aprovechar el tiempo y conocer todas las regiones del país; el 15% prefieren la costa porque gustan del sol, playa, práctica de surfing, observación de ballenas; y el 15% ha venido a Ecuador con un solo objetivo conocer Galápagos.

9. - Visitantes Extranjeros - ¿Qué actividades le gustaría realizar?

Gráfico N. 2.38

Foreign Visitors

Can you mention the activities that you are interested?



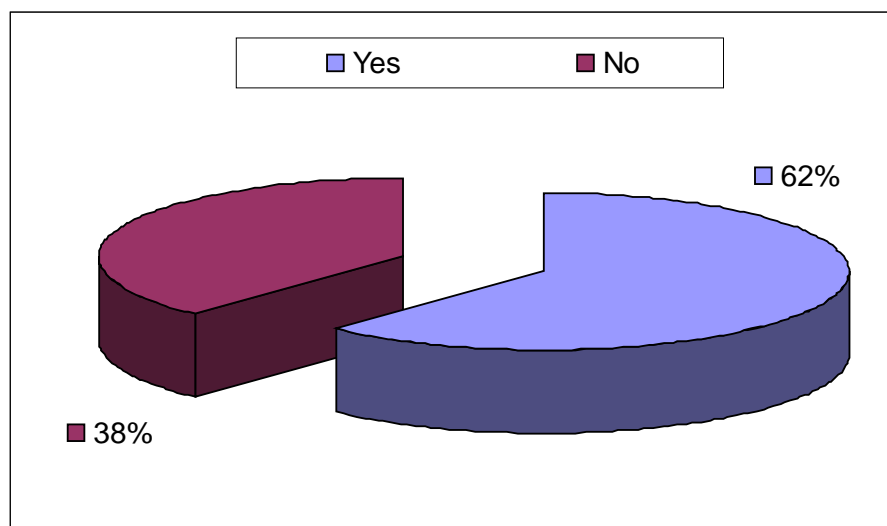
Fuente: Elaboración Propia

El 24% tiene como prioridad en este viaje explorar la selva ecuatoriana; el 17% vienen a Ecuador a practicar deportes de aventura: surfing, windsurfing, body-board, paragliding, scuba diving and snorkelling en la Costa y Galápagos; en la Sierra y Oriente mountain biking, trekking, kayacking, bungee jumping, entre otros; el 15% vinieron a Ecuador a conocer las Islas Galápagos; el 14% vinieron a conocer el centro histórico de Quito y Cuenca son aficionados a los oleos, monumentos, arquitectura en construcciones

antiguas; el 11% vienen a observar aves en los parques nacionales; al otro 11% les gustaría visitar granjas para conocer los cultivos de banano, café, cacao, tagua, y flores muy bien cotizados en el exterior, además quisieran conocer los criaderos de rana en el Oriente, pasear a caballo, ordeñar vacas, elaborar y comprar artesanías hechas de tagua, paja toquilla, spondylus, concha y alfarería; y finalmente el 8% tienen interés en visitar los sitios arqueológicos que existe en el país.

10. - Visitantes Extranjeros - ¿Usted estaría interesado en conocer métodos de agricultura y vida rústica del Ecuador?

Gráfico N. 2.39
Foreign Visitors
Learn agricultural methods and life in Ecuador

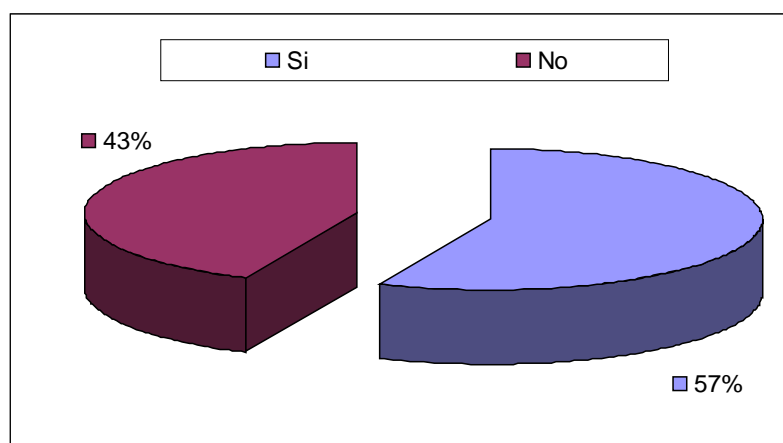


Fuente: Elaboración Propia

El 62% estaría interesado mientras que el 38% no se muestra interesado en esta ocasión porque ya tienen programado en este viaje sus lugares de recorrido y su presupuesto.

11.- Visitantes Extranjeros - ¿Ha visitado rutas agroturísticas en otros países?

Gráfico N. 2.40
Foreign Visitors
Have you ever visited agroturistic routes?



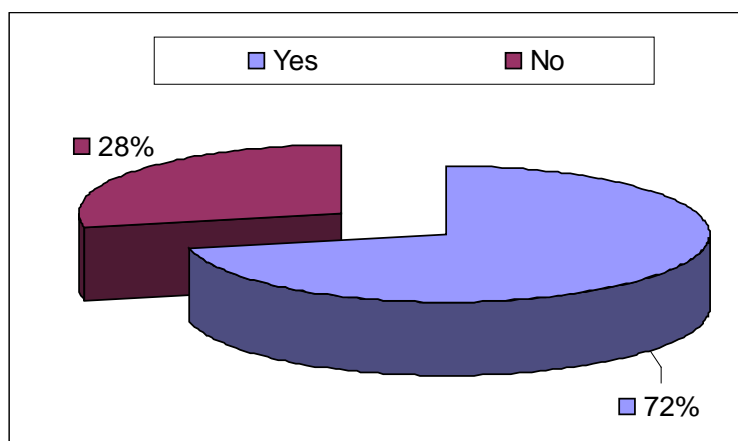
Fuente: Elaboración Propia

El 57% ha visitado rutas y haciendas en diferentes países de varios continentes entre los que mencionamos: Ruta del Pisco en Pisco y Moquegua en Perú donde conoció las plantaciones y reservas; Ruta de la caña en Perú (comprende la zona norte desde Chiclayo hasta Trujillo); Ruta de la caña en Belice, Nicaragua y Honduras; Ruta del vino en Francia; Ruta

de hierbas en Tanzania; Ruta del café en Costa Rica; Ruta de la piña en Hawai; Ruta de la caña en Estados Unidos; Haciendas de café en Galápagos; Ruta del Cacao y Banano en Ecuador; Parque Nacional del Café en Montenegro-Departamento de Quindío y Ruta de la caña en Colombia. El 43% tiene una tendencia a visitar otros sitios de interés turístico, entre ellos: Ruta Inca en Perú (el clásico que comprende las ruinas arqueológicas en la ciudad de Cuzco y el complejo arqueológico de Machu Picchu); Ruta de toda la Costa y selva peruana; Ruta del Sol en Ecuador; Playas en Brasil; Arte Religioso en España, Italia y Francia; Playas en República Dominicana; Costa Austral en Chile (Archipiélago de Chiloe, Chonos, Guayaneco, y en la parte occidental el Archipiélago Tierra de Fuego); el safari de elefantes en el Parque Nacional de Royal Chitwan en la región Tarāi al sur de Nepal; Parques y Reservas de caza en Kenia; en Australia el Parque Nacional de las Montañas Azules, La Gran Barrera de Arrecifes, el Parque Nacional Kakadu, y las playas de Brisbane, Cairns y Sydney; en Nueva Zelanda los Parques Nacionales fueron los más mencionados por los viajeros.

12. - Visitantes Extranjeros - ¿Ha probado la caña de azúcar?

Gráfico N. 2.41
Foreign Visitors
Have you ever tasted sugar cane?

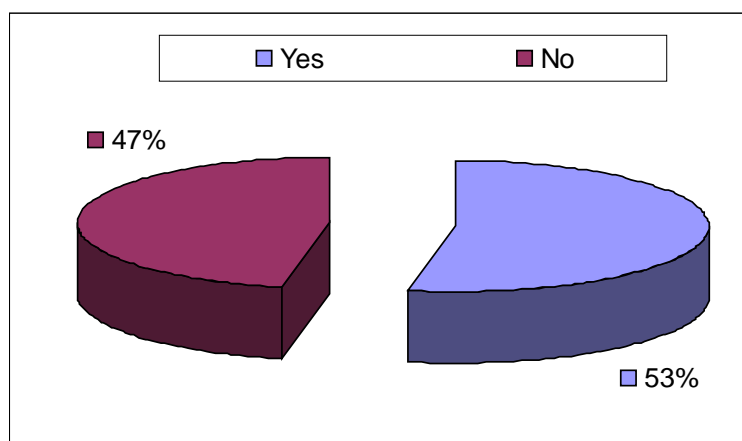


Fuente: Elaboración Propia

El 72% respondió que si ha probado alguna vez la caña de azúcar en su país de origen Colombia (Cali, Medellín, Valle del Cauca); Perú (Lima, Pisco); Argentina (Tucumán, Neuquén); Chile; Brasil (cerca de Arrecife); Australia (Mackay city en Queensland); EE.UU. (en Miami y Hawai); Canadá; China (Isla de Taiwán); Cuba (en Cienfuegos); otros han degustado la caña de azúcar en algún viaje que realizaron a distintas partes del mundo entre ellos mencionaron los países de: Belice; México (Culiacán); India (Nueva Delhi); Paraguay, Honduras, y otros la han probado en Ecuador (Baños, Vilcabamba, Cuenca y Loja); mientras que el 28% de los encuestados no conoce la caña aún por lo tanto no la han probado.

13. - Visitantes Extranjeros - ¿Conoce usted cómo se cultiva la caña de azúcar?

Gráfico N. 2.42
Foreign Visitors
Do you know how to cultivate sugar cane?



Fuente: Elaboración Propia

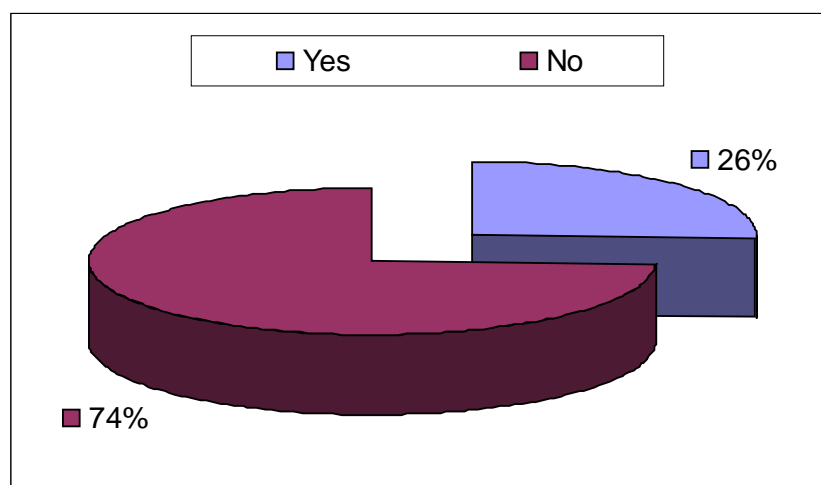
El 53% conoce sobre el cultivo de esta gramínea, porque ha visitado plantaciones en EE.UU (Canal Point), México, Cuba (Cienfuegos, Trinidad); Honduras, Colombia (Cali, Medellín, el Valle del Cauca), en Ecuador (Baños de Ambato, Loja), Perú (Pisco- Dpto. de Ica, Trujillo- Dpto. La Libertad), Brasil (Coamo), Argentina (Tucumán), China (Isla de Taiwán), India (Nueva Delhi), Australia (Mackay); en cambio el 47% no conoce sobre el cultivo porque no ha visitado plantaciones, lo cual se entiende ya que el cultivo de esta gramínea solo se da en países con climas tropicales y subtropicales.

14. - Visitantes Extranjeros - ¿Ha visitado algún Ingenio Azucarero?

Gráfico N. 2.43

Foreign Visitors

Have you ever visited a sugar plantation?



Fuente: Elaboración Propia

El 74% no conoce el proceso industrial de la caña apenas el 26% conoce el proceso de la caña y sus derivados en sus país de origen y los turistas europeos cuando han viajado a América, a continuación mencionamos los Ingenios visitados por los entrevistados tenemos en: Argentina (Ingenio Ledesma, La Providencia, La Esperanza, Refinería San Martín del Tabacal, en Salta y Jujuy); Colombia (Manuelita S.A., Mayagüez, Pichichi, Providencia, Risaralda en el Valle del Cauca); Milagro (Ingenio Valdez); Loja (Ingenio Monterrey); Perú (Ingenios Pomalca, Tumán, Paramonga, Laredo

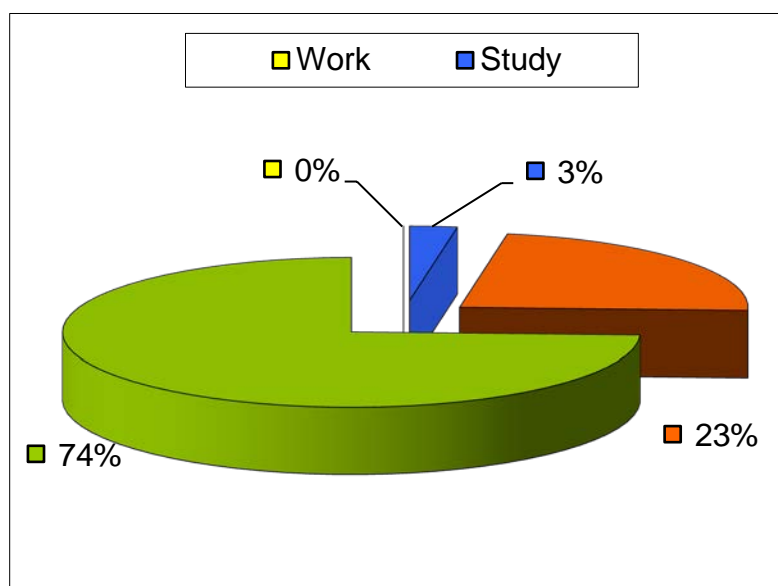
ubicados en la costa central); EE.UU. (Hawaiian Comercial & Sugar Company- Isla Maui/Hawaii); Australia (Mackay-Queesland); Cuba (en Gramma, Trinidad y Cienfuegos); Brasil (Coamo, Ingenios en Recife); China (Taiwán); y Honduras.

15. - Visitantes Extranjeros - ¿Cuál fue el motivo de su visita al Ingenio?

Gráfico N. 2.44

Foreign Visitors

What was the main reason to visit the sugar plantation?



Fuente: Elaboración Propia

El 74% no ha visitado los ingenios azucareros, algunos turistas respondieron que visitaron plantaciones de caña en diferentes partes del mundo pero que hasta ahora no han visto el proceso en fábrica; el 23% si ha visitado ingenios

azucareros por turismo en América, Las Antillas, Asia y Oceanía y el 3% ha visitado fábricas de azúcar por estudio es el caso de un estudiante colombiano de gastronomía y dos de mecánica industrial.

16. - Visitantes Extranjeros - ¿Qué conoció en el Ingenio? ¿Degusto algún producto del proceso?

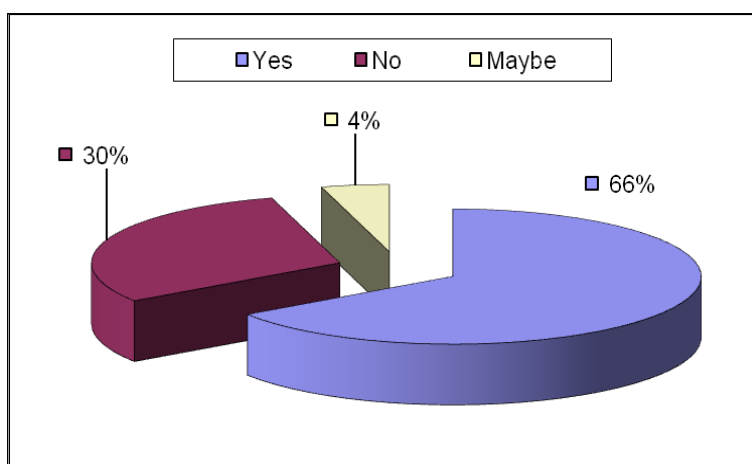
Un turista respondió que en Ucrania conoció una remolacha azucarera y vio el proceso para la elaboración del azúcar; en Perú (Trujillo- Departamento de la Libertad) participaron del proceso del cañazo, y chancaca; en Colombia vieron el proceso de los confites: turrón, alfeñique, y manjar también conocieron el proceso de azúcar, panela, melaza, ron, cóctel de caña y papel. En México vieron el proceso de melaza, melcocha, azúcar y aguardiente; en Cuba conocieron que del bagazo se hacen tablas de cartón, En Coamo-Brasil vieron el proceso de azúcar, dulces, aguardiente, raspadura y melaza.

17. - Visitantes Extranjeros - ¿Si se planifica la creación de la “Ruta turística de la caña de azúcar en la Provincia del Guayas”, usted se animaría a visitarla?

Gráfico N. 2.45

Foreign Visitors

If it plans the sugar cane route in Ecuador, would you visit it?

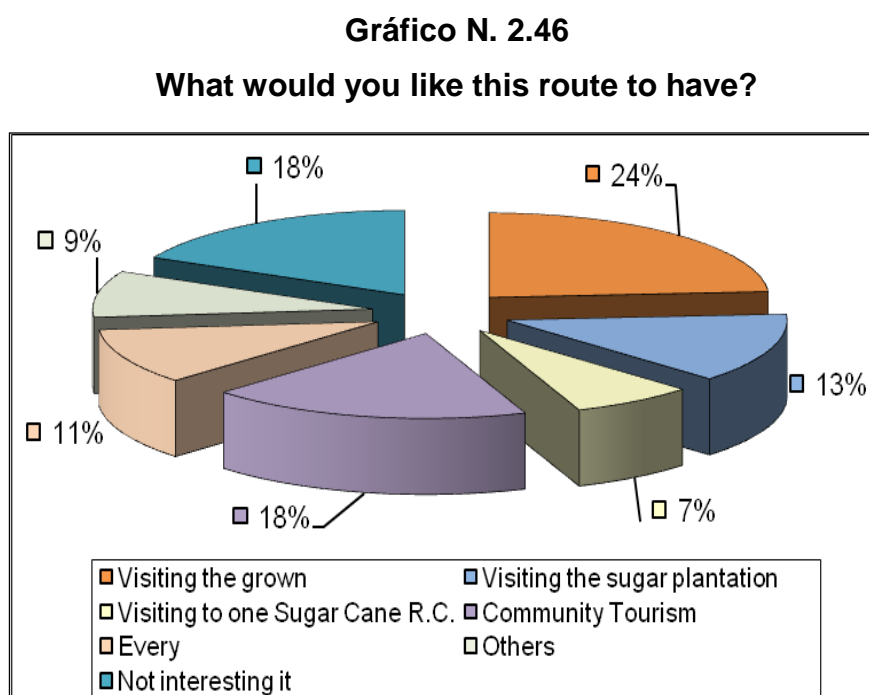


Fuente: Elaboración Propia

El 66% respondió afirmativamente, porque actualmente se visita las plantaciones de caña por naturaleza pero poco se conoce del proceso, este proyecto busca además de incentivar un turismo comunitario-participativo promover la cultura de visita por tecnología y lo más importante está dirigido a grupos especializados por lo tanto promueve un turismo no masivo; el 30% no está interesado en visitar una ruta de la caña porque ya han visitado plantaciones e industrias azucareras en otros países y en cada viaje que realizan buscan nuevos destinos; mientras que el 4% está indeciso les

gustaría conocer un poco más de este cultivo e industria pero actualmente no es una necesidad urgente.

18. – ¿Qué le gustaría que ofrezca la ruta de la caña?



Fuente: Elaboración Propia

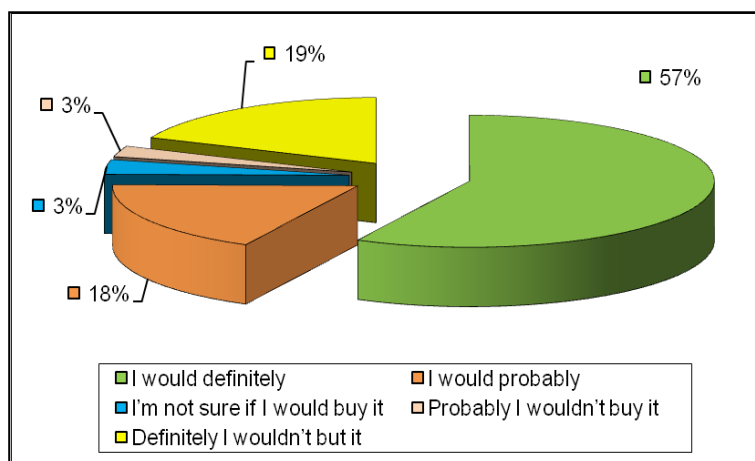
El 24% respondió que le gustaría visitar las plantaciones de caña; al 18% les gustaría participar de un turismo rural es decir conocer los aspectos culturales relacionados con la producción; el otro 18% no le interesa visitar la ruta; al 13% le interesa visitar las fábricas de azúcar por lo general son los ingenieros industriales, en alimentos y agropecuarios; al 11% le parece bien poder realizar todas las actividades en una salida de campo; el 9% opina que

la información que los guías faciliten a los visitantes sea la apropiada ya que esto influye en el éxito que tenga la acogida por parte del público; y solo el 7% se mostró interesado en conocer el CINCAE.

19- ¿Por un paquete turístico que consiste en la visita a una ruta de la caña de azúcar en la Provincia del Guayas que incluye guianza, transporte y alimentación, estaría dispuesto a pagar \$30?

Gráfico N. 2.47

For a tourist packaged to visit to the sugar cane route, would you pay \$30?



Fuente: Elaboración Propia

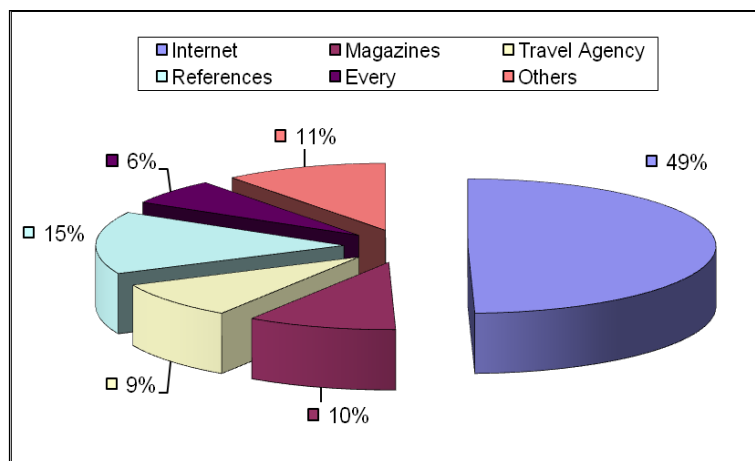
El 57% de los encuestados están dispuestos a comprar el paquete, la propuesta les parece bastante novedosa; el 19% no están interesados porque ya han visitado plantaciones de caña en otros países y en cada viaje que realizan buscan nuevas experiencias; el 18% probablemente compraría el paquete y esto depende del cumplimiento de los servicios que ofrezca la

ruta, las experiencias de otros visitantes, la seguridad, la hospitalidad que brinde la comunidad; el 19% afirma que definitivamente no lo compraría, no están interesados porque ya la conocen en otros países y en cada viaje que emprenden buscan nuevas experiencias; el 3% no está seguro de comprar el paquete por lo menos en este viaje tienen como prioridad otros destinos; y el otro 3% probablemente no lo comprarían.

20- ¿A qué medios publicitarios accede usted para informarse sobre un destino?

Gráfico N. 2.48

From what media do you obtain information to prepare your trip?



Fuente: Elaboración Propia

El 49% respondió la Internet, por la accesibilidad a este servicio desde cualquier parte del mundo y los sitios más visitados son el Lonely Planet Book y Expedia.com ; el 15% planifica su viaje en base a las sugerencias de

sus familiares, amigos, compañeros de trabajo y vecinos, para este grupo es muy importante conocer las experiencias que hayan producido en sus seres queridos un destino en particular; el 11% accede a otras fuentes de información entre ellas: oficinas de turismo, embajadas y consulados en su país de origen, donde solicitan guías turísticas, videos, folletos, etc.; el 10% prefiere las revistas de turismo; el 9% optan por contratar los servicios de una Agencia de Viajes; y el 6% le parece que todas estas fuentes de información son oportunas a la hora de planificar su viaje.

2.8 Entrevista realizada a Organismos reguladores de turismo.

Esta entrevista está dirigida a los Representantes de organismos de turismo en los cantones Guayaquil, Milagro y Marcelino Maridueña; entre los cuales mencionamos: Dr. Jorge Macchiavello - Director de Turismo del Gobierno Provincial del Guayas, Sr. Joseph Garzosi - Director de Turismo del M.I. Municipio de Guayaquil, Ing. André Barona - Vicepresidente de la Cámara de Turismo del Guayas, Lcda. María Judith Rodríguez - Dirección de Turismo de la I. Municipalidad de Milagro, Ing. Raúl Ferruzola - Jefe de Planificación Urbana del Municipio. El objetivo de esta entrevista es conocer el criterio de los profesionales en turismo sobre la viabilidad de esta propuesta de proyecto.

1.- ¿Considera usted que la creación de la Ruta Turística de la Caña de Azúcar en la Provincia del Guayas ayudará a su oferta turística?

Sí, porque la Provincia del Guayas es agrícola y si se utilizan estos recursos agrícolas se potencia el desarrollo de la región, se crean fuentes de empleo y se difunden nuestras riquezas. La creación de este nuevo destino seguramente enriquecerá y diversificará la variedad de destinos turísticos vinculados al agro que actualmente son muy escasos en la provincia por lo que se contaría con una opción más para visitar.

2.- ¿Qué detalles a considerar en la planificación de la ruta recomendaría usted?

Primero es necesario definir bien la ruta de la caña, dónde empieza, los puntos de descanso, dónde termina y entre cada lugar de la ruta debe haber algo que los identifique o diferencie para que no se torne aburrido y hacer del recorrido una verdadera experiencia turística.

Segundo al designar una ruta geográfica los planificadores deben recurrir a la historia azucarera del país y de la provincia para evitar la exclusión de sitios por lo general con pequeños poblados que por su historia son de igual o de mayor importancia que las grandes ciudades; es decir que al definir la ruta se debe estar seguro de que los puntos escogidos son históricamente, socialmente y económicamente los más importantes.

Tercero es importante elaborar un inventario actualizado de los destinos y atractivos turísticos que existen dentro de la ruta debido a que en la actualidad no existe un folleto o guía turística que promocióne la visita a estos lugares ni local, provincial y nacional.

Cuarto es importante conocer todo el proceso desde la siembra, cosecha y elaboración de los productos finales obtenidos de la caña de azúcar de forma artesanal en los trapiches y técnica en las industrias azucareras del cantón Marcelino Maridueña y Milagro ubicados en la provincia. Así también es necesario que se incluya en la ruta la visita al proceso de generación de energía eléctrica y la elaboración del papel Kraft obtenidos a través del bagazo de la caña, y del bioetanol obtenido del alcohol este último de gran importancia a nivel regional proyecto impulsado por los gobiernos de Estados Unidos y Brasil.

Quinto los planificadores dentro de su propuesta deben contemplar la capacitación en conjunto con el Departamento de Turismo de las Alcaldías de los cantones implicados y si es el caso de las juntas parroquiales de los recintos, prefecturas, ingenios azucareros, gobiernos provinciales y nacionales a todo el personal implicado en la ruta de la caña, capacitación para mejorar la calidad en el servicio y en la elaboración de los productos derivados de la caña por los artesanos, al personal en la fábrica, a los transportistas, a los prestadores de servicios en el sector público y privado de

la comunidad local. Sexto los planificadores deben contemplar en el desarrollo de su propuesta que dentro de los ingenios azucareros tengan información de los valores nutricionales de la caña de azúcar y de sus derivados considerando que en otros continentes el azúcar se extrae de otras fuentes como en el caso de Europa la remolacha es su principal fuente. La misma información se puede facilitar a los visitantes en hojas volantes y folletos durante el recorrido.

3.- ¿Considera usted importante readecuar un destino Artesanal de caña de azúcar en el cantón Milagro para la ejecución de la ruta?

El concepto artesanal es de vital importancia para toda ruta, sin embargo no debe quedar allí debe de complementarse con un centro de interpretación y vincular la ruta con las destilerías que aún se pueden observar en ciertas propiedades de la zona costera. Readecuar un centro artesanal significa rescatar en algunas ocasiones y promover en otras la historia, costumbres y habilidades de nuestros artesanos porque se transmite la herencia de un pueblo.

4.- ¿Qué actividades cree usted que son necesarias implementar en una ruta de la caña?

Primero detectar los sitios donde aún funcionen los trapiches de manera artesanal, plantearles la propuesta y escuchar sus sugerencias para

enriquecer el proyecto. Los planificadores dentro su propuesta debe incluir ofrecer capacitación turística a los dueños de los trapiches para una mejor calidad en la atención, información, explicación e higiene en la elaboración y degustación de los diferentes derivados de la caña a los visitantes.

Segundo es necesario tener una reunión con los gerentes de los Ingenios Azucareros para que aporten con ideas al proyecto, estudien la propuesta que debe incluir origen, objetivos, costos y beneficios para la comunidad local y las empresas participantes con el fin de lograr que se decidan a abrirse a este nuevo mercado.

Luego de firmar un convenio contactar con Recursos Humanos de las empresas azucareras para coordinar con los superintendentes de campo y fábrica las visitas a estas áreas acordando las fechas, horarios, recorridos y actividades que se compromete la empresa a cumplir y los planificadores a respetar.

Posteriormente publicitar la ruta a nivel nacional e internacional con miras de pasar de un micro proyecto a un macro proyecto a nivel nacional. Tercero por tratarse de un proyecto rural-urbano es necesario que los planificadores consideren apropiado promover la práctica si es el caso o de no serlo rescatar los juegos tradicionales del lugar y de la costa ecuatoriana.

5.- Agradeceré si desea hacer alguna sugerencia o comentario?

Sería importante que se cuente con la cooperación de todos los actores implicados en la planificación (gobierno local- sector privado- comunidad local) y establecer los costos, beneficios y participación de cada sector para asegurar el éxito del desarrollo del proyecto.

2.9 Entrevista realizada a las Agencias de Viaje en la ciudad de Guayaquil y Milagro.

Se realizaron entrevistas a 8 Representantes de Empresas Turísticas en la ciudad de Guayaquil y Milagro; entre los cuales mencionamos: Lcdo. Alex Veintimilla - Área de Operaciones de Metropolitan Touring, Lcdo. Jorge Muñoz- Agente de Ventas de Klein Tours, Srta. Mónica Riera - Counter Nacional e Internacional de Ecuadorian Tours, Norma Olvera - Turismo Emisivo de Manglar Rojo, Srta. Alejandra Lecaro- Jefe de Operaciones Ecu-Andino Planet, Srta. Ana María Rodríguez - Turismo Receptivo Emela Tours, Srta. Cinthya Contreras - Counter Nacional e Internacional Karniha's Tour, Sra. Alegría Triviño - Gerente de Sucursal Tecnoviajes.

1.- ¿Suelen ustedes ofrecer productos turísticos dentro del Ecuador a grupos estudiantiles?

En el caso de Ecu-Andino Planet y Manglar Rojo sí. Ecuadorian, Emela Tours, Tecnoviajes y Karniha's Tour pueden promover viajes al interior del

país pero actualmente no lo hacen porque hoy el mercado estudiantil tiene muy poca demanda; se recurre más a una Agencia de Viajes cuando las salidas son al exterior aunque en la actualidad están restringidas. Metropolitan Touring y Klein Tours, definitivamente no, su mercado son los turistas extranjeros.

2.- ¿Cuál es el mercado actual de las Agencias de Viajes?

La mayoría de las empresas turísticas en la ciudad de Guayaquil son Tour Operadoras especializadas en Turismo Receptivo, al ser Tour Operador significa que pueden ofrecer directamente sus programas a clientes nacionales e internacionales y para esto cuentan con ayuda de agencias en el exterior.

Los Tour Operadores Ecu - Andino Planet y Manglar Rojo si ofrecen paquetes turísticos a escuelas y colegios fiscales y particulares en periodo vacacional. El primero en la Costa acostumbra visitar la Hacienda de Agroturismo Jambelí, en la Sierra visitan El Parque Nacional El Cajas, Parque Nacional Cotopaxi, Volcán Chimborazo, Termas de Papallacta, entre otros; el oriente y Galápagos son poco demandados. El segundo en cambio prefiere ofertar en la Costa la Ruta del Sol y Manabí; en la Sierra Baños de Ambato, Lagos de Imbabura y Riobamba; en el Oriente Napo y en

Galápagos Puerto Ayora. Los estudiantes gustan de estos lugares por sus atracciones, infraestructura y costos.

Las Agencias de Viajes Ecuatorian, Emela Tours, Tecnoviajes y Karniha's Tour ofrecen sus programas de viajes al público en general y lo que más solicitan los estudiantes de colegio son paquetes turísticos bajo el sistema T.I. (todo incluido) a las playas de Colombia y el Caribe.

Y por último nos referiremos a dos de las más grandes Tour Operadoras en la ciudad cuya matriz se localiza en Quito: Metropolitan Touring y Klein Tours. Ambas Tour Operadoras ofertan destinos turísticos del Ecuador solo a extranjeros. En el caso de Metropolitan Touring dispone de un equipo humano que investiga los potenciales turísticos y los desarrolla como nuevos productos, los cuales les permite innovar la actual oferta para beneficio de sus clientes que mayoritariamente provienen de Europa, Inglaterra en primer lugar seguido de Alemania, Suiza, Francia, Italia, Bélgica y Estados Unidos.

En la Costa pueden vender desde un city tour, parque histórico, un tour de hacienda, la empresa trabaja con la Hacienda cacaotera El Castillo ubicada en el km 55 vía a la costa porque cumple con los estándares de calidad que el perfil de turistas de Metropolitan requiere también realizan algún viaje a la playa si los viajeros lo solicitan; en la Sierra venden Quito y Cuenca; el Oriente es poco ofertado y las islas Galápagos mantiene una alta demanda,

tomando en cuenta que Metropolitan tiene 3 cruceros que operan desde Galápagos, el hotel Finch Bay en San Cristóbal, además de contar con 3 chivas express para transporte de turistas en Riobamba.

Klein Tours ofrece algo parecido, en la Costa venden la Ruta del Sol, cuando es temporada alta la observación de ballenas es muy demandada, visitan además la Hacienda Rodeo Grande por sus cómodas instalaciones. En la Sierra ofrecen Quito, Baños, Cuenca e Ibarra y en Galápagos operan desde la isla Baltra por encontrarse allí la Estación Científica Charles Darwin. Sus clientes son turistas que provienen de Estados Unidos en primer lugar seguido de Alemania, Inglaterra e Italia.

3.- ¿Por qué las Agencias de Turismo no ofrecen programas de fin de año a los colegios?

La principal razón es porque cuando se viaja dentro del país no se acostumbra a contratar los servicios de una Agencia de Viajes, la misma institución educativa se encarga de organizar los viajes de fin de año y en general planifica toda salida de campo que requieran las materias de especialización profundizar.

Segundo manejar grupos de estudiantes menores de edad implica una gran responsabilidad para cualquier institución pública o privada. En la ciudad desafortunadamente instituciones educativas, padres de familia y estudiantes

han experimentado casos de estafa, incumplimiento en los servicios por parte de las Agencias de Viaje clandestinas, también ha habido casos de indisciplina por parte de los estudiantes durante los viajes y en casos extremos han sucedido hasta accidentes. El Ministerio de Educación para salvaguardar la seguridad de los alumnos expide un reglamento especial que consiste en proponer un plan de excursión a la respectiva Dirección Provincial de Educación para su aprobación, cuando se desarrolle dentro del país. Y cuando se programe fuera del territorio nacional debe contar con la aprobación de la Dirección Nacional de Educación del MEC para la región centro norte y de las respectivas Subsecretarías Regionales del Austro y del Litoral.

Tercero a los jóvenes no les llama la atención visitar todos los lugares considerados turísticos, por la tendencia mundial prefieren un turismo de sol y playa; en la sierra y el oriente visitan sitios naturales como cascadas, nevados, ríos, bosques, parques para practicar deportes de aventura al aire libre y por último Galápagos por sus altos costos es poco visitado, esto hace que los jóvenes y la población local pierda interés por conocer las islas y se aventure a explorar otros destinos.

4.- ¿Por qué los jóvenes prefieren un turismo de sol y playa a un turismo rural?

Es la tendencia mundial, el turismo de sol y playa es hasta ahora el que mejor desarrollo inmobiliario tiene gracias a la inversión privada, pública y en algunos casos aportes de organizaciones no gubernamentales. Hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas con su sistema todo incluido brindan al huésped todas las comodidades para el disfrute de su estadía donde no tienen la necesidad de salir del resort en la isla, playa o balneario; pero toda esta iniciativa en equipamiento turístico tiene sus orígenes como lo explica J. C. Holloway en su libro El Negocio del Turismo (1994):

En los años sesenta el turismo masivo se dirigía hacia el sur, desde los fríos y extremos climas de América del Norte y Europa, donde vivía la mayor parte de la gente con poder adquisitivo. El sol y la calidez de las tierras tropicales y templadas del sur fueron el destino de este mercado. Los países del sur eran al mismo tiempo, los menos desarrollados desde el punto de vista económico; por ello, ofrecían oportunidades y costos menores para la construcción de la industria turística. La nueva clase de empresarios turísticos que tenían que ver con las excursiones en paquete reconocieron esta tendencia muy a tiempo. También las principales corporaciones hoteleras se percataron con rapidez de las oportunidades de crecimiento en estos países. Cadenas como Sheraton y Hyatt, de Estados Unidos, se expandieron rápidamente hacia México y el Caribe, así como también en Florida y Hawái, sitios que ofrecen los climas más atractivos para el desarrollo del turismo.

Como vemos las tendencias mundiales que generalmente nacen en los países anglosajones marcan los hábitos de las poblaciones de los países pequeños y el turismo no es la excepción.

5.- ¿Actualmente dónde viajan los jóvenes para despedir el bachillerato?

Los estudiantes de colegio optan por conocer las playas de Cartagena de Indias y se alojan en el Decamerón; en San Andrés se hospedan en el Royal Decamerón, su ubicación y su excepcional arquitectura se combinan para crear fantásticas vistas panorámicas del Caribe en todo el Hotel; excelente para practicar snorkeling o cualquier otro deporte náutico; Punta Cana en República Dominicana toda la costa está repleta de hoteles T.I. (todo incluido); playas en Jamaica mundialmente famosas por su cultura musical basada en el reggae son una de las más solicitadas en las Agencias de Viajes.

6.- ¿Cuáles son los colegios que han viajado a este tipo de destinos?

Los colegios más nombrados fueron: Liceo Panamericano, María Auxiliadora, Nuevo Mundo, Buque Mayor, San José La Sallé, Colegio Americano y Espíritu Santo.

2.10 Entrevista realizada a colegios fiscales experimentales y particulares en la ciudad de Milagro y Guayaquil.

Se realizaron entrevistas a 8 Representantes de Colegios Fiscales y Particulares en la ciudad de Guayaquil y Milagro; entre los cuales

mencionamos: Blga. Lorena Janón – Profesora de Biología del Colegio Particular Experimental Politécnico, Lcda. Irma Miño- Directora del Dpto. de Experimentación del Colegio Fiscal Experimental Aguirre Abad, Sr. Jorge Narea Muñoz - Rector del Instituto Técnico Fiscomisional Domingo Comín, Sr. Teófilo García Ubilla – Vicerrector del Colegio Domingo Savio, Lcdo. Hugo Moreira Lazo-Encargado del Área de Actividades del Colegio Fiscal José María Velasco Ibarra, Lcda. Mery Santillán – Vicerrectora del Colegio Carlos Julio de Pascuales, Ing. Iván Poveda Serrano – Vicerrector Técnico del Colegio Tecnológico Simón Bolívar, Hno. Bruno Consejero del Colegio San José La Salle.

1.- ¿Suelen ustedes realizar viajes en el país con grupos estudiantiles?

Los profesores de colegios experimentales particulares en periodo vacacional planifican el programa de excursiones y salidas de campo para todo el año escolar. Para esto se forma un equipo interdisciplinario que analiza las materias de especialización que requieren salidas de campo para profundizar lo aprendido en clase. Primero los profesores involucrados viajan al lugar acordado para hacer un reconocimiento del área, analizan con método científico lo que pueden estudiar allí, elaboran un plan de estudio, lo presentan a las autoridades institucionales y con la debida aprobación de la Subsecretaría de Educación lo ejecutan.

Este es el caso de estudiantes de quinto y sexto curso del Colegio Particular Experimental Politécnico y del Colegio Fiscal Experimental Aguirre Abad; ambos colegios tienen un plan de estudios que cumplir durante el año. El primero en las materias de Ecología Ecuatoriana y Estudios Ambientales en la especialización de Biología realiza visitas a Puerto Hondo, Cerro Blanco, Manglares Churute, Puerto López, Isla de Los Pájaros para hacer estudios en el agua de macro y micro algas, fitoplancton, zooplancton, protozoarios, moluscos y crustáceos, y estudios en la tierra de bacterias y macro vertebrados. El segundo en la Especialización Ciencias Sociales en la Mención de Promotor Turístico realiza visita a los lugares turísticos dentro de la ciudad con el fin de poner en práctica lo aprendido, para esto cuentan con la colaboración de estudiantes de la Carrera de Hotelería y Turismo de la Universidad Estatal.

Gracias al convenio que existe entre el Colegio Simón Bolívar y los Ingenios Azucareros San Carlos y Valdez los estudiantes de Electricidad Industrial pueden realizar sus pasantías en estas empresas durante seis semanas, las azucareras a su vez les facilitan hospedaje a los pasantes, cabe indicar que para ello la Institución debe contar con la aprobación de la Dirección Provincial de Educación del Guayas.

El Colegio José María Velasco Ibarra y el Instituto Fiscomisional “Domingo Comín” realizan paseos de fin de año a la Ruta del Sol, Baños de Ambato,

Ibarra, Tulcán, Quito y Puyo. Y finalmente los colegios San José La Salle, Domingo Savio y Carlos Julio de Pascuales no realizan ningún viaje en todo el año escolar por razones económicas.

2.- Si su respuesta fue positiva, ¿Cuáles han sido los lugares escogidos en los últimos 5 años?

Los colegios que realizan salidas de campo con fines académicos visitan en la ciudad Cerro Blanco, Jardín Botánico, Parque Histórico y fuera visitan Puerto Hondo, Manglares Churute, Ruta del Sol, Puerto López e Isla de Los Pájaros. Los colegios que realizan salidas con fines de recreación al finalizar el año escolar visitan Baños de Ambato, Puyo, Pallatanga, Ibarra, Tulcán o Ipiales.

3.- ¿Por qué fueron escogidos estos lugares?

Por el clima, paisaje y atracciones.

4.- ¿Han considerado realizar alguna vez un viaje al campo de la costa?

Ninguno de los colegios entrevistados ha considerado viajar al campo en la costa.

5.- Si se planifica la creación de la “Ruta turística de la caña de azúcar en la provincia del Guayas”, ¿Usted se animaría a visitarla?

Los ocho colegios entrevistados respondieron afirmativamente, les parece una propuesta novedosa.

6- ¿Por un paquete turístico que consiste en la visita a una ruta de la caña de azúcar en el cantón Milagro – Provincia del Guayas que incluya guianza, transporte y alimentación, estaría dispuesto a pagar \$30?

A los colegios entrevistados les parece muy alto el valor, cuando ellos viajan pagan aproximadamente \$12 por cada salida de campo.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO TECNICO

3.1 Tamaño y Localización

El proyecto denominado Ruta Turística de la caña de azúcar se ubica en la Provincia del Guayas y se centra básicamente en dos cantones: Milagro y Marcelino Maridueña, ciudades donde se asientan dos de los tres ingenios más grandes del país. Valdez establecida en 1884 y San Carlos en 1906, industrias que destinan un aporte significativo a la ciencia y tecnología logrando cada vez desarrollar al máximo la producción de sus cosechas.

Tomando en cuenta que la ruta que se propone se la ha planificado para un día de recorrido full day, se plantea que la ruta parta desde la ciudad de

Guayaquil hasta el Cincae (Centro de Investigación de la Caña de Azúcar del Ecuador), abarcando un área aproximada de 175,99km². (Ver cuadro 3.1).

Los tramos que incluye La Ruta de la Caña son: **Guayaquil – Milagro – Mariscal Sucre – Marcelino Maridueña – Cincae – Guayaquil.**

Cuadro N.- 3.1

Distancia en Kilómetros-Ruta de la caña

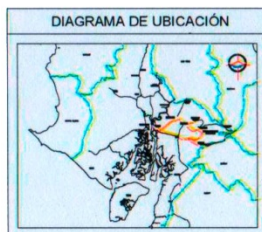
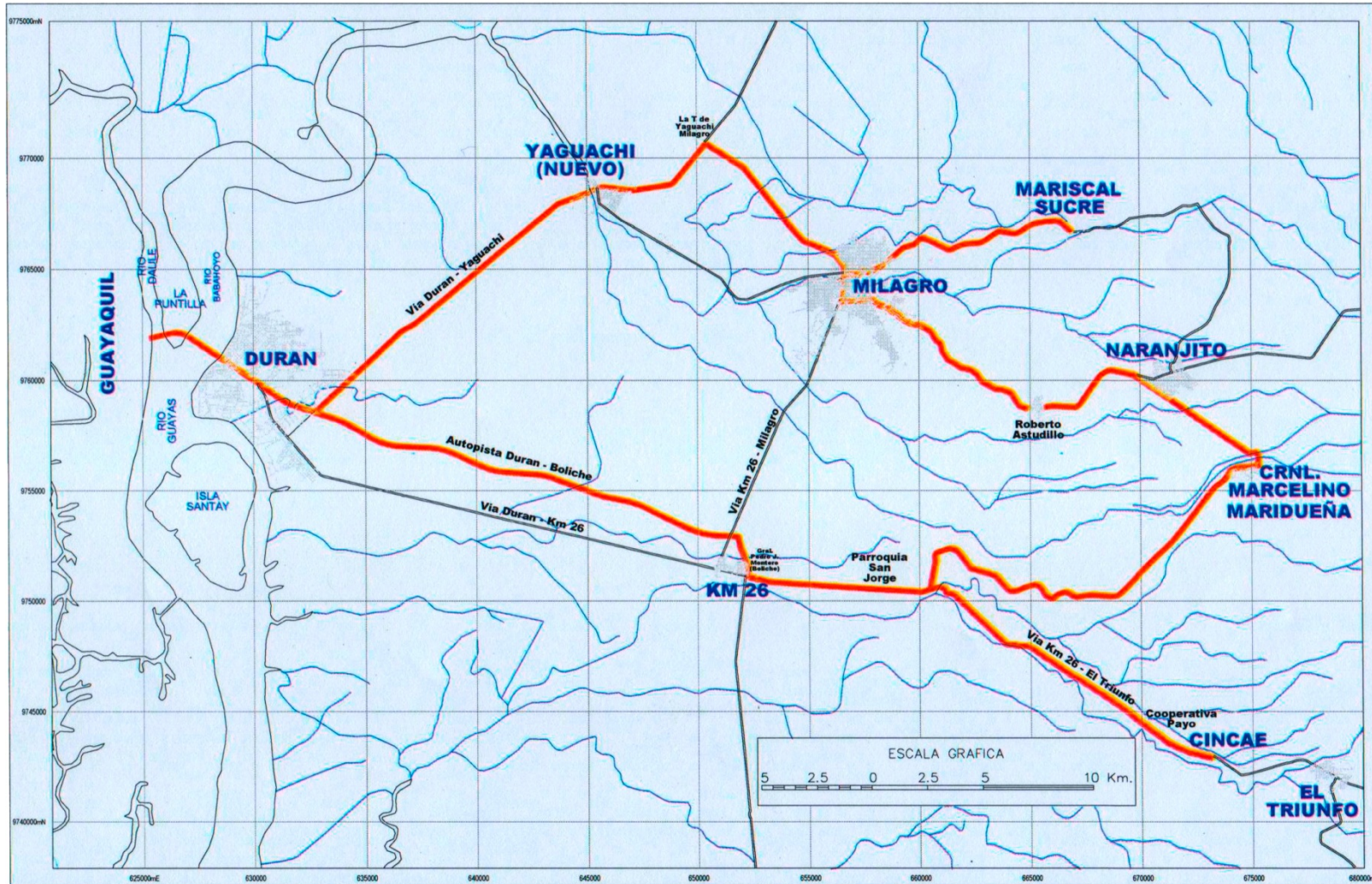
DE IDA	Km
Guayaquil-Yaguachi	24,92 km.
Yaguachi-Milagro	14,55 km.
Milagro-Mariscal Sucre	11,57 km.
Mariscal Sucre-Milagro	11,57 km.
Milagro-R. Astudillo	11,79 km.
R. Astudillo-Naranjito	5,19 km.
Naranjito-M. Maridueña	8,12 km.
M. Maridueña-CINCAE	34,25 km.
DE RETORNO	Km
CINCAE-Guayaquil	54,03 km.
Total recorrido	175,99 km.

Fuente: Elaboración propia

En el primer tramo Guayaquil – Milagro – Mariscal Sucre, se considera como valor único la visita a la Parroquia Mariscal Sucre, donde actualmente se realiza el proceso artesanal de la caña de azúcar (*Saccharum officinarum*), este recorrido se complementa además con la visita al área de campo y fábrica del Ingenio Azucarero Valdez.

En el segundo tramo Marcelino Maridueña – CINCAE – Guayaquil, se continúa el recorrido con la visita al área de campo y fábrica del Ingenio San Carlos en el cantón Marcelino Maridueña; y se finaliza con la visita a las instalaciones del CINCAE (Centro de Investigación de la Caña de Azúcar en el Ecuador), y se retorna al punto de partida la ciudad de Guayaquil. (Ver figura 3.1).

Figura N. 3.1
 Mapa de la Ruta de la Caña de Azúcar en los cantones de Milagro y Marcelino Maridueña - Provincia del Guayas



SIMBOLOGÍA

- Ruta de la Caña de Azúcar
- Cantones
- Río
- Poblaciones

INFORMACIÓN CARTOGRÁFICA

PROVINCIA GUAYAS

ESCALA 1:75000

1/1

RECORRIDO

De IDA	
Guayaquil - Yaguachi	24.92 km.
Yaguachi - Milagro	14.55 km.
Milagro - Mariscal Sucre	11.57 km.
Mariscal Sucre - Milagro	11.57 km.
Milagro - Roberto Astudillo	11.79 km.
R. Astudillo - Naranjito	5.19 km.
Naranjito - M. Maridueña	8.12 km.
M. Maridueña - CINCAE	34.25 km.
DE RETORNO	
CINCAE - Guayaquil	54.03 km.
Total Recorrido	175.96 km.

CONTIENE

RUTA DE LA CAÑA

TESIS DE GRADUACION
 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA
 DEL LITORAL

SOLICITANDO: _____ DISEÑO: _____

DEL RECTOR AYCH: _____ FECHA: _____

ELABORADO: _____ PUBLICADO: _____

CONTIENE:

LA RUTA DE LA CAÑA DE AZÚCAR

Fuente: Elaboración Propia

3.2 Descripción del equipamiento de la Ruta

3.2.1 Equipamiento de Oficina

Para llevar a cabo la operación de la Ruta es necesario que el Proyecto cuente con una oficina donde las personas interesadas puedan dirigirse; para lo cual se estima conveniente alquilar un local en el centro de la ciudad de Guayaquil, la misma que necesita ser provista con equipos y materiales básicos de oficina.

3.2.2 Señalética

Es necesario mencionar que en la Provincia del Guayas a diferencia de otras provincias las Señales de Tránsito (señales de prevención, reglamentación e información) están bajo la jurisdicción de la Comisión de Tránsito del Guayas y estas a su vez son normadas por la Dirección Nacional de Tránsito; por lo tanto en las que se puede mencionar que hay señalética con nombres de carreteras, hacia donde se dirigen, de distancias, etc. La mayoría de las señaléticas de nombres de calles céntricas y principales instituciones que se encuentran ubicadas en la urbe del cantón Milagro incluyendo el Ingenio Valdez, son normadas por la Ilustre Municipalidad de este cantón. Al llegar a las parroquias de Milagro éstas también cuentan con sus respectivas señaléticas de ingreso y bienvenida.

El cantón Marcelino Maridueña cuenta con señalética de bienvenida y punto de dirección hacia el Ingenio San Carlos, hospital y sus parques, colocados por el mismo Ingenio; sin embargo se recomienda que dentro de las instalaciones de los Ingenios San Carlos y Valdez cuente con más señalización informativa. En cuanto a los trapiches artesanales localizados en el Recinto la Lejía, se recomienda instalar paneles de información que vayan ubicados a la llegada. El primero en el trapiche de la familia Cáceres donde se procesa la panela. El segundo panel en el trapiche de la familia Solórzano donde se procesa el alcohol y el tercer panel en el trapiche de la familia Campoverde donde se procesa la melcocha, el diseño de toda señalética a emplearse en el sector debe seguir los estándares del Ministerio de Transporte y Obras Públicas; y del Ministerio de Turismo.

3.2.3 Equipamiento del Vestuario a requerir por los visitantes.

Para realizar las visitas dentro de cada ingenio y cumplir con los estándares y políticas de cada lugar es necesario que los visitantes se equipen de ropa sport cómoda, incluyendo un gorro; botas o zapatos anti-deslizantes, y casco de seguridad (provisto por el Ingenio). Además de protector solar y repelente contra insectos. Cabe destacar que para el ingreso al área de envasado y sellado se necesitará vestir con ropa estéril desechable que lo facilita el Ingenio azucarero.

3.3 Características de las instalaciones a requerir

La ruta de la caña de azúcar se desarrollará básicamente en dos cantones de la provincia del Guayas: Milagro y Marcelino Maridueña de los cuales el primero cuenta con equipamiento turístico en Alojamiento, Alimentación, Esparcimiento y otros servicios como una Agencia de Viaje, Bancos, Courier, cybers y establecimientos de Renta a car; el segundo en cambio por ser un cantón más pequeño cuenta solo con equipamiento turístico en Esparcimiento y otros servicios como Bancos, un Courier y cybers.

En cuanto a la Ruta como tal, las vías, carreteros y caminos que se deben recorrer para llegar a los ingenios azucareros, al Recinto La Lejía (ubicado en la Parroquia Mariscal Sucre) y al Cincae se encuentran en condiciones óptimas de uso. A lo largo de las vías encontramos señalizaciones de información y prevención lo cual permite una mejor orientación tanto de vehículos como de transeúntes. Además se pueden encontrar en las vías principales y secundarias varios servicios como estaciones de gasolina, vulcanizadoras, pequeños comedores y puestos de frutas.

En cuanto a los puestos de auxilio inmediato están ubicados generalmente cerca de los peajes. En cuanto a las instalaciones de los ingenios azucareros a visitar se puede decir que cuentan con las debidas seguridades en el área de campo y fábrica. En el área de campo, los caminos que conducen a los

ingenios y a los canteros están en óptimas condiciones y cuentan con las respectivas señalizaciones de información de uso del suelo y de prevención a fin de evitar posibles accidentes, la situación actual de las vías y de los caminos permite una libre circulación de vehículos pesados y livianos. En el área de fábrica al igual que en campo existen señalizaciones de prevención e información que guían a los trabajadores y visitantes dentro del ingenio.

Dentro de las fábricas los pasillos de circulación cuentan con pasamanos de seguridad para evitar posibles accidentes como caídas, esguinces, luxaciones, etc. Cabe destacar que el Ingenio Valdez en Milagro cuenta la certificación de las Normas ISO 9000 (acreditadas) y el ingenio San Carlos en Marcelino Maridueña está en proceso de certificación de las Normas ISO 9000.

3.4 Capacidad de Carga Turística

El cálculo de capacidad de carga determinará el número máximo de visitantes que pueden recibir los senderos dentro de las instalaciones de los Ingenios San Carlos y Valdez sin afectar las condiciones físicas, biológicas y de manejo que se presentan en el área en el momento de estudio para lo cual se determina en este proyecto la carga física, dado que los senderos ya están establecidos con anterioridad, las fábricas funcionan durante muchos años, lo que se logrará es que estos puedan recibir visitantes.

Para calcular la capacidad de carga física CCF (Capacidad de Carga Física), que es el límite máximo de grupos que pueden visitar un sitio durante un día, se usan los siguientes factores: de visita (horario y tiempo de visita), la superficie disponible y los factores sociales.

Antes de calcular la capacidad de carga es necesario referirse a las condiciones actuales en cuanto a normativas de visitas de los Ingenios Azucareros en estudio, del Centro de Investigación de la caña de azúcar del Ecuador y de la Comunidad Rural La Lejía en la Parroquia Mariscal Sucre-Milagro.

Los Ingenios Azucareros actualmente reciben visitas de colegios y escuelas de su mismo cantón; es el caso del Ingenio Valdez en Milagro y del Ingenio San Carlos en Marcelino Maridueña. Las visitas a la planta requieren de una aprobación de la Gerencia de Operaciones a dónde se dirige una solicitud explicando el motivo, en cuanto al tránsito de la planta no hay restricciones y reciben grupos no mayores a 10 personas. El número de visitas en el área de campo va de 10 a 25 personas por la amplitud del terreno. La mejor época para visitar es en zafra a partir de julio a diciembre.

Para calcular la capacidad de carga física CCF (Capacidad de Carga Física), que es el límite máximo de grupos que pueden visitar un sitio durante un día,

se usan los siguientes factores: de visita (horario y tiempo de visita), la superficie disponible y los factores sociales.

Se calcula con la fórmula:

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV$$

S:	Superficie disponible, es la longitud del sendero (m2)
sp:	Superficie usada por persona
NV:	Número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día

Dónde:

$$NV = \frac{HV}{tv}$$

Tiempo necesario para visitar cada sendero

Se calcula el NV (número de veces que el sitio puede ser visitado por la misma persona en un día) para todas las áreas de estudio:

1. Área de campo y fábrica del Ingenio Valdez

$$NV: \frac{8H/día}{1h/visitas / visitante} = 8 \text{ visitas al día (campo y fábrica)}$$

Se conoce de antemano que en el área de campo se labora 11 horas al día y en la fábrica en tiempo de zafra opera las 24 horas.

Para efectos de cálculo se toma un promedio de 8 horas, puede recibir al día 8 grupos de visitantes y cada grupo se toma una hora de recorrido.

2. Área de campo Ingenio San Carlos

$\text{NV: } \frac{8\text{H/día}}{8} = 9 \text{ visitas al día (campo y fábrica)}$ $0,83\text{h/ visitas / visitante}$
--

3. Área de fábrica Ingenio San Carlos

$\text{NV: } \frac{8\text{H/día}}{5} = 16 \text{ visitas al día (campo y fábrica)}$ $0,50\text{h/ visitas / visitante}$

4. CINCAE

$\text{NV: } \frac{8\text{H/día}}{6} = 12 \text{ visitas al día (laboratorios)}$ $0,66\text{h/ visitas / visitante}$
--

5. Trapiches Artesanales en la Parroquia La Lejía

$\text{NV: } \frac{8\text{H/día}}{2,16} = 3.70 \text{ visitas al día (campo y fábrica)}$ $2.16\text{h/ visitas / visitante}$
--

3.4.1 Cálculo de la Capacidad de Carga Física (CCF) de los lugares a visitar en la ruta propuesta.

En total se evaluarán 6 áreas detallaran a continuación.

3.4.1.1 Área de Campo Ingenio Valdez

El Ingenio Valdez cuenta con 14.000 hectáreas propias que están divididas en 5 zonas independientes, cada una manejada por un jefe que se encarga aproximadamente de 2500 hectáreas de producción. Los jefes se encargan de todo el cultivo desde la siembra hasta dejar listo el cantero para la cosecha. Los canteros son parcelas sembradas con caña, la empresa mide cuantas toneladas por hectárea produce el cantero, es decir cuántas libras o sacos por tonelada se obtienen y esto va supeditado a la variedad.

En el país existen 4 variedades: Ragnar de Australia, Barbados producida en el país, ECU 01 nativa de Ecuador y la Cenicaña con un mayor repunte en productividad tanto en libras por tonelada como en toneladas por hectárea. Es necesario indicar que cada cantero tiene 6 frentes de cosecha: 3 internos y 3 externos con un área libre para transitar de 50 metros y el espacio que ocupa una persona es de 4m².

Aplicando la formula

$$CCF = \frac{S * NV}{sp}$$

$$\begin{array}{l}
 S = 50 \text{ mts. (por cantero)} \\
 CCF = \quad sp = 4 \text{ mt. (por persona)} \\
 \quad \quad \quad NV = 8
 \end{array}$$

$$\text{CCF} = \frac{50 * 8}{4} = 100 \text{ visitantes por día}$$

3.4.1.2 Área de Fábrica Ingenio Valdez

El diseño de construcción del Ingenio Valdez consta de 3 niveles y esto es hacia arriba, los trabajadores se movilizan por pasillos construidos para el tránsito de personas, y para el transporte de maquinarias se dispone de varios ascensores.

En el caso de Valdez este pasillo mide 7 metros desde el primer nivel como ya se mencionó hacia arriba; sin embargo el área aprovechable para poder observar el proceso de azúcar es solo de 3 metros.

Aplicando la formula

$$\text{CCF} = \frac{S * NV}{sp}$$

$$\begin{aligned} \text{CCF : } S &= 7 \text{ mts. (por sendero)} \\ sp &= 1 \text{ mt. (por persona)} \\ NV &= 8 \end{aligned}$$

$$\text{CCF} = \frac{7 * 8}{1} = 56 \text{ visitantes por día}$$

3.4.1.3 Área de Campo Ingenio San Carlos

El Ingenio San Carlos cultiva entre el 75 y el 80% de la caña que muele anualmente comprando la diferencia a cañicultores y finqueros de zonas aledañas, tiene una extensión actual de 20.000 hectáreas que están divididas en 6 sectores, cada sector tiene su jefe de sector, un jefe de riego, un jefe de cultivo y un mayordomo. La extensión de los sectores varía desde 3000 a 6000 hectáreas los cuales se distribuyen en tres cantones: Marcelino Maridueña, Naranjito y El Triunfo.

Al igual que el Ingenio Valdez cada sector consta de varios canteros con un área libre para transitar de 50 metros y el área que ocupa cada persona es de 4m².

Aplicando la formula

$$CCF = \frac{S * NV}{sp}$$

CCF =	S	=	50 mts. (por cantero)
	sp	=	4 mt. (por persona)
	NV	=	9

$$CCF = \frac{50 * 9}{4} = 112 \text{ visitantes por día}$$

3.4.1.4 Área de Fábrica Ingenio San Carlos

La caña de azúcar para convertirla en producto final debe seguir un largo proceso en fábrica que inicia en la Romana de Caña y continua en los Tandem, Romanas de jugo, Torres de sulfitación, Tanque alcalizador, pasa por los Calentadores, Clarificadores, Evaporadores, Quemadores de azufre y continua en los Tachos, va a las Cristalizadoras, Centrifugas para finalmente ser secada y envasada para su distribución. De todas estas áreas se escogen solo dos que resumen todo el proceso; el área de la sección tachos y la de envasado debido a que en ellas se puede apreciar y comprender la compleja producción del azúcar.

a) Sección Tachos

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV$$

$$CCF = \begin{array}{l} S = 90 \text{ mts. (largo de sendero de la sección tachos)} \\ sp = 1 \text{ mt. (por persona)} \\ NV = 16 \end{array}$$

$$CCF = \frac{90}{1} * 16 = 1440 \text{ visitantes por día}$$

b) Sección Envasado

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV$$

- b) **Programa de Variedades**, los técnicos describen rápidamente como se hacen cruzamientos en caña, producción de semillas verdaderas y el tiempo que demora en obtener una variedad.
- c) **Producción de semilla**, se describe como producir semilla y porque es necesario producir semilla sana, se ve una rápida descripción de tratamiento de yemas y producción de semilla por cultivo de tejidos.

Cálculo de la CCF de los Laboratorios de Entomología y Fitopatología y del área de Producción de Semillas.

Aplicando la formula

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV$$

$$CCF = \begin{array}{l} S = 6 \text{ mts. (largo del pasillo de los laboratorios)} \\ sp = 1 \text{ mt. (por persona)} \\ NV = 12 \end{array}$$

$$CCF = \frac{6}{1} * 12 = 72 \text{ visitantes por día}$$

Y para el área de **Programa de Variedades** el Cincae tiene previsto hacer la exposición en el exterior disponiendo de varios metros con capacidad para 25 a 30 personas.

3.4.1.6 Parroquia La Lejía

Aquí se analizan tres sitios distintos. El primer trapiche pertenece a la familia Cáceres el cual está asentado sobre un área total de 2000 metros cuadrados, aquí muelen la caña para fabricar panela. El segundo trapiche pertenece a la familia Solórzano, dedicada a la producción de alcohol, aquí los cultivos de caña y el área operativa suman 4000 hectáreas, finalmente el tercer trapiche, se dedica a elaborar melcocha solo en la temporada de playa, la producción de este no representa un importante aporte económico ni al recinto ni al cantón, por lo que este proyecto busca con la propuesta de esta ruta rescatar esta actividad. El área total del terreno (cañaverales + área operativa + vivienda) alcanzan los 1000 metros cuadrados, sus propietarios son la familia Campoverde.

Hasta ahora solo se ha indicado la dimensión total del terreno donde están asentados los trapiches, pero que hay del espacio visible donde una persona puede transitar libremente para ver los cañaverales y el proceso en el trapiche. Al recorrer cada lugar se pudo observar que en realidad senderos no hay, lo que existen son caminos pequeños usados para el traslado de personas y áreas libres que sirven para el parqueo de carros, motos, camiones que transportan caña o alguna maquinaria.

Una vez explorado el terreno, se concluye que para efectos de cálculo de capacidad de carga física se tomara como referencia el trapiche que menor extensión tiene, entonces se procede a tomar las medidas del camino que conduce a los cañaverales y zona de proceso.

Aplicando la formula

$$CCF = \frac{S}{sp} * NV$$

$$CCF = \begin{array}{l} S = 100 \text{ mts. (largo del camino)} \\ sp = 5 \text{ mt. (por persona)} \\ NV = 3.70 \end{array}$$

$$CCF = \frac{100}{5} * 3.70 = 74 \text{ visitantes por día}$$

3.4.2 Cálculo de la Capacidad de Manejo de Grupos (CMG)

Finalmente, la capacidad de manejo dentro de los ingenios y demás áreas a recorrer se han estableció a partir del promedio de los factores de las tres variables que son:

- ✓ **Personal.-** Que ayudaría en el recorrido a los visitantes.

- ✓ **Infraestructura.-** La que ya mantienen los Ingenios de Valdez y San Carlos, y el Centro de Investigación de la Caña, senderos para el tránsito del personal que también serían utilizados para las visitas.
- ✓ **Equipamiento.-** vestuario seguro existente para los recorridos dentro del Ingenio, utilizados solo para las visitas.

Por lo cual tenemos los siguientes porcentajes, resultados que se expresan en la siguiente tabla:

Variable	Infraestructura	Equipo	Personal	Promedio
Valor	0,75	0,88	0,62	0,75

Este resultado obtenido es el porcentaje que se le extrae a la capacidad física y el cual se divide para las ocho horas laborables.

$$CM = \frac{\text{Infr} + \text{Eq} + \text{Pers}}{3} * 100$$

3.4.2.1 Área de Campo Valdez

$$\begin{aligned}
 CMGIAV &= \frac{CCF * \% \text{ de manejo}}{8 \text{ horas laborables}} \\
 &= \frac{100 * 0.75}{8} = 9 \text{ visitantes por grupo}
 \end{aligned}$$

3.4.2.2 Área de Fábrica Valdez

$$\begin{aligned}
 \text{CMGIAV} &= \frac{\text{CCF} * \% \text{ de manejo}}{8 \text{ horas laborables}} \\
 &= \frac{56 * 0.75}{8} = 5 \text{ visitantes por grupo}
 \end{aligned}$$

3.4.2.3 Área de Campo San Carlos

$$\begin{aligned}
 \text{CMGISC} &= \frac{\text{CCF} * \% \text{ de manejo}}{8 \text{ horas laborables}} \\
 &= \frac{112 * 0.75}{8} = 10 \text{ visitantes por grupo}
 \end{aligned}$$

3.4.2.4 Área de Fábrica San Carlos

$$\begin{aligned}
 \text{CMGISC} &= \frac{\text{CCF} * \% \text{ de manejo}}{8 \text{ horas laborables}} \\
 &= \frac{1120 * 0.75}{8} = 105 \text{ visitantes por grupo}
 \end{aligned}$$

3.4.2.5 CINCAE

$$\begin{aligned}
 \text{CMGCINCAE} &= \frac{\text{CCF} * \% \text{ de manejo}}{8 \text{ horas laborables}} \\
 &= \frac{72 * 0.75}{8} = 6 \text{ visitantes por grupo}
 \end{aligned}$$

3.4.2.6 Parroquia La Lejía

$\text{CMGLEJIA} = \frac{\text{CCF} * \% \text{ de manejo}}{8 \text{ horas laborables}}$ $= \frac{74 * 0.75}{8} = 6 \text{ visitantes por grupo}$

Conclusión

Se puede estimar por los cálculos obtenidos finalmente de manejo de grupo que el grupo ideal para las visitas es de 24 a 25 personas por grupo, subdividiendo este grupo en las áreas como fábrica de los Ingenios donde la incidencia del ruido durante la zafra hace un poco difícil escuchar las explicaciones. Además cabe recalcar que los Ingenios tienen pre establecido la cantidad de visitantes que guían cuando lo requieren que por normas de seguridad se estableció entre seis a ocho personas como máximo.

3.5 Evaluación de zonas de riesgo

Basándose en que el proyecto propuesto “Ruta Turística de la caña de azúcar en la provincia del Guayas” es catalogado como un aporte para los cantones donde se desarrolla y que su beneficio se centraría en el cultivo y procesamiento de la caña de azúcar en forma artesanal e industrial, el objetivo principal del estudio de impacto ambiental es de describir y analizar la causa – efecto que tendrían las áreas a visitar de manera directa por parte

de los visitantes y de incidencia casual, por la razón que las visitas no son prolongadas, ni duraderas.

En este caso se generará impactos de conservación de las áreas y de orden social en los cantones mencionados; pero se establece un primer estudio de la incidencia que tiene los ingenios sobre los cantones a visitar, ya que estos son parte del producto a exponer. También se considerará el área artesanal (Mariscal Sucre) y el CINCAE como parte importante del producto turístico que se expone en el proyecto.

3.5.1 Matriz de Leopold.

La forma de análisis de este proyecto será a través de la Matriz de Leopold, la cual determinará los efectos positivos o negativos en las diferentes áreas, y será calificada de manera cuantitativa para una mejor comprensión de la situación de cada área.

El Listado de factores ambientales utilizados dependerá de las actividades a realizarse en cada área y tomando en cuenta la parte social que involucra a la población. La magnitud de la escala será (+/-) 0 -10; dando un valor de 0 cuando la incidencia es nula y de 10 cuando es máxima, lógicamente el 5 representará una incidencia mediana a la cual se expondría. Para una mejor comprensión de la forma de la calificación se adjuntará un cuadro en el cual

se demuestra la forma en que se calificará los impactos sobre las actividades a realizarse en cada sitio que conforma la ruta:

Calificación de la Magnitud e importancia para el estudio de Impacto Ambiental de la Ruta Turística de la Caña de azúcar en la Provincia del Guayas.

Cuadro N.- 3.2
Cuadro de Asignación de Valores para
Evaluación de Impacto Ambiental

Magnitud			Importancia		
Calificación	Intensidad	Afectación	Calificación	Duración	Influencia
1	Baja	Baja	1	Temporal	Puntual
2	Baja	Media	2	Media	Puntual
3	Baja	Alta	3	Permanente	Puntual
4	Media	Baja	4	Temporal	Local
5	Media	Media	5	Media	Local
6	Media	Alta	6	Permanente	Local
7	Alta	Baja	7	Temporal	Regional
8	Alta	Media	8	Media	Regional
9	Alta	Alta	9	Permanente	Regional
10	Muy alta	Alta	10	Permanente	Nacional

Fuente: Elaboración Propia

La calificación otorgada en las matrices se basa en una observación directa realizada por las tesoreras a los Ingenios y los sitios; por lo cual se puede tener una relación acertada de la situación real de cada uno de ellos.

Cuadro N.- 3.3
Ruta Turística de la Caña de Azúcar en la Provincia del Guayas
Impacto que Generan los Ingenios sobre los cantones

Componentes Ambientales	Ing. Valdez Inter-zafra		Ing. Valdez Zafra		Ing. San Carlos Inter Zafra		Ing. San Carlos Zafra		Total Inter.		
	Campo	Fábrica	Cam	Fábrica	Campo	Fábrica	Campo	Fábrica	P	N	Agregación Impacto
1.- Suelos											
Calidad del suelo	-3 / 3	-1/1	-3/3	-1/2	-3/3	-1/1	-3/3	-1/2	0	8	-42
2.- Agua											
Calidad del agua	-2/2	-2/1	-2/2	-5/2	-2/2	-2/1	-2/2	-5/2	0	8	-40
3.- Atmósfera											
Calidad del aire	-1/2	-1/2	-3/2	-6/4	-1/2	-1/2	-3/2	-6/4	0	8	-68
Emisión de ruidos	2/1	1/1	2/2	5/4	2/1	1/1	2/2	5/4	0	8	-54
Emisión de Olores	-2/1	-1/1	-2/2	-6/4	-2/1	-1/1	-2/2	-6/1	0	8	-62
4.- Flora											
Cultivos	-3/3	0/0	-3/2	0/0	-3/3	0/0	-3/2	0/0	0	4	-30
5.- Fauna											
Terrestre Silvestre	-3/1	0/0	-2/2	0/0	-3/1	0/0	-2/2	0/0	0	4	-14
Aves	-2/1	0/0	-2/2	0/0	-2/1	0/0	-2/2	0/0	0	4	-12
6.- Paisaje											
Urbano	-2/2	-1/3	-1/1	-1/3	-2/2	-1/3	-1/1	-1/3	0	8	-22
Natural	-1/2	0/0	-2/1	0/0	-1/2	0/0	-2/1	0/0	0	4	-8
7.- Social											
Calidad vida Población	6/3	3/3	7/5	7/5	6/3	3/3	7/5	7/5	8	0	194
Nivel de empleo	6/3	3/3	8/5	8/5	6/3	3/3	8/5	8/5	8	0	214
Transformación Cultural	6/3	3/3	8/5	8/5	6/3	3/3	8/5	8/5	8	0	214
Salud y seguridad	6/3	3/3	8/5	8/5	6/3	3/3	8/5	8/5	8	0	214
TOTAL IMPACTOS	15	17	71	32	15	17	71	32			270

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N.- 3.4
Ruta Turística de la caña de azúcar en la Provincia del Guayas
Impacto que generan los visitantes en las áreas a visitar en los Ingenios

Componentes Ambientales	Acciones	Ingenio Valdez				Ingenio San Carlos				Total		
		Campo		Fabrica		Campo		Fabrica		P	N	Impacto
		Siembra	Cosecha	Proceso	Llenado	Siembra	Cosecha	Proceso	Llenado			
1.- Suelos												
Calidad del suelo		-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	0	8	-8
2.- Agua												
Calidad del agua		0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0	0
3.- Atmósfera												
Calidad del aire		-1/1	-1/1	0/0	-1/1	-1/1	-1/1	0/0	-1/1	0	6	-6
Emisión de ruidos		-2/1	-2/1	-1/1	-1/1	-2/1	-2/1	-1/1	-1/1	0	8	-12
Emisión de Olores		0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0	0
4.- Flora												
Cultivos		-1/1	-1/1	0/0	0/0	-1/1	-1/1	0/0	0/0	0/0	4	-4
5.- Fauna												
Terrestre Silvestre		-1/1	-1/1	0/0	0/0	-1/1	-1/1	0/0	0/0	0	4	-4
Aves		-1/1	-1/1	0/0	0/0	-1/1	-1/1	0/0	0/0	0	4	-4
6.- Paisaje												
Urbano		0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0
Natural		-1/1	0/0	0/0	0/0	-1/1	0/0	0/0	0/0	0/0	2	-2
7.- Social												
Calidad vida Población		5/4	5/5	5/5	5/4	5/4	5/5	5/5	5/4	8	0	180
Nivel de empleo		4/5	6/5	5/5	4/5	4/5	6/5	5/5	4/5	8	0	190
Transformación Cultural		3/4	3/4	3/4	3/4	3/4	3/4	3/4	3/4	8	0	96
Salud y Seguridad		5/4	5/4	5/4	5/4	5/4	5/4	5/4	5/4	8	0	170
TOTAL IMPACTOS		64	85	80	69	64	85	80	69			596

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N.- 3.5
Ruta Turística de la Caña de Azúcar en la Provincia del Guayas
Impacto que Generan los visitantes en la Parroquia Mariscal Sucre

Componentes Ambientales	Acciones				Total		
	Siembra de Caña	Elaboración Panela	Elaboración Guarapo	Elaboración Melcocha	P	N	Impacto
1.- Suelos							
Calidad del suelo	-2/1	-1/1	-1/1	-1/1	0	4	-5
2.- Agua							
Calidad del agua	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	0	4	-4
3.- Atmósfera							
Calidad del aire	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	0	4	-4
Emisión de ruidos	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	0	4	-4
Emisión de Olores	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0	0
4.- Flora							
Cultivos	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	0	4	-4
5.- Fauna							
Terrestre Silvestre	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	0	4	-4
Aves	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	0	4	-4
6.- Paisaje							
Urbano	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0	0
Natural	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	0	4	-4
7.- Social							
Calidad vida Población	5/5	5/5	5/5	5/5	4	0	100
Nivel de empleo	4/5	4/5	4/5	4/5	4	0	80
Transformación Cultural	3/4	3/4	3/4	3/4	4	0	48
Salud y Seguridad	5/6	5/6	5/6	5/6	4	0	120
TOTAL IMPACTOS	78	79	79	79			315

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro N.- 3.6
Ruta Turística de la Caña de Azúcar en la Provincia del Guayas
Impacto que generarían los visitantes en el CINCAE

Acciones Componentes Ambientales	Laboratorio Entomología	Lab. Química	Laboratorio Fitopatología	Trapiches Muestras	Casa Cruzamientos	Casa Fotoperiodo	Invernaderos	Área Trata. Yemas	Campo experimental	Totales		
										P	N	I
1.- Suelos												
Calidad del suelo	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0	0
2.- Agua												
Calidad del agua	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0	0
3.- Atmósfera		-1/1										
Calidad del aire	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	0	9	-9
Emisión de ruidos	-1/1	0/0	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	-1/1	0	9	-9
Emisión de Olores	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0	0
4.- Flora												
Cultivos	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0	0
5.- Fauna												
Terrestre Silvestre	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0	0
Aves	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0	0
6.- Paisaje												
Urbano	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0	0
Natural	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0	0
7.- Social												
Calidad vida Población	0/0	2/2	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0	0
Nivel de empleo	2/2	3/2	2/2	2/2	2/2	2/2	2/2	2/2	2/2	9	0	36
Transformación Cultural	3/2	0/0	3/2	3/2	3/2	3/2	3/2	3/2	3/2	9	0	54
Salud y Seguridad	0/0	8	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0/0	0	0	0
TOTAL IMPACTOS	8	8	8	8	8	8	8	8	8			72

Fuente: Elaboración Propia

3.5.2 Conclusión del estudio de Impacto Ambiental

Para conocer que tan viable y factible es la ejecución de este proyecto se ha realizado el estudio de la Matriz de Leopold, la cual nos determina lo positivo o lo negativo de las actividades a evaluar, por ejemplo, los impactos que causarían sobre la calidad del suelo afectan en forma baja/baja ya que no causa mayor impacto negativo debido a que en cada Ingenio y sitio de visita se proporciona la vestimenta adecuada causando menos impacto.

El proyecto en curso tampoco afecta a la calidad del agua, la matriz de Leopold determina un impacto bajo/medio y esto se debe a que los ingenios son los que de forma mínima impactan en la calidad de la misma, debido a que estos cuentan con un sistema de asentamiento de solidificación en el agua; pero al pasar esta misma agua al sistema de ríos no es totalmente purificada y esto causa un impacto mínimo.

En cuanto a los impactos que se generan al medio ambiente (Aire, ruido, olores) afectan en un nivel bajo/medio debido a que en época de zafra se produce un mayor ruido y olor afectando al medio ambiente.

La fauna y el paisaje no tienen variación negativa porque son lugares destinados a la siembra de la caña; dejando su temporada de descanso de la misma para que se regenere.

En cuanto a la calidad de vida de los habitantes de los cantones Milagro y Marcelino Maridueña afectan positivamente ya que se genera una mejor calidad de vida, debido a que el simple hecho de funcionamiento de los ingenios genera en la población mayor fuente de empleo, seguridad y salud.

Además con la llegada de visitantes a los puntos de la Ruta no se generaría diferentes impactos a los que ya producen los ingenios.

Cabe destacar que este proyecto al ejecutarse generaría un impacto positivo, por lo cual se concluye que la ejecución del mismo si es viable en cuanto a población y medio ambiente se refiere. Puntualizando las siguientes recomendaciones que se deben seguir en cada sitio:

En el área de campo de las industrias:

- Seguir las normas de vestuarios y adicionales ya recomendados.
- No separarse de los grupos.
- Al pisar en los campos sembrados de caña, hacerlo por los surcos y no por los montículos.

En el área de fábrica.

- Seguir las recomendaciones dadas en cuanto al vestuario.
- No separarse del grupo.

- No tocar nada a menos que el guía lo permita.
- Seguir los senderos establecidos, para no interrumpir el trabajo del obrero.

En Mariscal Sucre (área artesanal)

- Seguir las recomendaciones de vestuario y adicionales.
- No tocar a menos que el guía lo permita.
- Seguir los senderos establecidos.

En el CINCAE

- Seguir las recomendaciones de vestuario y adicionales.
- No ingresar a los laboratorios e invernaderos hasta que el guía lo indique.
- No tocar a menos que el guía lo permita.
- Seguir los senderos establecidos.

3.6 Itinerario de la Ruta de la caña.

3.6.1 Descripción del Itinerario de la Ruta.

Las actividades turísticas a realizarse en la Ruta de la Caña de Azúcar son recomendadas para todo visitante, por ser su recorrido de fácil acceso; además es importante indicar que el guía y visitante deben seguir las debidas instrucciones en cada lugar.

A continuación se detallará el Itinerario.

Itinerario del Paquete

Ruta Guayaquil – Milagro – Mariscal Sucre – Marcelino Maridueña – Cincae – Guayaquil.

06h30	Recoger a los pasajeros en la ciudad de Guayaquil para dirigirse al cantón Milagro.
07h00	Box Lunch
07h15	Llegada al cantón Milagro (Ingenio Azucarero Valdez).
07h25	Inicio del recorrido de campo del Ingenio Valdez
08h25	Fin del recorrido del área de campo del Ingenio Valdez

- 08h35 Inicio del recorrido de las instalaciones del Ingenio Valdez
- 09h35 Fin del recorrido de las instalaciones del Ingenio Valdez
- 09h40 Salida a la Parroquia Mariscal Sucre
- 10h00 Llegada a la Parroquia Mariscal Sucre (Recinto La Lejía)
- 10h10 Visita al Trapiche de la Familia Cáceres para ver el proceso artesanal de la panela.
- 10h40 Visita al Trapiche de la familia Solórzano para ver el proceso artesanal del alcohol.
- 11h20 Visita al Trapiche de la familia Campoverde para ver el proceso artesanal de la melcocha.
- 12h00 Salida hacia los viveros.
- 12h20 Visita a los viveros en la vía a Naranjito
- 12h50 Fin de la visita a los viveros
- 13h00 Almuerzo típico
- 14h00 Fin del almuerzo

- 14h10 Salida hacia Marcelino Maridueña (Visita al Ingenio San Carlos).
- 14h20 Llegada al Ingenio San Carlos.
- 14h30 Inicio del recorrido en el área de campo del Ingenio San Carlos
- 15h20 Fin del recorrido del área de campo del Ingenio San Carlos.
- 15h30 Inicio del recorrido de las instalaciones del Ingenio San Carlos
- 16h00 Fin del recorrido de las instalaciones del Ingenio San Carlos
- 16h20 Llegada al CINCAE
- 16h30 Inicio del recorrido en las instalaciones del CINCAE
- 17h10 Fin del recorrido de las instalaciones del CINCAE
- 17h15 Salida a Guayaquil
- 18h30 Llegada a Guayaquil

3.6.2 Logística para la Operación del Paquete

Como se ha mencionado anteriormente el estudio de capacidad de carga para el presente proyecto determina que se podrán guiar al día 8 grupos de

24 personas, por lo tanto se requiere esta cantidad de visitas para poder cubrir costos de operación, costos administrativos y costos de inversión inicial. Por lo tanto se prevé contratar un bus con capacidad para 30 personas, de los cuales 24 serían pasajeros del tour más un guía y el chofer. Los buses cuentan con las siguientes características: asientos aterciopelados reclinables, aire acondicionado, TV., D.V.D., baño y altoparlante.

Se inicia este recorrido partiendo desde la ciudad de Guayaquil, donde la Operadora Turística es la encargada de recoger a los pasajeros en el hotel donde estén hospedados y para los visitantes locales el punto de encuentro será en el Hemiciclo de la Rotonda - Malecón Simón Bolívar para trasladarlos al cantón Milagro por la ruta Durán – Yaguachi – Milagro. Este viaje dura aproximadamente 45 minutos durante el cual se tiene programado proyectar en el autobús un video informativo sobre la caña de azúcar en el Ecuador. Para esto se propone elaborar un video que contenga información sobre el origen, importancia y evolución del cultivo en el país; la actual industria azucarera, niveles de producción desde su aparición como industria, avances tecnológicos y canales de comercialización. Las actividades a realizar en la Ruta de la Caña se podrán ver con mayor detalle en la descripción del itinerario.

3.6.3 Descripción del Itinerario del Paquete

Ruta Guayaquil – Milagro – Mariscal Sucre – Marcelino Maridueña – Cincae – Guayaquil.

Al llegar al cantón Milagro, se iniciará con la visita al Ingenio Valdez donde el recorrido será el siguiente:

3.6.3.1 De Guayaquil a Milagro

Se recomienda que la Operadora Turística que esté operando el paquete durante el trayecto de una breve explicación sobre el cultivo de caña en la provincia del Guayas, si se puede al llegar al primer ingenio azucarero a visitar coordinar la degustación del jugo de caña antes de iniciar el recorrido.

3.6.3.2 Visita al área de campo Ingenio Valdez

En el Ingenio Valdez se visitará los cañaverales (canteros) pertenecientes a la Parroquia Chobo. En comparación a San Carlos el Ingenio Valdez es más pequeño, cuenta aproximadamente con 14000 hectáreas que están divididas en cinco zonas independientes y cada una dirigida por un jefe de zona, donde se podrá disfrutar del proceso de la siembra realizada día a día por trabajadores experimentados que ayudan al crecimiento del producto.(Ver figura 3.2).

Figura N. 3.2

Cultivo en el área de campo Ingenio Valdez



a) Esquejes de 50 cm b) Distribución de los esquejes en el terreno
c) Corte manual d) Cosechadora automática

Fuente: Elaboración Propia

La cosecha y corte son otro arte digno de verse, las áreas de cosecha tienen seis frentes, tres internos y tres externos. Hace varios se implementó internamente la siembra parcial mecanizada, que consiste en el arado de la tierra por tractores mientras que la plantación del esqueje es manual, la zafra dura desde junio 23 a diciembre 28 cada año. Cuando la cosecha es manual cada parcela emplea de 80 a 100 trabajadores y cuando la cosecha es mecanizada solo se necesitan 2 personas (técnicos del Ingenio que indican a los conductores de los camiones que lote está apto para cosechar). En el año

2008 se adquirieron 10 cosechadoras automáticas y cada una reemplaza a 10 trabajadores en cada viaje, razón por la cual en algunos lotes la cantidad de trabajadores se ha reducido considerablemente.

Otra actividad que se puede apreciar en el campo son los sistemas de riego, el cual se detalla a continuación:

- Riego por aspersión maneja 7 hectáreas promedio día. (Con cañones Nelson).
- Riego por gravedad maneja 4 hectáreas promedio día
- Riego por compuerta tiene un rendimiento de 6 hectáreas por día
- Riego por goteo está funcionando desde el año 2007, todavía no hay un rendimiento pero se prevé regar en 36 horas 76 hectáreas.

Explicación sobre los Restos del Antiguo Ingenio Isabel María (Chobo)

Además de las siembras y cosechas en la Parroquia de Chobo se conserva los vestigios de lo que un día fue un ingenio pequeño de nombre Isabel María, de lo cual lo más destacable es la chimenea en cuyo alrededor ha crecido un árbol dando una imagen de esplendor y misticismo. La fábrica es utilizada como bodega para maquinarias del Ingenio Valdez; alrededor existe una población de cerca 250 personas. La Parroquia Chobo atraviesa el río Milagro, afluente digno de verse por su belleza. (Ver figura 3.3).

Figura N. 3.3

Antigua Chimenea del Ingenio Isabel María, P. Chobo

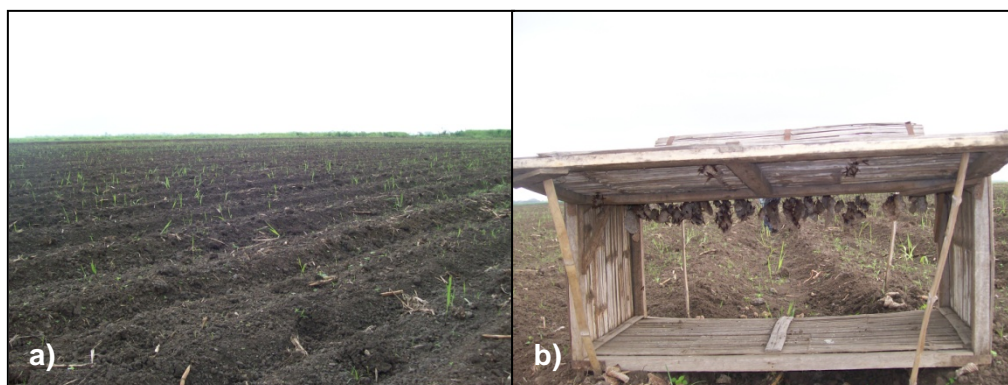


Fuente: Elaboración Propia

Control Biológico de Plagas

Otro atractivo en los canteros es el control biológico de plagas que consiste en ubicar estratégicamente en los canteros avisperos que se encargan de controlar las larvas del gusano cogollero (*Spodoptera frugiperda* Smith); que en estado larvario consumen la caña por dentro. (Ver figura 3.4).

Figura N. 3.4
Control Biológico - Ingenio Valdez



a) C
a) Cantero sembrado

b) Caseta de control biológico

Fuente: Elaboración Propia

3.6.3.3 Visita al área de fábrica Ingenio Valdez

A la entrada del Ingenio es necesario tomar ciertas medidas de seguridad, el recorrido tomará aproximadamente una hora, el proceso de elaboración de azúcar se detalla a continuación. (Ver Cuadro 3.7 y Anexo AH)

Cuadro N. 3.7

Proceso de Elaboración del Azúcar-IAV

1.- Romana de caña.- Control de peso de caña de acuerdo a su procedencia.
2.- Molienda.- Proceso de extracción del jugo, se dispone de Tandem No 1, compuesto de: 5 molinos de 4 mazas, con capacidad de molienda de 3,800 Toneladas/día y el Tandem No 2, compuesto de: 4 molinos de 4 mazas, con una capacidad de molienda de 4,700 toneladas/día.
3.- Romana de Jugo.- Control de peso de jugo de cada Tandem que ingresa a Fábrica.
4.- Sulfitación.- Tratamiento del jugo con Anhídrido Sulfuroso a través de dos torres de Sulfitación, su acción es blanqueante y desinfectante.
5.- Calado.- Proceso de neutralización del jugo con lechada de cal.

<p>6.- Calentamiento.- El jugo alcalizado pasa por intercambiadores de calor hasta lograr una temperatura de 102 a 105 grados centígrados, su efecto es coagular gomas, proteínas a la Clarificación.</p>
<p>7.- Clarificación.- Se dispone de seis clarificadores de jugo, en donde son separados los lodos (Cazacha) que acompañan al jugo, mediante Sedimentación y para ayudar se recurre a un Floculante que agiliza su decantación. El jugo clarificado pasa al proceso de Evaporación, mientras que la Cazacha es filtrada al vacío en filtros rotativos para recuperar la sacarosa presente en los lodos y devolver el Jugo Filtrado al proceso. La Cazacha es evacuada a lagunas de decantación, utilizando como medio de transporte canales de agua.</p>
<p>8.- Evaporación.- Concentración de jugo clarificado debiendo tener un Brix de 62 a 64, cuyo producto se llama Meladura.</p>
<p>9.- Clarificación de Meladura.- La meladura se clarifica mediante un proceso de flotación con ayuda de burbujas de aire y tratando con ácido fosfórico, lechada de cal y floculante, su finalidad es lograr remover la mayor cantidad de sólidos insolubles presentes.</p>
<p>10.- Cristalización.- Proceso donde crecen los cristales de azúcar, para lo cual se usa semilla que son núcleos de cristalización, que van creciendo con la alimentación de la miel y la concentración en el Tacho, equipo que trabaja en condiciones estables de temperatura y vacío. El producto que descarga el tacho se llama Masa Cocida de Primera, que es una mezcla de Cristales de Azúcar y Miel que no cristalizado, es de color café oscuro y tiene un Brix alrededor de 92.</p>
<p>11.- Cristalizadoras.- Recipientes donde se deposita la masa cocida tienen una agitación lenta y es donde se complementa el crecimiento de cristales para lograr un mejor agotamiento.</p>
<p>12.- Centrífuga.- Proceso de separación del cristal de azúcar y la miel mediante la fuerza centrífuga a 1,200 rpm. Los cristales son lavados y secados en la centrífuga para luego pasar a la secadora de azúcar. La miel llamada purga de primera, pasa a los tachos de segunda para continuar su agotamiento, retornando a los tachos de primera como semilla o solución y obtener una mayor producción de azúcar.</p>
<p>13.- Secado.- Proceso en el cual se complementa el secado mediante la transferencia de calor del aire caliente que se introduce en contracorriente a la alimentación de azúcar en la secadora, que es un tambor giratorio por donde pasa el azúcar hasta tener una humedad de 0.04%.</p>
<p>14.- Envasado.- El azúcar es envasado en varias presentaciones, dos tolvas alimentan a las envasadoras de 50 Kg, otras líneas alimentan a las Envasadoras de tipo Familiar cuyas presentaciones son de: 10 Kg, 5 Kg, 2 Kg, 1 Kg, ½ Kg, 250 gramos y los Stick pack de 5 gramos.</p>

Fuente: Datos proporcionados por el Ingenio Valdez

3.6.3.4 Visita a la Parroquia Mariscal Sucre

El punto de llegada será el Recinto La Lejía, aquí se visitarán tres trapiches pertenecientes a tres familias dedicadas al proceso artesanal de la panela, aguardiente y melcocha. A la llegada de cada trapiche se hará una parada junto al Panel de Información para dar una breve explicación luego se

procederá a observar y participar del proceso para finalmente degustar de los productos elaborados por ellos mismos. (Ver figura 3.5, 3.6 y 3.7).

Figura N. 3.5

Proceso Artesanal de la Panela



- | | |
|------------------------|--|
| a) Miel de caña | b) Movimiento de la mezcla para que no se queme. |
| c) Vaciado de miel | d) Colocación separadores de panela |
| e) Desmolde de panelas | f) Envoltura de panela |

Fuente: Elaboración Propia

Figura N. 3.6

Proceso Artesanal de la Melcocha



- | | |
|--|--|
| a) Miel de caña | b) Verter la mezcla para empezar a estirar |
| c) Tostar el maní para la mezcla | d) Estiramiento de la melcocha |
| e) Estiramiento de la melcocha hasta que coja punto. | f) Envoltura de melcocha |

Fuente: Elaboración Propia

Figura N. 3.7
Proceso Artesanal del Aguardiente



Fuente: Elaboración Propia

3.6.3.5 Visita a los viveros

En Milagro vía al cantón Naranjito existen diversidad de viveros que ofrecen cantidad de plantas ornamentales, bonsáis y plantas medicinales para todos los gustos. (Ver figura 3.8).

Figura N. 3.8
Viveros en la vía Milagro-Naranjito



a) Plantas ornamentales

b) Bonsái

Fuente: Elaboración Propia

3.6.3.6 Visita del área de campo Ingenio San Carlos

El área de cultivo en el ingenio comprende aproximadamente 14000 hectáreas y esto sumado a los cañicultores alcanza 20000 hectáreas.

La caña de azúcar (*saccharum officinarum*) es una gramínea anual en la que se manejan dos tipos de plantaciones: caña planta, que es el ciclo que comprende desde la siembra hasta el primer corte y caña soca, que empieza después del primer corte y termina con el último (pueden ser cinco o más) antes de hacer una nueva siembra, lo que se conoce como renovación. El proceso de elaboración del azúcar está dividido en dos etapas: campo y planta.

Siembra, Cultivo y Cosecha de la Caña de Azúcar - Ingenio San Carlos

1.-Siembra. La siembra de la caña de azúcar comienza con la selección de una buena semilla, luego de ser bien cultivada, libre de plagas y enfermedades los tallos de caña de azúcar se cortan en trozos de unos 45 cm después de los 7 meses de edad. (Ver figura 3.9).

Figura N. 3.9
Siembra de caña-ISC



- a) Carro repartidor de atados de esquejes b) Distribución de los esquejes
c) Tractor cubre los esquejes d) Terreno cubierto con abono orgánico más Fertilizantes.

Fuente: Elaboración Propia

El terreno para la siembra se debe preparar realizando dos o tres pasadas de rastras de discos que eliminan las cepas del anterior cultivo, lo cual hace que la semilla pueda germinar y desarrollarse, luego se hacen surcos de unos 25 cm de profundidad a 1,5 mts. de distancia entre ellos; el mismo equipo que surca el terreno, aplica la primera fertilización a base de nitrógeno, fósforo y potasio. La semilla colocada en el fondo es tapada con unos 5 cm de tierra para proceder a dar el primer riego. De 75 a 80 días, se coloca tierra en la base de la hilera de caña para que esta quede elevada

sobre la superficie del terreno; luego la planta recibe simultáneamente una segunda fertilización a base de nitrógeno. Los controles de malezas pueden ser químicos, mecánicos o manuales, dependiendo de cada lote. La caña es cosechada aproximadamente a los 13 meses.

2.-Cultivo de Caña Soca. La caña soca comienza después del primer corte. La primero que se realiza es la disposición o el encalle de los residuos de cosecha (hojarasca, cogollos) en un entre- surco, cada cinco surcos. Posterior a esto se hacen de manera simultánea la roturación y la fertilización mecánica del cultivo, aplicando nitrógeno y potasio; luego se realizan los controles de malezas que se efectúan mediante la aplicación de herbicidas dependiendo del tipo y área de cobertura en cada lote; este control químico se complementa con controles manuales y mecánicos. La cosecha de la caña soca se realiza aproximadamente a los 12 meses de edad. (Ver figura 3.10).

Figura N. 3.10
Abono orgánico + Fertilizantes-ISC



a) abono orgánico (pollinaza+ cerdaza) b) Fertilización del terreno
Fuente: Elaboración Propia

3.- Cosecha. La preparación de la caña para la cosecha empieza con la aplicación de madurante, el cual incrementa el contenido de sacarosa en la caña y se realiza entre 7 a 9 semanas antes de la fecha de corte.

Una vez que el lote tiene la edad adecuada, se procede a quemarlo para facilitar la labor de cosecha; al día siguiente la caña es cortada de forma manual o mecanizada. Si el corte es manual se utiliza machetes, y los cortadores se agrupan en parejas, cada pareja corta seis surcos que conforman una “manga”; la caña de la manga se ubica en el centro de los seis surcos, formando un “rollo” de donde es alzada por las llenadoras y colocada en los camiones o carretones que la transportan hacia la fábrica. En la cosecha mecanizada o con cosechadoras, la caña es cortada, picada, limpiada y botada por ésta directamente hacia el camión o carretón, que se ubica y rueda paralelo a la cosechadora.(Ver figura 3.11 y 3.12).

Figura N. 3.11**Cosecha Manual de Caña-ISC**

a) Quemada del cantero

b) Corte de caña

c) Camión transportando caña

d) Luego de la cosecha las garzas llegan al cantero para alimentarse.

Fuente: Elaboración Propia

Figura N. 3.12

Cosecha Mecanizada de caña-ISC



Fuente: Elaboración Propia

3.6.3.7 Visita al área de fábrica Ingenio San Carlos

Al igual que el Ingenio Valdez a la entrada del Ingenio San Carlos es necesario tomar ciertas medidas de seguridad, el recorrido tomará aproximadamente una hora, el proceso de elaboración de azúcar se detalla a continuación. (Ver Cuadro 3.8 y Anexo A1).

Cuadro N. 3.8 Proceso de Elaboración del Azúcar en Ingenio San Carlos

- | |
|--|
| <p>1.- Básculas.- La caña cosechada es transportada hacia la fábrica por medio de camiones para ser pesado en las básculas. Luego se distribuyen los camiones hacia los trapiches o Tandem de molinos. El Ingenio San Carlos posee dos Tandem de molinos en los cuales lo primero que se realiza es un lavado con agua para retirarles algo de la tierra y la suciedad que traen del campo.</p> |
| <p>2.- Proceso de extracción.- La caña pasa por un proceso de picadura que tiene por objeto desmenuzar la caña para conseguir una mejor extracción y rendimiento de la misma, luego se extrae el jugo el cual cae hacia un tanque, llamado "tanque de jugo</p> |

mezclado ". Este jugo mezclado es un jugo sucio pues contiene tierra, arena, residuos de caña y otras impurezas por lo que es clarificado antes de seguir su proceso.
3.- Desinfección del jugo. - La desinfección es un proceso en donde el jugo pasa por unas columnas de sulfitación, donde es alimentando con anhídrido sulfuroso. Al entrar en contacto el anhídrido con el jugo se produce la desinfección, destruyéndose los agentes patógenos, bacterias y microbios que pudiesen estar presentes en el jugo.
4.- Clarificación. - Una vez desinfectado el jugo se agrega floculante para agrupar en forma de flóculos las impurezas sólidas, que al ser más pesadas que el jugo tienden a sedimentar. La separación de los sólidos suspendidos se realiza en equipos llamados clarificadores, obteniéndose por la parte superior un jugo limpio y brillante, llamado "jugo clarificado" y por el fondo del equipo un lodo que contiene todas las impurezas sólidas (tierra, arena, residuos de cal y residuos de floculante). A este lodo se lo denomina "cachaza".
5.- Filtración. - El jugo sucio llamado "jugo filtrado", pasa por el clarificador de jugo filtrado para separarle las impurezas sólidas presentes y obtener un jugo que pueda ser recirculado al proceso. Las impurezas sólidas separadas del jugo filtrado clarificado son enviadas al tanque de cachaza.
6.- Evaporización. - El jugo clarificado pasa luego a la sección evaporación para eliminar gran parte del agua presente en el jugo. El jugo clarificado posee aproximadamente un 82-87 % de agua, por efecto del trabajo de los evaporadores de múltiple efecto se logra reducir el contenido de agua al 33-40 %, denominándose " meladura " al jugo concentrado que sale de los evaporadores.
7.- Cristalización y Centrifugación. -Para eliminar los sólidos insolubles en la meladura esta es alimentada a un equipo de clarificación para obtener una meladura más clara que se constituya en un azúcar de buena calidad. Para la formación de los cristales de azúcar (sacarosa) se elimina el agua presente en la meladura, esto se realiza durante la cocción en los evaporadores de simple efecto que trabajan al vacío. En un sistema de tres plantas se producen tres tipos de masas cocidas o templás : Las plantas A son las de azúcar comercial y las otras son materiales para procesos internos que permiten obtener finalmente el azúcar comercial.
8.- Secado. - Una vez descargado de las centrifugas se procede al secado del azúcar empleando una secadora rotativa al vacío. La humedad máxima permitida en el azúcar debe ser 0.075 %. El azúcar seco es conducido hacia las tolvas de almacenamiento para su posterior envasado en sacos.
9.- Envasado. -Una vez envasado el producto se debe controlar el peso de los sacos para comprobar que se cumpla con la norma de 50 kg de peso neto de azúcar por saco, luego se transportan los sacos hacia la Bodega para su posterior distribución. El producto es embalado en las presentaciones de 250 g, 500 g, 1 kg, 2 k y 5 kg envasados en fundas plásticas (polipropileno) y al granel en 50 kg envasados en sacos de papel Kraft triple capa.

Fuente: <http://www.sancarlos.com.ec/elaboracion.php>

3.6.3.8 Visita al CINCAE

El Centro de Investigación de la caña es financiado por los tres ingenios más grandes del País: ECUDOS, San Carlos y Valdez, inició sus actividades en

septiembre de 1997, con el objetivo de desarrollar variedades y tecnologías en el cultivo de la caña de azúcar. (Ver figura 3.13).

Figura N. 3.13
CINCAE



a) Vista exterior Cincae

b) Vista panorámica Cincae

Fuente: Elaboración Propia

El Centro cuenta con una estación experimental de 56 hectáreas, ubicada en el kilómetro 49.6 de la vía Durán – El Triunfo. Las áreas de investigación son: Programa de Variedades, Manejo de Plagas, Manejo de Enfermedades, Manejo de Suelos y Fertilizantes y, Química.

***Programa de Variedades.-** El principal objetivo es la evaluación y obtención de variedades con altas producciones de azúcar (TAH), basados en buenos tonelajes de caña (TCH) y buenos contenidos azucareros. Las variedades deberán superar a la variedad Ragnar, de origen australiano, que ocupa más del 70% del área sembrada con caña. Este programa trabaja con dos proyectos básicos:

- Obtención de variedades nacionales y Evaluación de variedades introducidas.

a) Variedades Nacionales.- Para realizar las mejores combinaciones genéticas posibles, se escogen los progenitores del banco de germoplasma y se induce la floración. Para ello el CINCAE construyó una casa de foto período donde se le suministra a las variedades una gradiente de luz, partiendo desde 12 horas 55 minutos hasta las 11 horas (Ver figura 25). Las plantas se mantienen a una temperatura promedio de 23°C y una humedad relativa de alrededor de 70%. De esta manera se ha logrado inducir la floración hasta un 80% en las variedades que no florecen en forma natural.

Las flores obtenidas de las diferentes variedades se colocan en la casa de cruzamientos para efectuar los cruces planificados de acuerdo a las características sobresalientes que pueda aportar cada una de las diferentes variedades utilizadas como progenitores. El tipo de cruzamientos más utilizados es el llamado biparental (entre dos variedades), en el cual una actúa como progenitor femenino y la otra como masculino. Se realiza también policruzamientos, en el que también se utiliza una variedad como progenitor femenino, pero esta es polinizada por varias flores de diferentes variedades (progenitores masculinos). Todos los cruzamientos se realizan en forma controlada utilizando toldos (faroles de tela), que evitan fecundaciones

no deseadas a través del movimiento del polen entre cruzamientos. (Ver figura 3.14).

Figura N. 3.14

Casa de fotoperiodo (izquierda) y casa de cruzamientos (derecha)



Fuente: Informe Anual 2007, Cincae

b) Variedades Introducidas.- Con el objeto de evaluar nuevas variedades y adaptarlas a la zona, se importan de otros países materiales, que son primero sometidos a un sistema de cuarentena en el cual se realiza un diagnóstico sobre la presencia de enfermedades, previo a su evaluación en campo. Las variedades que pasan la cuarentena (Ver figura 26), son evaluadas en diferentes condiciones ambientales y de manejo del cultivo. Al igual que las variedades nacionales, solamente aquellas que superen a las variedades comerciales, serán recomendadas para su posterior multiplicación y siembra comercial, por parte de ingenios y cañicultores.

Algunas de las variedades introducidas pueden ser utilizadas como progenitores en el desarrollo de las nuevas variedades nacionales, especialmente las que poseen características útiles a mejorar a través de los cruzamientos. Adicionalmente, todas las variedades pasarán a formar parte del banco de germoplasma (Colección Universal) de CINCAE.

Esta colección es la fuente de variabilidad genética, base de todo programa de mejoramiento genético. Las caracterizaciones e identificación de las variedades se basan en caracteres morfológicos y agronómicos, así como el uso de marcadores moleculares, para determinar la variabilidad de las secuencias del ADN y para establecer la “huella genética” de las mismas. (Ver figura N. 3.15).

Figura N. 3.15
Cuarentena



Fuente: www.cincae.org/variedaes.html

***Manejo de Plagas.** A nivel mundial se reportan alrededor de 1300 especies de insectos alimentándose de la caña de azúcar, de las cuales cerca de 500 especies están presentes en el continente americano. En el Ecuador, hasta

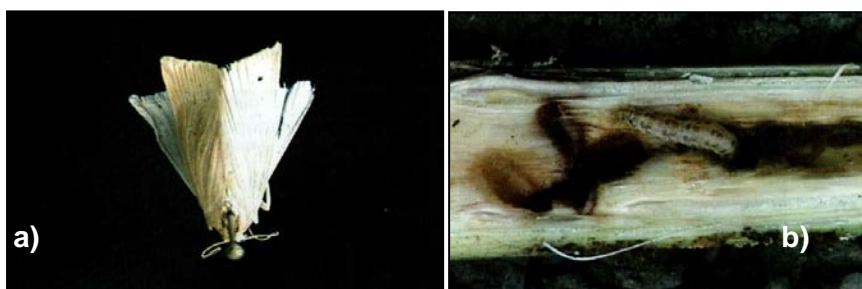
ahora, se han registrado 33 especies, la mayoría de las cuales carecen de importancia económica o pasan desapercibidas, por cuanto sus poblaciones se mantienen muy bajas u ocasionan poco daño al cultivo. En la Cuenca Baja del Río Guayas, principal zona azucarera del Ecuador, las plagas principales son: saltahojas (*Perkinsiella saccharicida*), barrenador del tallo (*Diatraea saccharalis*) y áfido amarillo (*Sipha flava*). El propósito del CINCAE es desarrollar y establecer un sistema de Manejo Integrado de Plagas (MIP) que permita reducir o evitar pérdidas en la producción y rendimiento de la caña de azúcar, disminuir los costos de producción y contribuir a la sostenibilidad de estos agro-ecosistemas. (Ver figura 3.16, 3.17 y 3.18).

Figura N. 3.16

PRINCIPALES PLAGAS EN LA CUENCA DEL GUAYAS

Barrenador del Tallo

Diatraea Saccharalis



a) Adulto de *Diatraea Saccharalis*

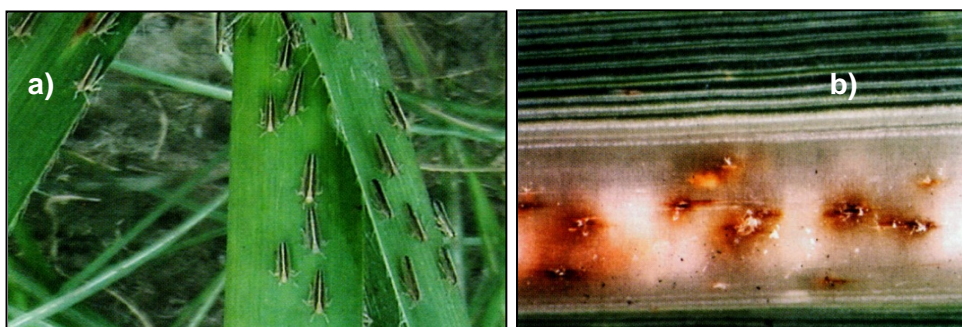
b) Daños causados por la larva
Diatraea Saccharalis

Fuente: Publicación Técnica N° 2, Cincae 2004

Figura N. 3.17

PRINCIPALES PLAGAS EN LA CUENCA DEL GUAYAS

Saltahojas
Perkinsiella Saccharicida



- a) Adultos de Perkinsiella Saccharicida b) Lesiones en la nervadura central de la hoja causada por las oviposiciones de Perkinsiella

Fuente: Publicación Técnica N° 2, Cincae 2004

Figura N. 3.18

PRINCIPALES PLAGAS EN LA CUENCA DEL GUAYAS

Áfido Amarillo
Sipha flava



- a) Colonia de áfido amarillo,
Sipha flava

- b) Larvas de coccinélidos
depredadoras de áfido amarillo.

Fuente: Publicación Técnica N° 2, Cincae 2004

***Manejo de Enfermedades.** Apoya en el desarrollo de variedades nacionales y la evaluación de variedades introducidas. En el primer caso, se determina el grado de incidencia de las enfermedades en los clones en proceso de selección e identifica aquellos que presentan tolerancia o resistencia.

En variedades introducidas, se maneja el sistema de cuarentena cerrada y abierta, para evitar la entrada de enfermedades exóticas al país. Dentro del manejo preventivo de enfermedades, se realizan diagnósticos para determinar los niveles de incidencia de las principales enfermedades en semilleros y canteros comerciales de los ingenios. Además, para cubrir la demanda por semilla de las diferentes variedades por parte de los ingenios, se produce semilla sana a través del tratamiento térmico y cultivo de tejidos.

Así mismo, se realizan estudios epidemiológicos y los efectos en la producción, y se desarrollan tecnologías para un manejo adecuado de las enfermedades, entre las que se incluyen los controles químicos, físicos y biológicos.

***Manejo de Suelos y Fertilizantes.** Esta área desarrolla tecnologías para incrementar la producción y rendimiento, mediante una adecuada fertilización del cultivo y la conservación del suelo y su fertilidad. Se evalúan diferentes dosis de nutrientes, tanto de elementos mayores, como micro-elementos,

para establecer los niveles óptimos de las variedades existentes y en los nuevos clones y variedades que el CINCAE desarrolla; con la finalidad de mejorar la rentabilidad del cultivo; tendiendo a un apropiado manejo ambiental. Esto ayudará a que el recurso suelo, que es el más importante en la cadena de producción siga siendo sustentable.

***Laboratorio Químico.** Apoya al proceso de obtención de variedades nacionales y evaluación de variedades introducidas, así como el desarrollo de tecnologías en las áreas de Edafología, Entomología y Fitopatología. El laboratorio cuenta con equipos y técnicas modernas en la determinación de una serie de parámetros analíticos en jugos de caña de azúcar, productos en proceso (jugos y mieles), subproductos (cachaza, ceniza y vinaza), suelos y foliares, que demanda el proceso de investigación del CINCAE y los ingenios azucareros (Valdez, San Carlos y E cud os) o las industrias alcoholeras (Producargo, Soderal y Codana).

a) Laboratorios de Biotecnología

Estos laboratorios apoyan las actividades del Programa de Variedades y Manejo de Enfermedades donde se realizan trabajos a nivel molecular, desarrollando la aplicación de marcadores moleculares para estudiar la variabilidad genética de la Colección Universal de Caña y en el futuro para identificar genes ligados a caracteres agronómicos. En el laboratorio de

cultivo de tejidos, se desarrollan metodologías in vitro para la multiplicación masiva de plantas libres de patógenos sistémicos, con el fin de proveer semilla de alta calidad de las diferentes variedades y apoyar al proceso de cuarentena.

***Capacitación, extensión e información.** CINCAE contribuye a la capacitación del personal técnico de los ingenios, cañicultores y estudiantes, mediante publicaciones (informes técnicos, carta informativa y plegable informativos) y tesis de grado; así como la organización de charlas, seminarios, talleres, cursos cortos y días de campo. Se dispone también de un Sistema de Información y Documentación a través de una biblioteca especializada, que presta servicios de consulta de libros, revista científicas, boletines técnicos, informes, etc.

CAPÍTULO 4

GESTION Y COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

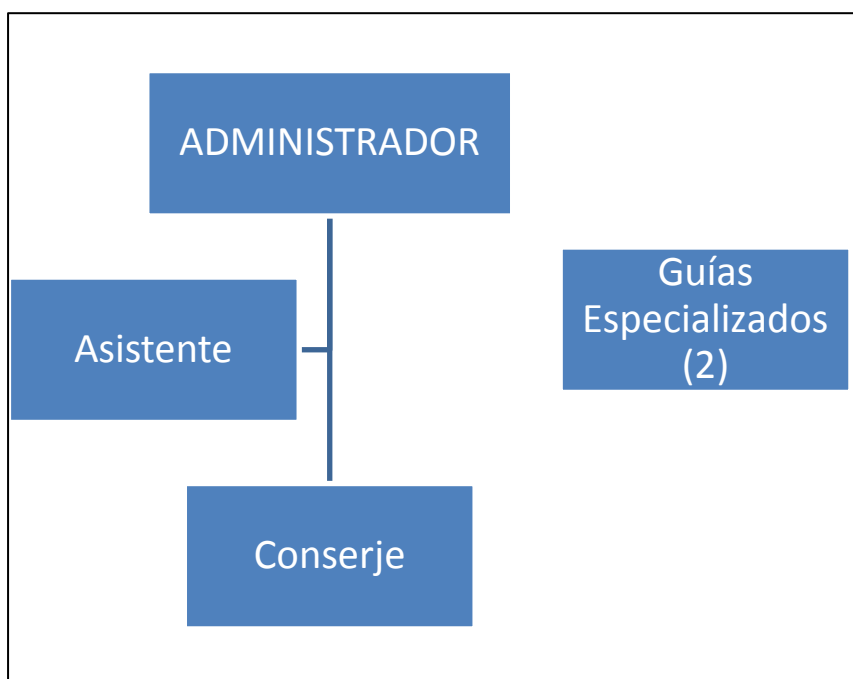
4.1 Estructura Organizacional

La estructura organizacional es un conjunto de relaciones y funciones que determinan formalmente las tareas que cada miembro debe cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad que conforma la organización. Cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible. Debido a las características particulares de este proyecto se propone utilizar un tipo de estructura de organización lineal que generalmente lo emplean las empresas nuevas o pequeñas, donde la

jerarquía de autoridad es netamente lineal en forma descendente y de fácil aplicación. (Ver gráfico 4.1).

Gráfico N. 4.1

Organigrama de La Ruta Turística de la Caña de Azúcar
en los cantones de Milagro y Marcelino Maridueña- Provincia del Guayas



Fuente: Elaboración Propia

4.1.1 Descripción de Funciones

A continuación se detalla las funciones que cada departamento deberá realizar, cada sección estará conformado por miembros, los mismos que

estarán en capacidad de cumplir con su trabajo de manera óptima a fin de que alcancen las metas establecidas.

ADMINISTRACIÓN.- Se encargará de la dirección y ejecución de la ruta propuesta. Cabe recalcar que el Administrador deberá tener experiencia en este tipo de función.

Funciones:

1. Coordinar, diseñar y ejecutar los paquetes de turismo.
2. Seleccionar y reclutar el personal.
3. Realizar los contratos de personal.
4. Seleccionar los distintos proveedores.
5. Asistir a Ferias Internacionales de Turismo con el fin de promocionar y establecer nexos de comercialización.
6. Promocionar los paquetes de turismo previamente establecidos a las Agencias de Viajes y Operadoras de Turismo.
7. Elaborar y controlar el presupuesto de gastos.
8. Autorizar la compra de activos y servicios.

9. Elaborar los Estados Financieros.
10. Acompañar al grupo durante el recorrido de la ruta.
11. Coordinar el servicio de alimentación durante el recorrido.

Asistente.- Se encarga de gestionar las actividades concernientes a la administración y operación de la Ruta. Para la selección de dicha persona es necesario que la misma tenga conocimientos básicos de contabilidad.

Funciones:

1. Coordinar las visitas a los lugares indicados en el Paquete de Turismo.
2. Contactar a los guías previos a una visita.
3. Asentar los movimientos económicos de la empresa en los registros contables.
4. Realizar los roles de pago de la Nómina de empleados.
5. Mantener contactos con los proveedores para gestionar la compra de equipos e insumos.
6. Mantener contactos con las Agencias y Operadoras de Turismo para la comercialización de la ruta.

7. Realizar las cobranzas por concepto de ventas de paquetes de turismo asumidas por las Agencias u Operadoras.
8. Manejar caja chica.

Guía.- Se tiene previsto que las salidas serán los fines de semana y por ello se contratará eventualmente a dos guías especializados en esta área, los mismos que se encargarán de explicar sobre el proceso de elaboración del azúcar en los Ingenios y en el Centro de Investigación las diferentes variedades de caña.

Funciones:

1. Recibir a los visitantes.
2. Entregar información sobre la Ruta.
3. Ser responsable del Manejo de Grupo asignado.
4. Cumplir estrictamente con el itinerario.
5. Coordinar directamente la visita con los Jefes o encargados en los lugares indicados dentro del Itinerario del paquete.
6. Apoyar en la coordinación de los servicios de alimentos y bebidas.

CONSERJE.- Es la persona encargada de realizar los trámites de mensajería y de mantener limpia y en orden la oficina.

Funciones:

1. Distribuir los oficios, solicitudes y demás documentos que requiera la oficina.
2. Mantener la limpieza general de la oficina.
3. Cumplir con sus horas de trabajo asignadas.

4.2 Estrategias de Comercialización

La comercialización tiene dos funciones:

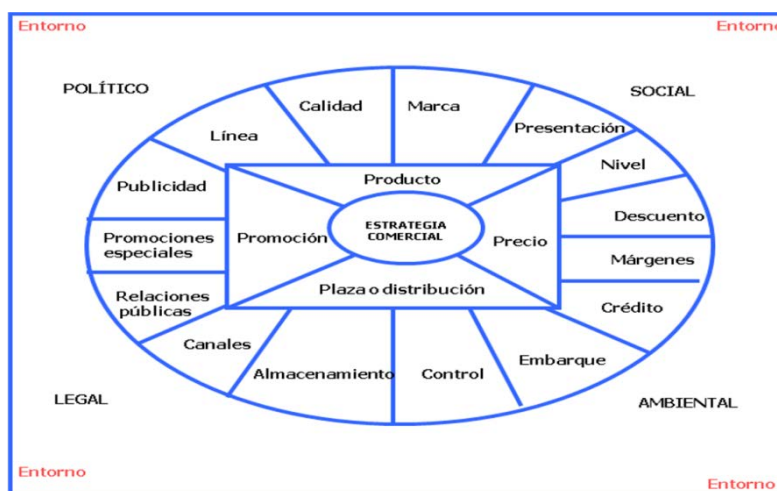
- a) Organizar un sistema de distribución eficiente que permite el acceso del consumidor a los productos.
- b) Llevar a cabo las acciones de comunicación necesarias para crear conocimiento de la oferta en el mercado e influir en el comportamiento de la compra

De nada sirve hacer una campaña de comunicación, si cuando se ha generado una demanda el cliente no encuentra el producto en la tienda, esta

situación puede llegar a ser contraproducente, debido a la frustración que genera. (Ver gráfico 4.2).

Gráfico N.4.2

Estrategias de comercialización



Fuente: Seminario 5. Marketing Turístico - Ing. Víctor Osorio

Las herramientas que permiten analizar las estrategias y que van encaminadas a dar la mayor satisfacción de los clientes potenciales, son precio, producto, plaza o distribución y promoción (las denominadas 4 p de un Plan de Marketing).

4.2.1 El Producto

Uno de los objetivos principales en los planes del marketing turístico debe centrarse en la creación de mercados y en proveer satisfacciones a partir del producto, para conseguir los beneficios necesarios.

Una vez elaborado, el producto turístico adopta la forma de un paquete de servicios o package, como normalmente se le conoce en la denominada industria de viajes, y se pone a la venta en el mercado, a través de los distintos canales de distribución. Por ello se hace imprescindible que los operadores conozcan profundamente el mercado en los que están operando o dónde van a operar en el futuro.

En este caso al hablar del producto se está refiriendo a la Ruta turística de la Caña de Azúcar en la provincia del Guayas, el cual se describe como un producto intangible o de servicio, basado en el disfrute de la naturaleza, participación de actividades al aire libre, transmisión de conocimiento científico-técnico, que busca satisfacer las necesidades de visitantes extranjeros y locales.

Todo producto tiene 4 ciclos de vida los cuales a continuación son analizados brevemente.

En toda **Fase de Introducción** de un producto turístico se necesita dedicar un mayor esfuerzo a la publicidad debido a los costos elevados, ventas y utilidades bajas que genera toda inversión inicial. Actualmente en la ciudad de Guayaquil los medios de difusión para este tipo de producto son los Gobiernos Locales: Subsecretaria de Turismo, el Gobierno Provincial del Guayas brinda su aporte a través de Solo en Guayas, la cual fue creada con

el propósito de ayudar a todo proyecto nuevo y encaminarlo, dando publicidad al producto a través de su página web. Además se cuenta con el apoyo de los Municipios de Guayaquil, Milagro y Marcelino Maridueña.

Una vez que se encuentra introducido el producto en el mercado continúa la **Fase de Crecimiento** que se caracteriza por sus costos decrecientes, ventas altas y utilidades elevadas. En esta fase se ha logrado posicionar el producto en el mercado como una nueva alternativa de turismo técnico-científico y rural. La venta de productos adicionales como panelas, melcochas, jugo de caña y demás productos en presentaciones pequeñas mantendrá un grato recuerdo en la mente del visitante y dará adicionalmente una identificación a esta ruta y un plus a su promoción y posición en el mercado turístico.

Luego de que el producto se encuentre ya posicionado en el mercado turístico y esté en la **Fase de Madurez** el propósito de éste será mantener las actividades iniciales y añadir otras que generen un valor agregado como: platos típicos atractivos, artesanías variadas y derivadas de productos naturales típicos de las zonas. Además se buscará persuadir a los visitantes para que visiten la Ruta con frases como si no conoces la Ruta de la Caña en la provincia del Guayas no conoces realmente el Ecuador. Llegar la parte psicológica del visitante es primordial en esta etapa.

Es necesario que cada cierto tiempo se rediseñe la ruta de la caña para que la **Fase de Declive o Decadencia** no lo deje fuera de la oferta de los productos turísticos debido a que en la Provincia del Guayas existen otras rutas turísticas ya posicionadas pero con sus diferencias bien marcadas debido a que el proceso y producto de los mismos no es igual; tales como la Ruta Spondylus, Cacao, y la Ruta del Banano en la Provincia de El Oro, la Ruta de La Paja Toquilla en Montecristi – Manabí que a su vez se consideran competidores directos.

Todo producto con el paso del tiempo cae en el aburrimiento, hay que tomar en consideración nuevos atractivos dentro de las ciudades cercanas además se deberá proyectar una nueva imagen del atractivo turístico.

4.2.2 Precio

El precio del servicio debería ser establecido bajo variables que constan en el marketing Mix, su fijación es también en consideración de los objetivos que se plantee la empresa, la demanda del producto y el tipo de cliente.

El precio ha de permitir cubrir gastos y obtener un beneficio, y para ser competitivo ha de ajustarse a los mercados y segmentos a los que se dirige la oferta porque, el valor que la empresa conceda a un servicio no tiene ningún sentido si no hay alguien dispuesto a pagarlo. Los elementos que se deben tomar en consideración para determinar el precio de un producto o

servicio son: Costos, Utilidad, Competencia, Factores Psicológicos, La estacionalidad, Oferta y demanda.

Para efecto de la primera fase “La Introducción” del producto se ha establecido un margen de utilidad menor, cubriendo todos los gastos que se generan. (Ver cuadro 4.1).

Cuadro N. 4.1
Costo del paquete - Ruta de la Caña de Azúcar

Precio por persona
\$30.00

Fuente: Elaboración propia

Una vez definido el precio del producto se debe optar por dar descuentos para hacerlo más atrayente en relación al mercado.

Descuentos.- Entre las posibles formas de promoción existe la de dar precios especiales a los siguientes grupos:

Niños menores de 12 años. Descuento de la tarifa de un 50%.

Estudiantes. Descuento de la tarifa de un 25%.

Personas con impedimentos físicos. Descuento del 25% de la tarifa.

4.2.3 Plaza o Distribución

Existen diversos canales de distribución y, en turismo, lo normal es que no se utilice uno sólo, sino la combinación más adecuada al producto, tipo y tamaño de la empresa turística; los canales a usar en este proyecto son de distribución directa e indirecta.

- **Distribución Directa**

Venta Directa a través de visitas coordinadas del Administrador a escuelas, colegios y empresas, como opción de giras.

- **Distribución Indirecta**

Los canales de distribución de la ruta de la caña son las Operadoras de Turismo Receptivo encargadas de distribuir el producto a todos los posibles clientes.

En cuanto a las Operadoras de Turismo Receptivo se busca el apoyo de las más destacadas a nivel nacional e internacional en este caso se recomienda realizar alianzas estratégicas con Republic Travel Agency (RTA), Tierra de Fuego en Galápagos, Pamtours, Gray Line Latin American y Manglar Rojo.

4.2.4 Promoción

Se entiende por Promoción todas aquellas actividades realizadas por la empresa para dar a conocer, atraer y conquistar la demanda de los consumidores.

Para realizar la publicidad o promoción es necesario conocer:

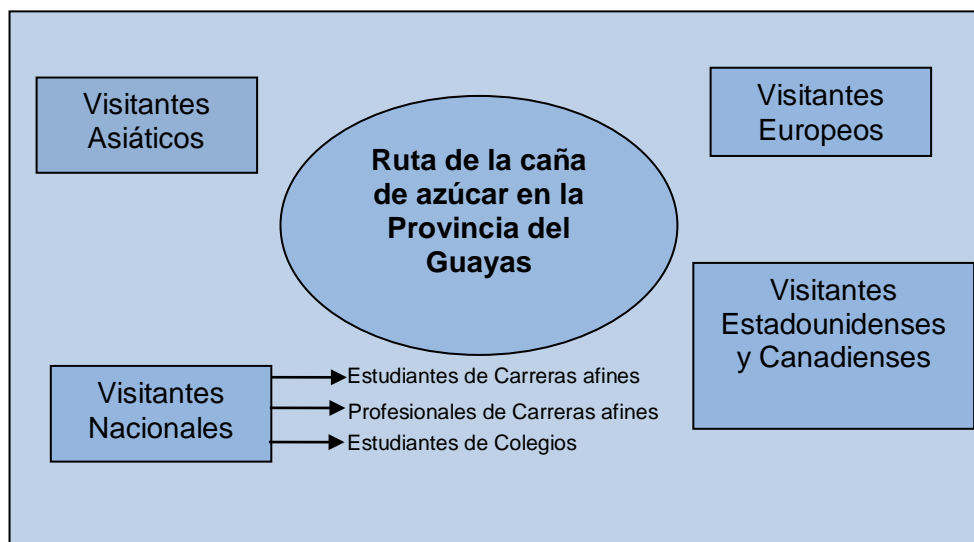
- **Puntos de Venta y de Compra.-** Se identifican dos puntos de venta.
 - a) Primero los visitantes nacionales que deseen hacer el recorrido de la ruta de la caña pueden dirigirse a la oficina que estará ubicada en un lugar estratégico en el centro de la ciudad de Guayaquil, allí coordinarán la visita con el administrador y podrán solicitar algún requerimiento en particular.
 - b) Segundo las Agencias de Turismo en el exterior serán las encargadas de promocionar la ruta de la caña dentro de sus planes de viaje a su vez estas Agencias coordinan con las Operadoras en el país para que organicen el recorrido de los turistas.

4.2.4.1 El Segmento del Mercado

Permite conocer quiénes realmente son o serán nuestros clientes, el estudio permitió hacer una valoración real de la demanda turística a nivel local y regional, resultados que luego fueron comparados con el Plan Integral de Marketing Turístico (Turismo Interno) y el Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador (Turismo Internacional) – PIMTE 2014 elaborado por el Ministerio de Turismo. (Ver gráfico 4.3).

Gráfico N. 4.3

Grupo objetivo del Producto Turístico



Fuente: Elaboración propia

El presente estudio identificó 4 mercados.

4.2.4.2 El Mercado Europeo

Las estadísticas indican que el 16% vienen de Europa de varios países, en orden al flujo de visitantes se ubican de mayor a menor: Alemania, España, Suiza, Inglaterra, Dinamarca, Finlandia, Noruega, Irlanda del Norte, e Italia; un 4% llega de la Ex - URSS (Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas) entre ellos, Estonia, Bielorrusia y Ucrania; y el otro 4% viene del Benelux (Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo).

4.2.4.3 Mercado Estadounidense

El 22% proviene de Estados Unidos y Canadá. Pese a que este porcentaje es mayor al mercado europeo los visitantes interesados en conocer la ruta son pocos debido a que ya han visitado plantaciones de caña en otros países como Cuba, Colombia y Argentina.

4.2.4.4 Mercado Asiático

El 2% proviene de China en Asia y un 1% de Australia en Oceanía. Aunque actualmente este mercado es pequeño va en aumento debido a las relaciones comerciales que existen entre China y Ecuador. Y esto lo comprueba el Ministerio de Turismo a través de su Plan de Marketing de Ecuador 2014.

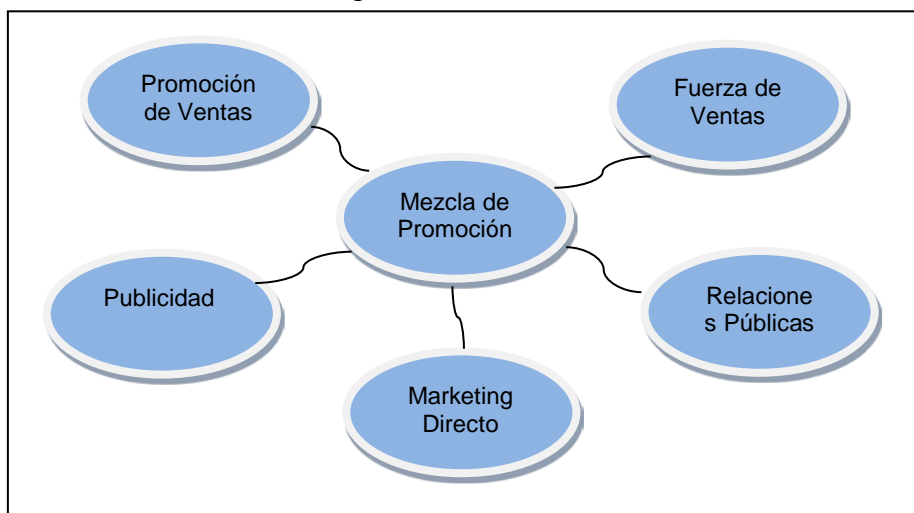
4.2.4.5 Mercado Nacional

El 57% de los encuestados se muestra interesado en recorrer la ruta de la caña. El Mercado Nacional va dirigido a los estudiantes y profesionales de Agronomía, Turismo, Biología, Ingeniería en Producción, Diseño Industrial; y a todos los estudiantes de colegios técnicos de la Provincia del Guayas. También se recomienda analizar el grupo que comprenden a los trabajadores de las empresas privadas y públicas, a las familias de clase trabajadora y a las personas de la tercera edad o jubilados.

4.2.4.6 Las Estrategias de Promoción

El modelo continuación permitirá conocer las estrategias que se deben emplear en el proyecto Ruta de la Caña. (Ver gráfico 4.4).

Gráfico N. 4.4
Estrategias de Promoción



Fuente: http://www.wikipedia.org/wiki/Archivo:Mezcla_Promocion_Brainstorming
Visita realizada el 16 de diciembre de 2009

- **Promoción de Ventas.-** El objetivo del Administrador de la Ruta es lograr que la ruta se conozca y se promocioe a través de alianzas estratégicas con los Municipios, Ingenios azucareros, Cámara Provincial y Ministerio de Turismo a fin de obtener espacio gratuito en los aeropuertos y hoteles de la ciudad. En este proyecto las Agencias de Viajes y las Operadoras de Turismo influirán en la venta del producto por medio de los incentivos que ofrezcan.

- **Fuerza de ventas.-** Cabe recalcar que la mayor fuerza de venta son los Operadores de Turismo tanto Nacionales como Extranjeros, y ellos venderán en base a la rentabilidad que genere la operación del destino.

- **Publicidad.-** Una vez identificado el objetivo de marketing y comunicación de la ruta de la caña se utilizará todos los medios disponibles para su promoción; en este caso muy concreto se pretende difundir el proceso artesanal de la caña en la parroquia Mariscal Sucre único punto localizado en la ruta planteada.

El objetivo de marketing busca posicionar este nuevo producto en el mercado turístico mediante la promoción de esta ruta, para lo cual se procede a seleccionar una imagen que lidere la campaña promocional

con su respectivo slogan. El objetivo de comunicación es captar clientes que no gusten de un turismo masivo, sino más bien de un turismo técnico-científico y rural.

- **Marketing Directo.-** Generado por los mismos visitantes que recorran por primera vez la Ruta; es decir los propios visitantes darán su punto de vista acerca de los atractivos y de los servicios del producto.

- **Relaciones Públicas.-** Es tarea del Administrador utilizar todas las herramientas presentes en los medios (publicaciones, noticias, conferencias, marketing social) con la intención de dar a conocer el destino turístico al público (clientes directos) además de mantener el contacto con los demás intermediarios.

El administrador debe realizar alianzas estratégicas con mayoristas y operadoras ubicadas en la ciudad de Guayaquil para que promocionen, incluyan y vendan La Ruta de la Caña en sus paquetes turísticos, muestren el video y material promocional; en cuanto a la acción local la folletería que se elabore se la distribuirá en aeropuertos, restaurantes, librerías, hoteles y afines, colegios, etc. También se hace indispensable utilizar el Internet para llegar a todos.

4.3 Plan de Promoción

Una vez identificado el mercado objetivo, el tipo de producto a ofrecer y su lugar de origen, se procede a elaborar el Plan de Promoción; es necesario indicar que el producto propuesto pertenece a la tipología de turismo comunitario del Mundo Costa, por lo tanto se establecerán estrategias de marketing tomando como modelo el Informe del Plan Integral de Marketing Turístico.

Según el Plan de Marketing de Turismo Internacional elaborado por el PIMTE 2014, el Turismo Comunitario actualmente tiene un nivel de notoriedad bajo pero se proyecta a futuro con un nivel de notoriedad alto según las estadísticas de llegadas internacionales. Esto quiere decir que hay muy buenas expectativas para este sector turístico por lo tanto favorece al producto Ruta de la Caña de Azúcar.

Ahora bien, según los objetivos por mundos turísticos, el Mundo Costa tiene una Notoriedad Actual Baja y se proyecta con una Notoriedad Objetivo Media, debido a la falta de marketing y diversificación de atractivos. Esta ruta contribuye a la oferta del mundo costa por lo que se recomienda que cuente con todas las normas de calidad para su aplicación.

Dentro de las prioridades promocionales de Productos Turísticos el MINTUR posiciona al turismo comunitario como un Producto de Consolidación lo que

significa que este producto turístico debe realmente ser un aporte en la diversificación de atractivos del mundo Costa para que logre aceptación en el mercado extranjero y nacional.

Al haber hecho una valoración breve del producto, ahora es necesario conocer qué herramientas de promoción se deben aplicar a este proyecto.

4.3.1 Herramientas del Plan de Promoción

Existen diversas herramientas para la promoción de destinos turísticos y por su naturaleza se clasifican en:

1. Materiales promocionales
2. Medios electrónicos
3. Participación en ferias nacionales e internacionales de turismo
4. Elaboración de un Video Promocional
5. Alianzas Estratégicas

Para el presente estudio se ha visto conveniente seleccionar 4 herramientas de promoción analizadas previamente en las Estrategias de Promoción, las

cuales deberán generar un resultado favorable en el posicionamiento de este producto turístico.

4.3.1.1 Materiales Promocionales

Como estrategia para el mercado local se buscará la promoción en revistas institucionales con la finalidad de economizar los pocos recursos financieros existentes. Los Municipios de Milagro, Marcelino Maridueña y Guayaquil trabajarán coordinadamente a fin de promocionar este nuevo producto turístico. Se establecerán alianzas estratégicas con la Subsecretaria de Turismo del Litoral, Gobierno Provincial del Guayas, Ministerio de Obras y Transporte.

Al ser la Subsecretaria de Turismo el ente encargado de la promoción de los destinos turísticos en la Provincia del Guayas, se solicitará la publicación de la ruta en los medios impresos.

- **Imagen del destino - Diseño del Logotipo**

Es necesario crear un logotipo que identifique a la ruta para lo cual se ha utilizado el elemento principal: la caña de azúcar (*Saccharum Officinarum*), el diseño tiene como imagen de fondo una marca de agua el mapa provincial, y ha sido elaborado en tonalidades verdes y amarillas propios de esta gramínea.

Gráfico N.4.5

Diseño del Logotipo



Fuente: Elaboración Propia

Este logotipo será utilizado en todo el material de promoción tales como folletos, afiches, trípticos, revistas, pagina web.

▪ Diseño del slogan

Para la definición del slogan para la Ruta de la Caña se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

- Destacar a los principales actores del cultivo de caña en la Provincia del Guayas: “Los cañicultores”.
- Destacar el producto sembrado: “La caña de azúcar”.

- Utilizar pocas palabras para que el visitante recuerde el sitio y lo asocie fácilmente.
- Crear una frase que se distinga de otros slogans que ya existen en el medio.
- Crear un slogan que comunique por si solo lo que significa la ruta.

Considerando estos aspectos se definió el siguiente slogan:

“El Alma Dulce del Guayas”

Revistas.- Como estrategia para el mercado local se buscará la promoción en revistas institucionales con la finalidad de economizar los recursos financieros existentes. Entre las que podemos citar **Ecuador es tuyo. Recórrelo** del Ministerio de Turismo, así como también la publicación de la ruta en trípticos, dípticos y guías de mundo. A nivel local los respectivos Municipios de Milagro y Marcelino Maridueña harán la promoción de la ruta por medio de su material publicitario.

Además se prevé contactar con los diferentes Ministerios para la difusión de la ruta, entre ellos se tiene al Ministerio de Obras Públicas y Transporte que actualmente ha elaborado un Mapa Vial Turístico de la Ruta Spondylus, también se considera necesario contactar al Ministerio de Agricultura,

Ganadería, Acuacultura y Pesca que actualmente emite la revista Informativa Agromap. También se recomienda hacer la publicidad de la ruta en La Revista del Diario El Universo, Vistazo, Hogar, Trama, Cosas y Agripac.

Para captar la atención de los visitantes extranjeros que actualmente se encuentran en el país, se recomienda publicar la ruta en revistas especializadas en Turismo, tales como **Terra Incógnita**, **Guía de Oro Ecuador** y **Mi Ecuador**, las mismas que pueden ser adquiridas en las principales librerías de los centros comerciales de la ciudad.

Para el visitante internacional que no se halla al momento en el país se llega a ellos a través de **Lonely Planet** la mayor Agencia virtual de turismo.

4.3.1.2 Medios Electrónicos

Página Web.- La creación de una página web se considera imprescindible para la promoción de esta ruta debido a que el mercado está enfocado principalmente al turista extranjero, para que esta herramienta de promoción capte la atención del visitante debe contener paquetes promocionales, galería de fotos de los atractivos, video comercial, costos y datos de ubicación de la Ruta, también es necesario crear un foro virtual donde los visitantes nacionales y extranjeros compartan sus experiencias de viaje. Además de contar con su sitio web la ruta de la caña buscará otros medios virtuales para su promoción.

Una de las páginas web a utilizar y que no genera ningún costo al proyecto es **SOLO EN GUAYAS** creada por el Departamento de Turismo del Gobierno Provincial del Guayas, la cual tiene como objetivo lograr el incremento de la demanda en la provincia, por medio de una campaña mediática trabajada localmente que incluye presencia televisiva en el exterior.

Esta iniciativa nace al haber descubierto que el turista aprecia y busca interacción con la gente del GUAYAS, por lo tanto la comunicación que esta página maneja busca motivar a propios y extranjeros a visitar la provincia.

La Ruta de la Caña aprovechará todos los espacios disponibles en el portal **SOLO EN GUAYAS**, por lo tanto debe preparar suficiente material publicitario para publicar en el área de videos comerciales, postales virtuales y guía turística de la Provincia del Guayas (promociona los lugares turísticos de cada cantón).

Otro medio virtual a utilizar es el portal del Ministerio de Turismo, para lo cual los Municipios involucrados deben solicitar los permisos respectivos.

Televisión.- La Ruta de la Caña buscará contactar con programas televisivos gratuitos dedicados a la promoción turística del país, entre ellos **Nómada** de **Ecuavisa Internacional** un programa de turismo comunitario donde los pueblos de todo el Ecuador tienen la oportunidad de promocionar las actividades turísticas que realizan con información actualizada.

Próxima Parada de **Ecuador Tv** hacen videos de promoción turística en Ecuador y el mundo y **Recurso Natural** programa que enseña sobre los recursos naturales que existen en el país, cómo cuidarlos y cómo ayudar a que no se pierdan, nos muestran procesos de generación de recursos a través de otros recursos ya utilizados para contaminar menos y producir menos desechos.

La Televisión de **Ecuavisa** bajo la dirección de Fernando y Carolina Ehlers, este programa se caracteriza por realizar reportajes profundos de investigación con temas de ciencia, cultura, viajes, ecología, tecnología y notas internacionales.

4.3.1.3 Participación en Ferias Nacionales e Internacionales

Es importante indicar que, la ruta de la caña a nivel local se promocionará a través de los Municipios involucrados: M.I. Municipalidad de Guayaquil, Municipio de Milagro y de Marcelino Maridueña; y a la vez estos municipios buscarán todos los medios disponibles para la promoción de sus productos.

Aquí juega un papel muy importante la comunidad y al hablar de la ruta de la caña nos referimos prácticamente a los habitantes del Recinto La Lejía de la Parroquia Mariscal Sucre del cantón Milagro. El comité organizador de la Ruta deberá motivar a los habitantes del sector a que participen en

actividades específicas del proyecto a fin de trabajar coordinadamente y lograr una distribución equitativa de las utilidades.

Para tal efecto se propone que los Municipios que intervienen en el proyecto **Ruta de la Caña** participen en las Ferias Nacionales e Internacionales de Turismo, a nivel local su presencia en la **Feria Internacional del Turismo en Ecuador (FITE)** es una muy buena oportunidad para captar visitantes nacionales y extranjeros.

A nivel mundial beneficiará la participación en la **Feria Internacional de Turismo (FITUR)**, con sede en España, es una feria internacional con 29 años de existencia donde participan expositores de organismos oficiales de turismo y representantes de diferentes productos y servicios para la industria del turismo en sus diferentes segmentos de mercado.

Otra feria muy conocida en el campo profesional turístico es la **Bolsa Internacional de Turismo (ITB)**, con sede en Berlín-Alemania realizada cada año en el mes de marzo, esta feria es considerada la más antigua e importante del medio turístico mundial, dedicada a los profesionales de la industria. Esto debido al hecho de que más del 75% de sus expositores y cerca del 30% de sus compradores llegan de otros países y no de Alemania.

Para captar el mercado Asiático se sugiere participar en la **Beijing International Tourism Expo (BITE)** realizada en Pekín- China, único

mercado oficial en Asia donde se dan a conocer las mejores propuestas y oportunidades de negocio y es el punto de encuentro para compradores y vendedores de la industria.

Vakantiebeurs Utrecht es otra opción que se propone para dar a conocer esta nueva ruta, esta feria que anualmente recibe profesionales y público en general se realiza en los Países Bajos, con el fin de presentar nuevas alternativas de turismo.

4.3.1.4 Elaboración de un Video Promocional

Creación de un video promocional de la ruta de la caña dónde se muestre brevemente las áreas a visitar, en el cual se destaque la importancia del trabajo del cañicultor, así como, la forma artesanal, el proceso industrial y técnico de este cultivo. Para tener una idea de lo que se quiere comunicar se ha elaborado un video guía que muestra los puntos planteados en este proyecto.

4.3.1.5 Alianzas Estratégicas

Otra forma de promocionar localmente la Ruta de la Caña es por medio de alianzas con instituciones educativas tales como colegios, universidades, e institutos técnicos con el fin de incentivar o motivar a los estudiantes a conocer su país.

4.4 Costos del Proyecto

Los costos del proyecto están dados por la inversión inicial que son aquellos gastos pre – operacionales, el capital de trabajo y activo fijo que son necesarios para iniciar las operaciones de toda oficina y empresa. (Ver Tabla i).

De esta forma, la inversión inicial de este proyecto será:

Tabla i
Inversión Inicial
(Expresada en dólares y porcentajes)

Inversión	Valor en USD
Activo Fijo	\$ 5.155,00
Capital de Trabajo	\$ 4.000,00
Gastos Pre Operacionales	\$ 1.252,00
Total	\$ 10.407,00

Fuente: Elaboración propia

4.4.1 Aspectos Legales

Los aspectos legales considerados clave para la ejecución de este proyecto es el registro del nombre comercial. Para llevar a cabo estos pasos se requiere registrar el nombre comercial de la ruta en el Instituto Ecuatoriano

de Propiedad Intelectual (IEPI) ubicado en el segundo piso de la Cámara de Comercio de Guayaquil (CCG). Para lo cual, contrataremos los servicios de un abogado especializado en registros de marcas y patentes como auspiciante (requisito del IEPI), los servicios legales requieren una inversión de US \$ 350.00 sin incluir el valor de la tasas, su trámite completo toma aproximadamente 8 meses y debe ser actualizado cada 10 años.

El primer paso es llevar a cabo la búsqueda, se realiza previo a la solicitud del registro de la marca, nombre comercial o lema comercial, en este caso será “Ruta de la caña de azúcar en la Provincia del Guayas” con el lema “El Alma Dulce del Guayas”. Este procedimiento es recomendable pero no obligatorio por ley. La búsqueda permite tener conocimiento si una marca, nombre comercial o lema comercial no ha sido previamente registrado o su registro está siendo tramitado por otra persona natural o jurídica. Este trámite dura 1 semana y requiere una inversión de US \$ 16.00. Los documentos requeridos por el estudio jurídico para llevar a cabo la búsqueda son mencionados a continuación: Original y 2 copias del formulario de búsqueda, y la papeleta de depósito por un valor de US \$ 16.00 realizado en efectivo en la cuenta corriente número 6169830 del Banco de Guayaquil a nombre del IEPI.

El siguiente paso, una vez que la búsqueda ha arrojado un resultado favorable, es decir, que el nombre comercial de nuestra empresa no ha sido

ni está siendo tramitado por otra persona natural o jurídica, podemos solicitar el registro respectivo. Este trámite toma 7 meses y requiere una inversión de US \$ 54.00. Los documentos que requiere el estudio jurídico para realizar este paso son los siguientes: Original y 5 copias del formulario de registro de marca llenado a máquina o en computador; 5 impresiones del logotipo a color y 1 en blanco y negro en papel couché mate tamaño 4 por 4 centímetros; original y 2 copias de la papeleta de depósito por un valor de US \$ 54.00 realizado en efectivo en la cuenta corriente número 6169830 del Banco de Guayaquil a nombre del IEPI; y un poder especial notarizado para autorizarlo al abogado a realizar este trámite.

Para que un notario certifique el poder especial se deben adjuntar los siguientes documentos: la minuta elaborada por el abogado, una copia de la cédula de identidad y del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal de la empresa, y una copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil.

Este trámite toma 1 día y requiere una inversión de US \$ 28.00. Una vez emitida la resolución favorable de registro del nombre comercial por parte del IEPI en la gaceta de Propiedad intelectual y transcurrido los 30 días de plazo de impugnación, se debe solicitar la respectiva emisión del título. Este trámite dura 1 mes y requiere una inversión de US \$ 28.00.

Los documentos que requiere el estudio jurídico para realizar este trámite son los siguientes: Original más 2 copias del escrito solicitando la emisión del título de registro del nombre comercial y la papeleta de depósito por un valor de US \$ 28.00 realizado en efectivo en una cuenta corriente del Banco de Guayaquil a nombre del IEPI.

Los aspectos tributarios considerados para la ejecución de este proyecto son la obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC) para personas jurídicas, el Permiso de Funcionamiento del Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Guayaquil (BCBG) y el Permiso de Funcionamiento de la M. I. Municipalidad de Guayaquil.

Estos pasos serán realizados por el representante legal de la oficina o por un delegado de la misma. Es importante tener en cuenta que las instituciones estatales que regulan estos procesos no exigen el auspicio de un abogado para realizar los respectivos trámites tributarios, estos datos fueron proporcionados por “Estudio Jurídico Jiménez-Viteri”.

Los gastos pre – operacionales se detallan a continuación. (Ver Tabla ii).

Tabla ii
Gastos Pre - Operacionales
(Expresada en dólares)

Inversión	Valor en USD
Registro de Marca	\$ 520,00
Permiso de Funcionamiento Municipal	\$ 32,00
Permiso Ministerio de turismo	\$ 400,00
Cámara de turismo	\$ 180,00
Permiso de los Bomberos	\$ 80,00
Permiso de salud	\$ 40,00
Total de gastos pre- operacionales	\$1252,00

Fuente: Elaboración propia

A continuación se detallan los Activos Fijos. (Ver Tabla iii).

Tabla iii
Activos fijos
(Expresada en dólares)

Equipos y Mobiliario de Oficina

Aire Acondicionado	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Dispensador de Papel	4	\$ 70,00	\$ 280,00
Dispensador Toallas Sanitarias	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Botiquin de Primeros Auxilios	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Extintor	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Equipos de Computación	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Equipos de Oficina (escritorio, silla)	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Infocus	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Sillas	30	\$ 10,00	\$ 300,00
Tachos de Basura (reciclaje)	5	\$ 55,00	\$ 275,00
Tachos de Basura para oficina	5	\$ 10,00	\$ 50,00
Total de Activos fijos en oficina			\$ 4.755,00

Fuente: Elaboración propia

A continuación se detallan algunos gastos fijos necesarios para la operación de la ruta. (Ver Tabla iv, v, vi)

Tabla iv

Gastos Administrativos - Nómina

(Expresada en dólares)

NOMINA	SUELDO MENSUAL	ANUAL
Administrador	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Asistente	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Conserje	\$ 264,00	\$ 3.168,00
Total	\$ 914,00	\$ 10.968,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla v

Gastos Administrativos – Servicios Básicos

(Expresada en dólares)

SERVICIOS BASICOS	COSTO MENSUAL	ANUAL
Agua potable.	\$ 40,00	\$ 480,00
Luz eléctrica	\$ 80,00	\$ 960,00
Teléfono.	\$ 30,00	\$ 360,00
Arriendo.	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Internet.	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTALSERVICIOS BASICOS	\$ 480,00	\$ 5.760,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla vi

Gastos de Publicidad

(Expresada en dólares)

PUBLICIDAD	PUBLIC. Mensual	ANUAL
Folletería (x ejemplares)	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Publicidad varia (camisetas, gorras, etc.)	\$ 500,00	\$ 6.000,00
TOTAL PUBLICIDAD	\$ 620,00	\$ 7.440,00

Fuente: Elaboración propia

4.4.2 Costos del Paquete

Dentro de estos costos se expresa todo lo que hay que invertir para la realización del paquete y operación del mismo que se ofrece a las operadoras de Turismo. A continuación se detalla el costo bruto del paquete por grupo. (Ver Tabla vii).

Tabla vii

Costos del Paquete por mes
(Expresada en dólares)

Detalle	Valor
Alquiler vehículo	\$ 250,00
Guía	\$ 35,00
Box lunch	\$ 50,00
Entradas	\$ 200,00
Almuerzo	\$ 75,00
Total	\$ 610,00

Fuente: Elaboración propia

Al costo bruto del paquete se debe agregar el 2% de imprevisto, obteniendo el costo operativo por grupo. A ese total se le añade los gastos administrativos mensuales consiguiendo el subtotal por grupo mensual. (Ver Tabla viii).

Tabla viii

Detalle de Costos del Paquete por grupo por mes
(Expresada en dólares)

	Valores
SUBTOTAL COSTOS OPERATIVOS POR GRUPO	\$ 660,00
IMPREVISTOS 2%	\$ 13,20
TOTAL COSTOS OPERATIVOS POR GRUPO	\$ 673,20
Gastos Administrativos mensuales	\$ 3.014,00
SUBTOTAL POR GRUPO	\$ 3.687,20

Fuente: Elaboración propia

Del subtotal por grupo se divide para 300, asumiendo que se tendrá doce viajes por mes; a este valor se le suma el 20% de utilidad, el total de estos se le agrega el 10% de comisión a las agencias de viajes que auspician el paquete y se logra el total del valor del paquete en el mercado. (Ver Tabla ix).

Tabla ix

Costos del Paquete Puesto en el mercado
(Expresada en dólares)

	Valores
TOTAL GRUPO	\$ 4.313,80
SUBTOTAL POR PERSONA	\$ 21,57
UTILIDAD 20%	\$ 4,31
TOTAL PV	\$ 25,88
COMISION AV (10%)	\$ 2,59
VALOR PAQUETE PUESTO EN EL MERCADO	\$ 28,47

Fuente: Elaboración propia

Para efectos de facilidad de pagos se estima redondear el precio a \$ 30 por persona.

4.5 Plan de Financiamiento

Existen diversas formas de financiamiento para la aplicación de un proyecto en el mercado como son las instituciones públicas y las privadas, para este proyecto es factible el préstamo 5-5-5 que otorga el Banco de Fomento para micro – empresarios dado que es baja la tasa de interés y a 5 años de amortización.

El crédito 5-5-5 (\$5 000, al 5% de interés pagaderos en un plazo de cinco años) es un proyecto impulsado por la Cámara de Microempresarios que se concretó en un convenio firmado el 4 de diciembre de 2006, en la postrimería del Gobierno de Alfredo Palacio.

Para este proyecto se ha establecido realizar el mencionado préstamo de \$5000 y los restantes \$5000 que faltarían para el arranque de trabajo del proyecto lo facilitarán las tres socias de la oficina que se usará para el funcionamiento de la Ruta. (Ver Tabla x).

Tabla x
Tabla de Amortización

Pago N°	Fecha del pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago extra	Pago total	Capital	Intereses	Saldo final
1	09/09/2011	5.000,00	94,36	0,00	94,36	73,52	20,83	4.926,48
2	09/10/2011	4.926	94	-	94	74	21	4.853
3	09/11/2011	4.853	94	-	94	74	20	4.779
4	09/12/2011	4.779	94	-	94	74	20	4.704
5	09/01/2012	4.704	94	-	94	75	20	4.629
6	09/02/2012	4.629	94	-	94	75	19	4.554
7	09/03/2012	4.554	94	-	94	75	19	4.479
8	09/04/2012	4.479	94	-	94	76	19	4.403
9	09/05/2012	4.403	94	-	94	76	18	4.327
10	09/06/2012	4.327	94	-	94	76	18	4.251
11	09/07/2012	4.251	94	-	94	77	18	4.174
12	09/08/2012	4.174	94	-	94	77	17	4.097
13	09/09/2012	4.097	94	-	94	77	17	4.020
14	09/10/2012	4.020	94	-	94	78	17	3.942
15	09/11/2012	3.942	94	-	94	78	16	3.864
16	09/12/2012	3.864	94	-	94	78	16	3.786
17	09/01/2013	3.786	94	-	94	79	16	3.708
18	09/02/2013	3.708	94	-	94	79	15	3.629
19	09/03/2013	3.629	94	-	94	79	15	3.549
20	09/04/2013	3.549	94	-	94	80	15	3.470
21	09/05/2013	3.470	94	-	94	80	14	3.390
22	09/06/2013	3.390	94	-	94	80	14	3.310

23	09/07/2013	3.310	94	-	94	81	14	3.229
24	09/08/2013	3.229	94	-	94	81	13	3.148
25	09/09/2013	3.148	94	-	94	81	13	3.067
26	09/10/2013	3.067	94	-	94	82	13	2.985
27	09/11/2013	2.985	94	-	94	82	12	2.904
28	09/12/2013	2.904	94	-	94	82	12	2.821
29	09/01/2014	2.821	94	-	94	83	12	2.739
30	09/02/2014	2.739	94	-	94	83	11	2.656
31	09/03/2014	2.656	94	-	94	83	11	2.572
32	09/04/2014	2.572	94	-	94	84	11	2.489
33	09/05/2014	2.489	94	-	94	84	10	2.405
34	09/06/2014	2.405	94	-	94	84	10	2.320
35	09/07/2014	2.320	94	-	94	85	10	2.236
36	09/08/2014	2.236	94	-	94	85	9	2.151
37	09/09/2014	2.151	94	-	94	85	9	2.065
38	09/10/2014	2.065	94	-	94	86	9	1.980
39	09/11/2014	1.980	94	-	94	86	8	1.893
40	09/12/2014	1.893	94	-	94	86	8	1.807
41	09/01/2015	1.807	94	-	94	87	8	1.720
42	09/02/2015	1.720	94	-	94	87	7	1.633
43	09/03/2015	1.633	94	-	94	88	7	1.545
44	09/04/2015	1.545	94	-	94	88	6	1.458
45	09/05/2015	1.458	94	-	94	88	6	1.369
46	09/06/2015	1.369	94	-	94	89	6	1.281
47	09/07/2015	1.281	94	-	94	89	5	1.192
48	09/08/2015	1.192	94	-	94	89	5	1.102
49	09/09/2015	1.102	94	-	94	90	5	1.012

50	09/10/2015	1.012	94	-	94	90	4	922
51	09/11/2015	922	94	-	94	91	4	832
52	09/12/2015	832	94	-	94	91	3	741
53	09/01/2016	741	94	-	94	91	3	650
54	09/02/2016	650	94	-	94	92	3	558
55	09/03/2016	558	94	-	94	92	2	466
56	09/04/2016	466	94	-	94	92	2	374
57	09/05/2016	374	94	-	94	93	2	281
58	09/06/2016	281	94	-	94	93	1	188
59	09/07/2016	188	94	-	94	94	1	94
60	09/08/2016	94	94	-	94	94	0	0

Fuente: Elaboración propia

4.5.1 Proyección de ventas

En esta parte del proyecto se estipula que se puede hacer dos tipos de proyecciones una optimista asumiendo que las ventas del paquete serán de 5 recorridos semanales con un total de 25 pasajeros en cada una. Estableciendo la utilidad que generaría por mes. (Ver Tabla xi).

Tabla xi
Egresos Mensuales con 5 recorridos semanales
(Expresada en dólares)

EGRESOS MENS	
SALARIOS	\$ 914,00
SERVICIOS BASICOS	\$ 480,00
PAGO DE BANCO	\$ 94,00
COSTO OPERATIVO	\$ 12.200,00
TOTAL	\$ 13.688,00

Fuente: Elaboración propia

También se proyectó en un escenario pesimista en la se estipula las ventas en 3 recorridos semanales con un total de 25 pasajeros en cada una, se estableció la utilidad que generaría por mes. (Ver Tabla xii).

Tabla xii

Egresos Mensuales con 3 recorridos semanales
(Expresada en dólares)

EGRESOS	
SALARIOS	\$ 914,00
SERV. BASICOS	\$ 480,00
PAGO DE BANCO	\$ 94,00
COSTOS OPERAT.	\$ 7.320,00
TOTAL	\$ 8.808,00

Fuente: Elaboración propia

Por lo que la proyección se visualizara en las siguientes tablas xiii y xiv.

Tabla xiii
Proyección de ventas optimista
(Expresada en dólares)

MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL
# de pax	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
Ing. Mes	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 180.000,00
Egr. Mes	\$ 13.688,00	\$ 13.688,00	\$ 13.688,00	\$ 13.688,00	\$ 13.688,00	\$ 13.688,00	\$ 13.688,00	\$ 13.688,00	\$ 13.688,00	\$ 13.688,00	\$ 13.688,00	\$ 13.688,00	\$ 164.256,00
Utilid. mens	\$ 1.312,00	\$ 1.312,00	\$ 1.312,00	\$ 1.312,00	\$ 1.312,00	\$ 1.312,00	\$ 1.312,00	\$ 1.312,00	\$ 1.312,00	\$ 1.312,00	\$ 1.312,00	\$ 1.312,00	\$ 15.744,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla xiv
Proyección de ventas pesimista
(Expresada en dólares)

MES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL ANUAL
# de pax	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
Ing. Mes	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 108.000,00
Egr. Mes	\$ 8.808,00	\$ 8.808,00	\$ 8.808,00	\$ 8.808,00	\$ 8.808,00	\$ 8.808,00	\$ 8.808,00	\$ 8.808,00	\$ 8.808,00	\$ 8.808,00	\$ 8.808,00	\$ 8.808,00	\$ 105.696,00
Utilid. mens	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 192,00	\$ 2.304,00

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Al culminar el presente trabajo de investigación, se puede concluir:

1. La hipótesis planteada en sus inicios: “Al crear la ruta de la caña de azúcar en la Provincia del Guayas, se contribuirá al desarrollo turístico de los cantones Milagro y Marcelino Maridueña en la provincia del Guayas”, fue comprobada ya que el interés demostrado por los turistas dentro del análisis realizado a través de cuestionarios dirigidos y su respectiva conclusión estadística, indican que si se proyecta una aceptación por parte de los turistas tanto extranjeros como nacionales, dando una entrada de creación de un atractivo turístico en los mencionados cantones y por ende se contribuiría a un desarrollo turístico.
2. El objetivo principal de este proyecto inicial es de establecer una ruta que incluya a los dos cantones principales de la provincia del Guayas que elaboran el azúcar, a través de un proceso industrializado y aséptico del mismo. Además de conocer la elaboración artesanal de la panela, melcocha y agua ardiente; para lo cual se distinguen cuatro puntos principales.
3. Los cantones de Milagro y Marcelino Maridueña además de la industria azucarera cuentan con instalaciones y atractivos turísticos naturales y otros creados, folklóricos, y acontecimientos programados que sirven de

ayuda a la ruta de la caña. Milagro a su vez dispone de un selecto equipamiento turístico en cuanto a alojamiento, alimentación y esparcimiento, lo que no sucede con Marcelino Maridueña, sin embargo se tomara de referencia a Milagro que está más avanzado en cuanto a planta turística se refiere para la promoción del destino.

4. Dentro del análisis de la infraestructura existen carreteras en óptimas condiciones: servicios básicos y hospitales donde acudir en caso de emergencia.

6 La ruta de la caña como ha sido planteada es accesible a los visitantes, el tiempo de inversión es de un día full day y de bajo presupuesto.

7 La propuesta de la creación de la Ruta de la Caña no cambiara en toda la vida social y económica de su población; pero dará los primeros pasos para dar a conocer estos cantones.

RECOMENDACIONES

En cuanto a las recomendaciones se puede sugerir lo siguiente:


1. Se puede recomendar a los turistas otros atractivos que puedan visitar dentro de los cantones de Milagro y de Marcelino Maridueña.
2. Se le recomienda a los Municipios organizar planes de publicidad de los cantones que incluya la ruta de la caña.
3. También se deberá concientizar a los lugares sobre la importancia de conservar limpios sus cantones y el cuidado a la naturaleza y sus atractivos.
4. Se puede llegar a incluir esta ruta dentro de paquetes que incluyan varios días.
5. Se recomienda al Gobierno Provincial colocar en las carreteras que conducen al destino vallas publicitarias de la Ruta de la Caña como atractivo turístico sostenible.

ANEXOS

ANEXO B

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MILAGRO

Nombre: Las Cataratas


Categoría Sitios Naturales	Tipo Caídas de Agua	Subtipos Cataratas
		
Ubicación Localizada en el Cantón Milagro parroquia Mariscal Sucre (Km. 11 vía Milagro – Mariscal Sucre mano derecha).	Medios de acceso Terrestre (no ingresan hasta el sitio), el transporte llega hasta la entrada, toma 5 minutos en carro y 20 minutos a pie.	
Actividades recreativas Balneario, recreación y pesca	Características Particulares Tamaño: 150x 20 m., temperatura del agua 26°C, semiturbia, de aspecto recto, existencia de peces bagre, barbudo, guanchiche.	
Recomendaciones: llevar ropa deportiva, bloqueador, traje de baño.		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO C

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MILAGRO

Nombre: Río de Milagro

Categoría Sitios Naturales	Tipo Ríos	Subtipos Ríos y Arroyos
		
Ubicación: Cantón Milagro, parroquia Mariscal Sucre.	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades recreativas Balneario recreación.	Características Particulares Riberas bajas con pocas pendientes, presencia de rocas pequeñas y maleza.	
Recomendaciones: uso de zapatillas, bloqueadores y ropa deportiva.		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO D

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MILAGRO

Nombre: Museo Julio Viteri Gamboa


Categoría Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas	Tipo Museos	Subtipos Museo
		
Ubicación: Cantón Milagro Cabecera cantonal dirección Tarquí y Paraguay (Centro recreacional Visaltur)	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades El uso es didáctico.	Características Particulares Muestra arqueológica, objetos de culturas ancestrales de la Cuenca del Guayas. En estado de deterioro.	
Recomendaciones: por el momento no se puede visitar, ya que se encuentra en reconstrucción.		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO E

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MILAGRO

Nombre: Fiestas de Cantonización


Categoría Museos y Manifestaciones Culturales e Históricas	Tipo Acontecimientos programados.	Subtipos Fiestas
		
Ubicación: Cantón Milagro Cabecera cantonal, cruza las principales calles.	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades Recreación, desfile militar y de gala de moda.	Características Particulares Se realiza una vez al año el 17 de septiembre.	
Recomendaciones: por el momento no se puede visitar, ya que se encuentra en reconstrucción.		

Fuente Elaboración propia

ANEXO F

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MILAGRO

Nombre: Parque Central Rafael Valdez Cervantes


Categoría Realizaciones Técnicas Científicas o Artísticas Contemporáneas	Tipo Obras de Arte y técnicas	Subtipos Parques
		
Ubicación: Cantón Milagro Cabecera cantonal, Juan Montalvo y 9 de Octubre.	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades Recreacionales.	Características Particulares Es el primer parque que tuvo el Cantón Milagro, se lo regenero en el 2005.	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente Elaboración propia

ANEXO G

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MILAGRO

Nombre: Parque Norte


Categoría Realizaciones Técnicas Científicas o Artísticas Contemporáneas	Tipo Obras de Arte y técnicas	Subtipos Parques
		
Ubicación: Cantón Milagro Cabecera cantonal, Bolívar y Pedro Carbo.	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades Recreación.	Características Particulares Especialmente diseñado para niños, creada en el año 2006.	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente Elaboración propia

ANEXO H

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MILAGRO

Nombre: Iglesia Central “San Francisco de Asís”.

Categoría Manifestaciones Religiosas, Culturales e Históricas.	Tipo Obras de Arte y técnicas	Subtipos Iglesias
		
Ubicación: Cantón Milagro Cabecera cantonal, Juan Montalvo y 9 de Octubre	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades Religiosas.	Características Particulares Primera Iglesia del cantón Milagro, fue creada en el año 1906, la orden que la regenta es Los Franciscanos.	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente Elaboración propia

ANEXO I

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MILAGRO

Nombre: Iglesia “San Irineo”


Categoría Manifestaciones Religiosas, Culturales e Históricas.	Tipo Obras de Arte y técnicas	Subtipos Iglesias
		
Ubicación: Cantón Milagro Cabecera cantonal Ciudadela Valdez.	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades Religiosas.	Características Particulares Iglesia perteneciente al Ingenio Valdez, fue creado en el año 1953, es la segunda iglesia del cantón.	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente Elaboración propia

ANEXO J

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MILAGRO

Nombre: Iglesia de “San Antonio”

Categoría Manifestaciones Religiosas, Culturales e Históricas.	Tipo Obras de Arte y técnicas	Subtipos Iglesias
		
Ubicación: Cantón Milagro Cabecera cantonal Ciudadela Nuevo Milagro.	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades Religiosas.	Características Particulares Iglesia mantiene junto convento de Madres Salesianas.	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente Elaboración propia

ANEXO K

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MILAGRO

Nombre: Monumento de la Piña

Categoría	Tipo	Subtipos
Realizaciones Técnicas Científicas o Artísticas Contemporáneas	Obras de Arte y técnicas	Monumento
		
Ubicación: Cantón Milagro Cabecera cantonal, Intersección entre Av. 17 de Septiembre y Los Chirijo.	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades Culturales.	Características Particulares Ubicada al ingreso del cantón; donde se hallaba el monumento al León del “Club de Leones” vía Universidad Estatad, posee una pileta y luces de colores, fue creada en el año 2005.	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente Elaboración propia

ANEXO L

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MILAGRO

Nombre: El paseo Shopping Milagro

Categoría Realizaciones Técnicas Científicas o Artísticas Contemporáneas	Tipo Construcciones Recreativas	Subtipos Construcciones Recreativas
		
Ubicación: Cantón Milagro Cabecera cantonal, Av. 17 de Septiembre	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades Culturales.	Características Particulares Diversidad de Centros Comerciales	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente Elaboración propia

ANEXO M

FICHA DE PLANTA TURISTICA – CANTON MILAGRO

Nombre: Hotel “Carso Inn”


Categoría Alojamiento	Tipo Hotel	Calificación Primera
		
Ubicación: Cantón Milagro, calle 9 de Octubre y Calderón.	Medios de Acceso Terrestre.	
Teléfono: 2975523 – 2975524 Pág web: www.hotelcarsoinn.com	Características Particulares Posee salón de eventos, discoteca, garaje.	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente Elaboración propia

ANEXO N

FICHA DE PLANTA TURISTICA – CANTON MILAGRO

Nombre: Hotel Suite “Don Juan”

Categoría Alojamiento	Tipo Hostal	Calificación Tercera
 A photograph of the Hotel Suites Don Juan building. The building is a multi-story structure with a prominent sign that reads "HOTEL SUITES DON JUAN". The facade is light-colored with orange-brown accents. There are several windows and balconies visible. In the foreground, there are some signs for "MUNDO DEPORTIVO" and "El Palacio del Calzado".		
Ubicación: Cantón Milagro, calle 9 de Octubre y García Moreno.	Medios de Acceso Terrestre.	
Teléfono: 2974566	Características Particulares Se encuentra arriba de un pasaje comercial y posee salón de eventos y garaje	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente Elaboración propia

ANEXO Ñ

FICHA DE PLANTA TURISTICA – CANTON MILAGRO

Nombre: Hotel “Astoria”

Categoría Alojamiento	Tipo Hostal	Calificación Segunda
		
Ubicación: Cantón Milagro, calle 5 de Junio y Bolívar.	Medios de Acceso Terrestre.	
Teléfono: 2977298 email: astoria_hotel_boulevard@hotmail.com	Características Particulares Junto a la notaría Segunda del cantón, posee habitaciones con Jacuzzi.	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente Elaboración propia

ANEXO O

FICHA DE PLANTA TURISTICA – CANTON MILAGRO

Nombre: Hotel “San Francisco”


Categoría Alojamiento	Tipo Hostal	Categoría Segunda
 A photograph of the Hotel San Francisco building. The building is a multi-story structure with a light blue and white facade. The word 'HOTEL' is written vertically in green letters on the upper part of the building. Below it, there is a green logo consisting of a stylized 'S' and 'F'. At the ground level, the entrance is visible with a sign that reads 'Hotel SAN FRANCISCO' in blue and green letters. There are balconies with white railings on the upper floors. The sky is overcast.		
Ubicación: Cantón Milagro, calle 12 de Febrero y García Moreno	Medios de Acceso Terrestre.	
Telefono: 2977910 e-mail: hsf@interactive.net.ec	Características Particulares Tiene garaje y salón de eventos	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente Elaboración propia

ANEXO P

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MARCELINO MARIDUEÑA

Nombre: PLAZA SAN CARLOS

Categoría	Tipo	Subtipos
Realizaciones Técnicas Científicas o Artísticas Contemporáneas	Construcciones Recreativas	Construcciones Recreativas
		
Ubicación: Cantón Marcelino Maridueña dirección Av. Los bosques	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades El uso es cultural	Características Particulares Diversidad de tiendas, comisariato del Ingenio San Carlos y patio de comidas	
Recomendaciones: ninguna		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO Q

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS - MARCELINO MARIDUEÑA

Nombre: PLAZA CENTRAL


Categoría Realizaciones Técnicas Científicas o Artísticas Contemporáneas	Tipo Construcciones Recreativas	Subtipos Construcciones Recreativas
		
Ubicación: Cantón Marcelino Maridueña dirección Centro de la ciudad frente a la Cruz Roja	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades El uso es cultural	Características Particulares Diversidad de tiendas, sala de uso múltiple y patio de comidas	
Recomendaciones: en construcción aún.		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO R

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS - MARCELINO MARIDUEÑA

Nombre: **PARQUE CENTRAL**

Categoría Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas	Tipo Obras de Arte y técnicas	Subtipos Parque
		
Ubicación: Cantón Marcelino Maridueña Dirección.- calle central	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades El uso es recreativo.	Características Particulares Contiene juegos infantiles y varias estatuas referentes a la caña.	
Recomendaciones: recientemente regenerado.		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO S

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MARCELINO MARIDUEÑA

Nombre: PARQUE ECOLOGICO

Categoría Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas	Tipo Obras de Arte y Técnicas	Subtipos Parque
		
Ubicación: Cantón Marcelino Maridueña dirección: Av. Los Bosques	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades El uso es recreativo.	Características Particulares Contiene cabañas de madera muy singulares, un pequeño zoológico y un área para picnic.	
Recomendaciones: mantiene un horario de atención.		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO T

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MARCELINO MARIDUEÑA

Nombre: Monumento al Tren


Categoría Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas	Tipo Obras de Arte y Técnicas	Subtipos Monumento
		
Ubicación: Cantón Marcelino Maridueña dirección: Av. central diagonal al parque central	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades El uso es recreativo.	Características Particulares Pertenece al Ingenio San Carlos, muestra la vida típica del antiguo Ingenio.	
Recomendaciones: ninguna		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO U

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MARCELINO MARIDUEÑA

Nombre: MONUMENTOS DE CHATARRA


Categoría Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas	Tipo Obras de Arte u Técnicas	Subtipos Monumentos
		
Ubicación: Cantón Marcelino Maridueña dirección: en diferentes partes del cantón principalmente en las entradas a este.	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades El uso es recreativo.	Características Particulares Hecho de chatarras por el Lcdo. Víctor Yánez.	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO V

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MARCELINO MARIDUEÑA

Nombre: Iglesia Católica “San Carlos Borromeo”


Categoría Folklore	Tipo Manifestaciones Religiosas y Creencias Populares	Subtipos Iglesia
		
Ubicación: Cantón Marcelino Maridueña dirección: Av., Central, entrada al cantón	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades El uso es religioso.	Características Particulares Única iglesia católica del cantón,	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO W

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MARCELINO MARIDUEÑA

Nombre: Iglesia Evangélica Alianza


Categoría Folklore	Tipo Manifestaciones Religiosas y Creencias Populares	Subtipos Iglesia
		
Ubicación: Cantón Marcelino Maridueña		Medios de Acceso Terrestre.
Actividades El uso es religioso.		Características Particulares Da cultos a jóvenes, parejas y niños.
Recomendaciones: se encuentra aún en construcción.		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO X

FICHA DE ATRACTIVOS TURISTICOS – CANTON MARCELINO MARIDUEÑA

Nombre: Fiestas de Cantonización


Categoría Manifestaciones Culturales	Tipo Acontecimientos Programados	Subtipos Fiestas
		
Ubicación: Cantón Marcelino Maridueña Centro de la ciudad		Medios de Acceso Terrestre.
Actividades Recreación y desfile		Características Particulares Se realiza una vez al año, el 24 de octubre
Recomendaciones: ninguna		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO Y

FICHA DE PLANTA TURISTICA – CANTON MARCELINO MARIDUEÑA

Nombre: Club San Carlos

Categoría Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas	Tipo Recreación	Subtipos Piscina
		
Ubicación: Cantón Marcelino Maridueña dirección: Av. Principal	Medios de Acceso Terrestre.	
Actividades El uso es recreativo.	Características Particulares Pertenece al Ingenio San Carlos.	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente: Elaboración propia

ANEXO Z

FICHA DE PLANTA TURISTICA – CANTON MARCELINO MARIDUEÑA

Nombre: Paradero Turístico “Marcelino Maridueña

Categoría Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas	Tipo Recreación	Categoría Piscinas
		
Ubicación: Cantón Marcelino Maridueña Recinto Barranco Alto	Medios de Acceso Terrestre.	
Teléfono: 2729147 e-mail: imprentayanez@yahoo.es	Características Particulares Posee 4 piscinas, 2 pistas de baile, 2 parqueaderos, cancha múltiple escenario artístico, canchas de juegos jardines.	
Recomendaciones: ninguna. En lo futuro poseerá un pequeño museo.		

Fuente Elaboración propia

ANEXO AA

FICHA DE PLANTA TURISTICA - CANTON MARCELINO MARIDUEÑA

Nombre: Rancho Turístico Familiar Olguita

Categoría Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas	Tipo Recreación	Subtipo Piscinas
		
Ubicación: Vía Marcelino Maridueña, frente a la entrada al Rcto. 2 Pinos	Medios de Acceso Terrestre.	
Teléfono: 2277618 Web: www.ranchoolguita.com	Características Particulares Piscinas, canchas deportivas, cabañas, área social, sala de billar, juegos infantiles, caballos y restaurante.	
Recomendaciones: ninguna.		

Fuente Elaboración propia

ANEXO AB

ENCUESTA COMUNIDAD LOCAL DE MILAGRO Y MARCELINO MARIDUEÑA



"PROPUESTA DE CREACION DE LA RUTA TURISTICA DE LA CAÑA DE AZUCAR EN LOS CANTONES DE MILAGRO Y MARCELINO MARIDUEÑA - PROVINCIA DEL GUAYAS"

Encuesta dirigida a la comunidad local de Milagro y Marcelino Maridueña para conocer la percepción sobre la propuesta de este nuevo modelo de desarrollo. Dirigido principalmente a estudiantes universitarios; profesionales vinculados al medio comercial, agrícola y turístico, entre las edades de 18 a 60 años, encuesta realizada en Marzo del 2011.

- 1.- **Edad:** De 18 a 25 De 26 a 30 De 31 a 40
De 41 a 60 De 61 o más
- 2.- **Sexo:** Masculino Femenino
- 3.- **Ocupación:** Autónomo Asalariado Funcionario
- 4.- **Nivel de estudios:** Primaria Secundaria Universitaria
Postgrado Ninguno
- 5.- **Lugar de residencia:** Milagro Marcelino Maridueña
- 6.- **¿De dónde cree usted que viene la mayor parte de visitantes? Especifique**
Costa Sierra Oriente Galápagos
Extranjero
- 7.- **¿En qué temporada del año cree usted que vienen más visitantes?**
Época de Zafra (Junio-Diciembre)
Época de no Zafra o Interzafra (Enero-Mayo)

8.- ¿Qué motiva el desplazamiento de los visitantes a su ciudad?

Vacaciones Visita a familiares Negocios
Trabajo Estudio

9.- ¿Cuál considera usted que son los sitios de mayor interés turístico de la ciudad?

Empresas
Parques
Sitios Naturales
Lugares de Recreación
Centros Comerciales
Iglesias
Ninguno

10.- ¿De lo que ha visto hasta el momento que considera usted que le hace falta a la ciudad para ser atractiva turísticamente?

11.- ¿Por qué cree usted que no se desarrolla turísticamente el cantón?

Falta de apoyo entre la comunidad
Falta de apoyo de entidades públicas
Falta de apoyo de entidades privadas
Por emigración de la población
Promoción turística del lugar

12.- ¿Estaría dispuesto a ayudar al desarrollo turístico de la ciudad?

Si No Tal vez

13.- ¿Qué actividades turísticas cree usted que se podrían desarrollar en la ciudad?

Visita a plantaciones de caña
Visita a plantaciones de banano
Visita a Ingenios Azucareros
Visita a Destilerías de Alcohol
Visita a Sitios de Recreación
Visita a Museos
Visita a Iglesias
Todas

ANEXO AC

ENCUESTA DIRIGIDA A VISITANTES NACIONALES



"PROPUESTA DE CREACION DE LA RUTA TURISTICA DE LA CAÑA DE AZUCAR EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS"

Encuesta para el estudio de Mercado de la Ruta de la Caña de Azúcar. Dirigido a estudiantes de colegio, universitarios, profesionales vinculados en el medio agrícola y turístico, visitantes nacionales en temporada alta (Diciembre-Marzo) en la ciudad de Guayaquil a partir de los 15 a 60 años de edad. Encuesta realizada en Marzo del 2011.

1.- **Sexo:** Masculino Femenino

2.- **Edad:** De 18 a 25 De 26 a 30 De 31 a 40
De 41 a 60 De 61 o más

3.- **¿Cuál es su nivel de Instrucción?**

Primaria Secundaria Universitaria
Postgrado Ninguno

4.- **¿Cuál es su lugar de residencia? Si es fuera de la ciudad de Guayaquil, especifique la ciudad.**

Guayaquil Otros cantones _____ (¿Cantón?)

Costa _____ (¿Ciudad?)
 Sierra _____ (¿Ciudad?)
 Oriente _____ (¿Ciudad?)

Galápagos _____ (¿Isla?)

5.- **¿Cuál es su principal motivo de visita a la ciudad de Guayaquil?**

Vacaciones Negocios Excursión
Estudio Visita a familiares Reside aquí

6.- ¿Cuándo viaja por vacaciones, quién (es) lo acompañan?

Solo en Pareja con Amigos
Compañeros de trabajo Familiares

7.- ¿Con qué frecuencia usted viaja por paseo?

Mensualmente Semestralmente Anualmente
Feriados Rara vez

8.- ¿A qué fuentes de información acude usted para indagar sobre un destino?

Internet	<input type="checkbox"/>	Radio	<input type="checkbox"/>
Referencias familiares	<input type="checkbox"/>	Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>
Prensa Escrita	<input type="checkbox"/>	Material turístico	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>	Todas	<input type="checkbox"/>

9.- ¿Cuándo usted viaja qué destinos prefiere?

Agro turísticos Cultura e Historia Industrial
Naturaleza Deportes de riesgo Artesanal

10.- ¿Ha visitado plantaciones de caña de azúcar, dónde?

Sí No ¿Dónde? _____

11.- ¿Conoce usted como se cultiva la caña de azúcar?

Sí No

12.- ¿Ha visitado algún Ingenio Azucarero en el país?

Sí No ¿Qué ingenio? _____

13.- ¿Cuál fue el motivo de su visita al Ingenio?

Trabajo Estudio
Turismo No visito

14.- ¿Qué conoció en el Ingenio? ¿Degusto algún producto del proceso?

15.- Los cultivos de caña de azúcar en el país son:

Muy Importante Importante Poco importante

Nada importante No sabe

16.- ¿Si se planifica la creación de la “Ruta turística de la caña de azúcar en la provincia del Guayas”, ¿Usted se animaría a visitarla?

Si No Tal vez ¿Por qué? _____

17.- ¿Qué le gustaría que ofrezca la ruta de la caña de azúcar?

Participar del proceso artesanal
Visitar las plantaciones
Ver el proceso en fábrica
Visita a un centro de investigación de la caña
Actividades complementarias
No le interesa

18- ¿Por un paquete turístico que consiste en la visita a una ruta de la caña en la Provincia del Guayas que incluye guianza, transporte y alimentación, estaría dispuesto a pagar \$30?

Definitivamente lo compraría
Probablemente lo compraría
No estoy seguro que lo compraría
Probablemente no lo compraría
Definitivamente no lo compraría

ANEXO AD

ENCUESTA DIRIGIDA A VISITANTES EXTRANJEROS



THESIS PROJECT "PROPOSAL FOR THE CREATION OF A SUGAR CANE ROUTE IN THE GUAYAS PROVINCE"

The survey is directed to the foreign visitors in Guayaquil city in the month February 2011. The objective of the survey is to evaluate the interest of visitors about the development of a new tourism product called Sugar Cane Route".

1. - **Sex:** Male Female
2. - **Age:** From 18 to 25 From 26 to From 31 to 40
From 41 to 60 From 61 or more

3. - **What's year level of education?**

High School College Student Degree

4. - **Where are you from?**

5. - **What's the main reason that you visit Guayaquil city?**

Vacations Visit to Family Study Business
Excursion Resident in Gye

6. - **Who do you travel with?**

Alone Family Friends Couple

Others Specify: _____

7. - **How often do you travel to Ecuador?**

First time Sometimes
Every three years Others Specify: _____

8. - What are your places favourites to visit?

- Coastal Region Amazon Rainforest
Highlands Insular Region
Undecided

9. - Can you mention the activities that you are interested?

- Farms tours
Birdwatching
High risk sports
Excursion through Amazon Rainforest
Explore Galapagos Islands
Archaeological Museum
Cultural and History

10. - Are you interested to learn agricultural methods and life in Ecuador?

- Yes No

11. - Have you ever visited agroturistic routes in other countries?

- Yes No Where? _____

12. - Have you ever tasted sugar cane?

- Yes No Where? _____

13. - Do you know how to cultivate sugar cane?

- Yes No Where? _____

14. - Have you ever visited a sugar plantation?

- Yes No Where? _____

If your answer was not, please pass to the question 17

15. - What was the main reason to visit the sugar plantation?

- Work Study Tourism Not visit

16. - What did you know in the sugar plantation? Did you like your experience?

17. - If it plans the sugar cane route in Ecuador, would you visit it?

Yes No Maybe Why? _____

18. - What would you like this route to have?

Visiting the grown	<input type="checkbox"/>	Every	<input type="checkbox"/>
Visiting the sugar plantation	<input type="checkbox"/>	Others (Specify)	<input type="checkbox"/>
Visiting to one Sugar Cane Research Center	<input type="checkbox"/>	Not interesting it	<input type="checkbox"/>
Community Tourism	<input type="checkbox"/>		

19- For a tourist packaged to visit to the sugar cane route in Guayas Province that includes guiding, transportation and meals, would you pay \$30?

I would definitely

I would probably to buy

I'm not sure if I would buy it

Probably I wouldn't buy it

Definitely I wouldn't but it

20. - From what media do you obtain information to prepare your trip?

Internet	<input type="checkbox"/>	References	<input type="checkbox"/>	
Magazines	<input type="checkbox"/>	Every	<input type="checkbox"/>	
Travel agency	<input type="checkbox"/>	Others	<input type="checkbox"/>	Specify: _____

ANEXO AE

ENTREVISTA DIRIGIDA A PROFESIONALES DE TURISMO



"PROPUESTA DE CREACION DE LA RUTA TURISTICA DE LA CAÑA DE AZUCAR EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS"

Entrevista dirigida a los Organismos de Turismo en la ciudad de Guayaquil. Encuesta realizada en Mayo del 2011.

El objetivo de esta entrevista es conocer el punto de vista de los profesionales en turismo sobre la viabilidad de esta propuesta de proyecto en base a sus experiencias en planificación turística. La información que nos proporcione será muy útil, sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por la carrera de Licenciatura en Turismo-ESPOL

1.- ¿Considera usted que la creación de la Ruta Turística de la Caña de Azúcar en la Provincia del Guayas ayudará a su oferta turística?

2.- ¿Qué detalles a considerar en la planificación de la ruta recomendaría usted?

3.- ¿Considera usted importante readecuar un destino Artesanal de caña de azúcar para la ejecución de la ruta?

4.- ¿Qué actividades cree usted que son necesarias implementar en una ruta de la caña?

5.- ¿Agradeceré si desea hacer alguna sugerencia o comentario?

ANEXO AF

ENTREVISTA DIRIGIDA A AGENCIAS DE VIAJE



"PROPUESTA DE CREACION DE LA RUTA TURISTICA DE LA CAÑA DE AZUCAR EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS"

Entrevista dirigida a Mayoristas, Operadoras y Agencias de Viaje en la ciudad de Guayaquil para conocer la actual demanda en paseos estudiantiles de las escuelas y colegios en el período escolar; entrevista realizada en Mayo del 2011.

- 1.- ¿Suelen ustedes ofrecer productos turísticos dentro del Ecuador a grupos estudiantiles?
- 2.- ¿Cuál es el mercado actual de las Agencias de Viaje?
- 3.- ¿Por qué las Agencias de Viaje no ofrecen programas de fin de año a los colegios?
- 4.- ¿Por qué los jóvenes prefieren un turismo de sol y playa a un turismo rural?
- 5.- ¿Actualmente dónde viajan los jóvenes para despedir el bachillerato?
- 6.- ¿Cuáles son los colegios que han viajado a este tipo de destinos?

ANEXO AG

ENTREVISTA DIRIGIDA A COLEGIOS PARTICULARES Y FISCALES



"PROPUESTA DE CREACION DE LA RUTA TURISTICA DE LA CAÑA DE AZUCAR EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS"

Entrevista dirigida a directivos de colegios públicos y privados en la ciudad de Guayaquil para conocer la actual demanda de las salidas de campo en las materias de Biología, Educación Ambiental, Turismo y Mecánica Industrial. Entrevista realizada en Mayo del 2011.

- 1.- **¿Suelen ustedes realizar viajes en el país con grupos estudiantiles?**
- 2.- **Si su respuesta fue positiva, ¿Cuáles han sido los lugares escogidos en los últimos 5 años?**
- 3.- **¿Por qué fueron escogidos estos lugares?**
- 4.- **¿Han considerado realizar alguna vez un viaje al campo de la costa?**
- 5.- **Si se planifica la creación de la “Ruta turística de la caña de azúcar en la provincia del Guayas”, ¿Usted se animaría a visitarla?**
6. - **¿Por un paquete turístico que consiste en la visita a una ruta de la caña de azúcar en el cantón Milagro – Provincia del Guayas que incluya guianza, transporte y alimentación, estaría dispuesto a pagar \$30?**

BIBLIOGRAFIA

1. López, T. y Sánchez S. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. [Versión electrónica]. Obtenida el 19 de enero del 2011, de http://www.pasosonline.org/Publicados/6208special/PS0208_2.pdf
2. WWF Internacional (2001): Directrices para el desarrollo del turismo comunitario. Consultado el 19 de enero del 2011, de http://assets.panda.org/downloads/directrices_para_el_ecoturismo_comunitario_wwf_1.pdf
3. APUNTES DE CLASE de Karla Ricaurte Quijano, Profesora de “Teoría del Turismo” de la Escuela de Turismo- Universidad Politécnica del Litoral. Guayaquil, 19 de noviembre de 2001.
4. ALTES, Carmen (1997): Marketing y Turismo. Madrid: Síntesis.
5. MONTANER, Jordi (1998): Estructura del Mercado Turístico. Madrid: Síntesis.
6. ACOSTA, Solís (1965): Los Recursos Naturales del Ecuador y su Conservación 1ª. Parte. México: Stylo.

7. Provincia del Guayas. Obtenida el 09 de febrero del 2011, de <http://upload.wikimedia.org>
8. CORREA, Francisco (2005): Todo Guayas en sus manos. Guayaquil: Arquidiocesana.
9. VICUÑA, Víctor (2006): El Milagro del Milagro- Un recorrido por su Historia. Guayaquil: Ilustre Municipalidad de Milagro.
10. Ilustre Municipalidad de San Francisco de Milagro. Consultado el 9 de febrero de 2011 de <http://turismo.milagro.gov.ec/inicio.html>
11. Conociendo Milagro. (2005). Diario Familiar Súper, Laminas 15, 16. Obtenida el 16 de febrero de 2011, de <http://www.super.com.ec>
12. ESTRADA, Jenny (1996): EL MONTUBIO. Un forjador de Identidad. Guayaquil: Poligráfica.
13. INEC (2001): Fascículo de Milagro. Obtenida el 02 de marzo de 2011, de www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file?folderId
14. YANEZ, Víctor (2001): Nuestro Pueblo. El cantón Coronel Marcelino Maridueña. Milagro: Yánez.

15. Conociendo Milagro (2006): Diario Familiar Súper, Laminas N° 23. Obtenida el 16 de marzo de 2011, de <http://www.super.com.ec>

16. Cantón Marcelino Maridueña. Consultado el 30 de marzo de 2011, de http://www.efemerides.ec/1/nov/can_14.htm

17. Cantón Marcelino Maridueña. Consultado el 30 de marzo de 2011, de <http://www.guayas.gov.ec/cantones/marcelino-mariduena>

18. INEC (2001): Fascículo de Marcelino Maridueña. Obtenida el 06 de abril de 2011, de www.inec.gov.ec/c/document_library/get_file?folderId.

19. Enciclopedia Cultural Científica- Literaria- Artística (1957): Caña de Azúcar. México: Azteca S.A.

20. COMISION NACIONAL DEL AZUCAR (1970): La Industria Azucarera en el Ecuador. Quito: Ministerio de Industrias y Comercio.

21. AROSEMENA, Guillermo (1996): La Historia Empresarial del Ecuador. El Sector Industrial, volumen II. Guayaquil: Banco Central del Ecuador. La Industria Azucarera del Ecuador. Obtenida el 27 de abril de 2011, de <http://www.cincae.org/>

22. CINCAE (2007): Informe Anual. El Triunfo: Cincae.
23. Centro de Investigación de la Caña de Azúcar del Ecuador. Obtenida el 27 de abril de 2011, de <http://www.cincae.org/>
24. OMT (1998): Introducción al Turismo. Madrid.
25. BOULLON, Roberto (2006): Planificación del Espacio Turístico. México: Trillas.
26. BIGNE, Enrique et al. (2000): Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo. Madrid: ESIC (Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing).
27. PORTER, Michael (2003): SER COMPETITIVO. Nuevas aportaciones y conclusiones. Deusto.
28. Cinco Fuerzas Competitivas Porter. Obtenida el 27 de julio de 2011, de <http://www.12manage.com>
29. APUNTES DE CLASE del Seminario Quinto de Graduación. (Módulo 5to: 2008: Guayaquil). Marketing y Estudios de Mercado. Guayaquil: Licenciatura en Turismo - FIMCM/ESPOL, 2009. 50 p.
30. APUNTES DE CLASE del Seminario Quinto de Graduación. (Módulo 5to: 2008: Guayaquil). Herramientas de Promoción de la Industria

Turística. Guayaquil: Licenciatura en Turismo - FIMCM/ESPOL, 2009.
15 p.

31.MINTUR (2009): Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador
PIMTE 2014. Consultado el 19 de enero del 2011, de
[http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&
id=1480&Itemid=79](http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=1480&Itemid=79)