



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

AREA ADMINISTRATIVA

TITULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
TURISTICAS Y HOTELERAS

**Plan de negocios para la creación de cabañas eco amigables en el cantón La
Troncal, provincia del Cañar año 2017.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Bravo Arcos, Fanny Elena

DIRECTOR: Armijos Maurad, Ana Patricia, Ing.

CENTRO UNIVERSITARIO: LA TRONCAL

2016

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Ingeniera.

Ana Patricia Armijos Maurad

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: Plan de Negocios para la creación de cabañas eco amigables en el cantón La Troncal, provincia del Cañar año 2017 realizado por Bravo Arcos Fanny Elena ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, Noviembre de 2016

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Bravo Arcos Fanny Elena declaro ser autora del presente trabajo de fin de titulación: Plan de Negocios para la creación de cabañas eco amigables en el cantón La Troncal, provincia del Cañar año 2017, siendo la Directora de este trabajo la Ingeniera Ana Patricia Armijos Maurad; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad.

f)

Autora: Bravo Arcos Fanny Elena

Cédula: 0917442485

DEDICATORIA

Al culminar una más de mis metas, quiero dedicar este trabajo a toda mi familia por su constante apoyo a lo largo de toda mi vida, por levantarme y alentarme a seguir adelante cuando parecía que me rendiría. A mis sobrinos Jordy y Andy quienes me inspiran en cada charla que tenemos. A mi esposo Diego, por ser una persona comprensiva y mi pilar fundamental para seguir luchando.

Estoy muy orgullosa de tener una familia y esposo como ustedes, por todo lo que siempre han hecho por mí, les dedico este esfuerzo.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento principal es para Dios, sin El nada soy.

A toda mi familia, en especial a mis padres Heriberto y Rosita, por todos sus consejos y estímulo para no dejarme caer.

A mi esposo Diego, por acompañarme despierto en las noches y madrugadas, por despertarme cuando me quedaba dormida sobre los libros.

A mi jefe y compañeros de trabajo por su apoyo en mis momentos de ausencia; y, todos los amigos y maestros que tuve el agrado de conocer y quienes aportaron con sus valiosos conocimientos durante el proceso de este trabajo investigativo.

A todos ustedes mil gracias desde el fondo de mi corazón.

INDICE DE CONTENIDOS

<i>Caratula</i>	I
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
INDICE DE CONTENIDOS	VI
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XIV
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCION.....	3
CAPÍTULO I.....	5
1. Presentación del entorno	6
1.1 Presentación del entorno macro del Cantón La Troncal.....	6
1.1.1. <i>Principales aspectos y tendencias del entorno turístico.</i>	18
1.1.2. <i>Principales determinantes de la demanda turística.</i>	25
1.1.3. <i>Tendencias actuales de la demanda turística.</i>	31
1.1.4. <i>Indicadores de los mercados turísticos.</i>	35
1.2 Presentación del entorno micro	36
1.2.1 <i>Naturaleza del negocio (servicios).</i>	36
2. Estudio de Mercado.....	39
2.1 Definición del producto.	39
2.2 Naturaleza y usos de los productos.	40
2.2.1 <i>Naturaleza del producto (servicio).</i>	40
2.2.2 <i>Usos del producto (servicio).</i>	41
2.3 <i>Análisis de la demanda</i>	41
2.3.1 Resultados de la encuesta aplicada a habitantes troncaleños y turistas que visitan los atractivos turísticos del cantón la troncal.	45
2.3.2 Discusión de los resultados.....	66
2.3.2 Cálculo de la demanda actual.	67
2.4 <i>Análisis de la Oferta</i>	70
2.5 <i>Determinación de la demanda potencial insatisfecha.</i>	71

2.6	<i>Análisis de precios</i>	72
2.7	<i>Comercialización del Producto (Canales de Comercialización)</i>	75
2.7.1	Estrategias de introducción al mercado.....	76
2.8	<i>Conclusiones del estudio de mercado</i>	79
3.	Estudio Técnico o Plan de Operación	82
3.1	Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....	82
3.2	Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto.	85
3.2.1	<i>Tamaño del mercado</i>	85
3.2.2	<i>Análisis de suministros e insumos</i>	85
3.2.3	<i>Tecnología</i>	86
3.2.4	<i>Recursos humanos</i>	86
3.2.5	<i>Disponibilidad de recursos económicos</i>	86
3.2.6	<i>Análisis de la capacidad de la empresa</i>	87
3.3	Identificación y descripción del proceso.	88
3.4	Disponibilidad de recursos.	92
4.	Estudio Financiero y Evaluación Económica.....	97
4.1	Inversión.	97
4.1.1	<i>Terrenos y construcciones</i>	97
4.1.2	<i>Maquinarias y equipos</i>	98
4.1.3	<i>Otros activos</i>	99
4.1.4	<i>Equipos de oficina</i>	100
4.2	Presupuesto de gastos.....	100
4.2.1	<i>Materiales directos</i>	101
4.2.2	<i>Mano de obra directa</i>	101
4.2.3	<i>Gastos indirectos</i>	102
4.2.4	<i>Gastos administrativos</i>	105
4.2.5	<i>Gastos de ventas</i>	106
4.2.6	<i>Inversión total</i>	108
4.2.7	<i>Financiamiento</i>	108
4.3	Presupuesto de ingresos / Proyecciones de ventas.....	110
4.4	Balance General.....	111
4.5	Estado de Resultados Proyectado.....	112
4.6	Cálculo del punto de equilibrio.	113
4.7	Flujo de caja	114
4.8	TMAR.	116
4.9	VAN.....	116

4.10	TIR.	117
4.11	Relación Beneficio Costo.....	118
4.12	Análisis de Sensibilidad.	119
4.13	Recuperación del Capital.....	120
4.13.1	<i>Resumen de criterios financieros.</i>	120
5.	Plan de Organización	123
5.1	Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.....	123
5.1.1	<i>Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.</i>	123
5.1.2	<i>Organigrama.</i>	124
5.1.3	<i>Funciones.</i>	124
5.2	Distribución de empresas.	125
5.2.1	<i>Legal.</i>	125
5.2.2	<i>Constitucional</i>	125
5.2.3	<i>Ambiental</i>	125
6.	Plan de Marketing.....	127
6.1	Precio.	127
6.2	Plaza o comercialización.	128
6.3	Promoción y Publicidad.	129
6.4	Producto.	131
	CONCLUSIONES	133
	RECOMENDACIONES	134
	ANEXOS.....	139

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Parroquias y recintos del cantón La Troncal.....	8
Tabla 2. Estructura sectorial de la PEA. Cañar.	10
Tabla 3. Estadísticas de seguridad a nivel nacional.	14
Tabla 4. Matriz de evaluación de factores externos.	17
Tabla 5. Principales mercados emisores.....	18
Tabla 6. Inventario de atractivos turísticos del Cañar.....	20
Tabla 7. Resumen del Catastro turístico del cantón la Troncal	24
Tabla 8. Turismo en la provincia del Cañar. Año 2014.....	36
Tabla 9. Población del Cantón La Troncal y Provincia del Cañar.....	42
Tabla 10. Rango de edad	46
Tabla 11. Ocupación.....	47
Tabla 12. Rango promedio de ingresos mensuales	47
Tabla 13. Nivel de instrucción	48
Tabla 14. Motivo de visita a La Troncal.....	49
Tabla 15. Medio por el cual se enteró de la existencia de La Troncal como destino turístico.....	51
Tabla 16. Factor que predominó en su elección de la Troncal	52
Tabla 17. Duración total (número de noches) de este viaje.....	52
Tabla 18. Calificación del servicio de transporte desde y hacia el destino turístico	54
Tabla 19. Gasto diario por concepto de alimentos y bebidas en su visita al destino turístico.....	55
Tabla 20. Percepción sobre el servicio de alimentos y bebidas en el destino turístico	55
Tabla 21. Lugares de recreación que visitó en su estadía	56
Tabla 22. Actividades de recreación que practicó en su visita a la Troncal	57
Tabla 23. Tipo de establecimiento donde se alojó	58
Tabla 24. Servicios adicionales en el lugar que eligió para hospedarse.....	59
Tabla 25. Le Gustaría recibir servicios adicionales de:	59
Tabla 26. Gasto diario por concepto de alojamiento en su visita.....	60
Tabla 27. Percepción sobre la infraestructura de alojamiento	60
Tabla 28. Percepción de servicios en general.....	61
Tabla 29. Sugerencia para que La Troncal sea más atractiva.....	62
Tabla 30. Servicios adicionales que le gustaría encontrar	64
Tabla 31. Precio que pagaría por alojamiento en estas cabañas	64
Tabla 32. Precio que pagaría por servicios adicionales	65
Tabla 33. Promedio de frecuencia de alojamiento en cabañas ecológicas.....	68
Tabla 34. Promedio de noches de alojamiento por cada vez que visitó La Troncal.....	69

Tabla 35. Cálculo de la demanda actual	70
Tabla 36. Cálculo de la oferta actual.....	70
Tabla 37. Proyección de la demanda potencial insatisfecha y a captar.....	71
Tabla 38. Determinación del precio promedio de servicios de recreación.....	73
Tabla 39. Precio Promedio del servicio de alojamiento.....	74
Tabla 40. Precio Promedio del servicio de alimentación.....	75
Tabla 41. Matriz de atractivo del mercado.....	76
Tabla 42. Matriz de expansión producto mercado. Estrategia de introducción.....	78
Tabla 43. Matriz de crecimiento de la participación.....	79
Tabla 44. Escala de valores para la determinación de la ubicación.....	83
Tabla 45. Disponibilidad de terrenos.....	83
Tabla 46. Análisis de la ubicación del proyecto.....	84
Tabla 47. Escala de valoración.....	87
Tabla 48. Análisis para determinar el tamaño de la planta.....	87
Tabla 49. Piscinas.....	94
Tabla 50. Maquinarias y equipos.....	95
Tabla 51. Inversión fija.....	97
Tabla 52. Terrenos y construcciones.....	97
Tabla 53. Equipos para la producción.....	98
Tabla 54. Equipos auxiliares.....	99
Tabla 55. Equipos y maquinarias.....	99
Tabla 56. Otros activos (intangibles).....	100
Tabla 57. Equipos y muebles de oficina.....	100
Tabla 58. Capital de operación anual.....	101
Tabla 59. Materiales directos.....	101
Tabla 60. Mano de obra directa.....	102
Tabla 61. Materiales indirectos.....	103
Tabla 62. Depreciaciones, Seguros, Reparación Y Mantenimiento.....	103
Tabla 63. Suministros de operación.....	104
Tabla 64. Gastos indirectos.....	104
Tabla 65. Sueldos al personal administrativo.....	105
Tabla 66. Gastos generales.....	106
Tabla 67. Gastos administrativos.....	106
Tabla 68. Sueldos al personal de ventas.....	107
Tabla 69. Gastos por concepto de publicidad y promoción.....	107
Tabla 70. Gastos de ventas.....	108

Tabla 71. Inversión total.....	108
Tabla 72. Amortización del crédito financiado.....	109
Tabla 73. Cuadro de intereses anuales que se debe abonar.	110
Tabla 74. Ingreso por ventas primer año.....	110
Tabla 75. Ingreso por ventas.	111
Tabla 76. Balance General Proyectado.....	111
Tabla 77. Estado de Resultados Proyectado.	112
Tabla 78. Determinación de costos fijos y variables.....	113
Tabla 79. Balance Económico de Flujo de Caja Proyectado.	115
Tabla 80. Determinación del Valor Actual Neto (VAN).	117
Tabla 81. Determinación de la Tasa Interna de Retorno (TIR).	118
Tabla 82. Análisis de sensibilidad.	119
Tabla 83. Determinación del Tiempo de Recuperación del Capital.	120
Tabla 84. Precio Promedio del servicio de alimentación.	128
Tabla 85. Plan anual de marketing.....	130

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Bandera y Escudo Político del Cantón la Troncal.....	9
Figura 2. Producción Nacional Bruta del Cañar.	11
Figura 3. Tasa de ocupación hotelera. Año 2014.....	19
Figura 4. Iglesia de San Francisco.....	21
Figura 5. Santuario Virgen del Rocío.	22
Figura 6. Ruinas de Ingapirca.....	23
Figura 7. Aguas Termales Yanayacu.....	23
Figura 8. Cascada del Río Azul.	27
Figura 9. Parque ecológico la Montañita.....	28
Figura 10. Balneario el Pedregal.....	28
Figura 11. La Ponderosa.	29
Figura 12. Deportes extremos.....	32
Figura 13. Agroturismo.	34
Figura 14. Nacionalidad.....	45
Figura 15. Lugar de residencia habitual general.....	45
Figura 16. Género.....	46
Figura 17. Cantidad de veces que ha visitado la Troncal.....	48
Figura 18. Persona con quien visita/ó la Troncal.....	49
Figura 19. Servicios de agencia de Turismo.....	50
Figura 20. Servicios que incluye el paquete contratado.....	50
Figura 21. Calificación de la asistencia recibida por las agencias.....	51
Figura 22. Medio de transporte para llegar y salir del destino turístico.....	53
Figura 23. Gasto diario en transporte en su visita al destino turístico.....	53
Figura 24. Uso del servicio de alimentos y bebidas en el destino turístico.....	54
Figura 25. Visitó lugares de recreación y esparcimiento en su estadía.....	56
Figura 26. Gasto diariamente por concepto de estas actividades.....	57
Figura 27. Utilización de hospedaje en su estadía en el destino turístico.....	58
Figura 28. Complacencia por visita a La Troncal.....	61
Figura 29. Volvería a visitar la Troncal.....	62
Figura 30. Sabe qué son las cabañas ecológicas.....	63
Figura 31. Disponibilidad para visitar la troncal para alojarse en cabañas ecológicas.....	63
Figura 32. Frecuencia de uso de cabañas ecológicas.....	65
Figura 33. Flujograma del proceso del servicio.....	88
Figura 34. Flujograma del proceso operativo.....	89

Figura 35. Diagrama de flujo del servicio de limpieza y mantenimiento en las habitaciones	90
Figura 36. Diagrama de flujo del servicio de alimentación.	91
Figura 37. Esquema de cabaña ecológica eco-2 con una habitación (simple) y con habitaciones dobles eco-4. ECO – 2 habitación simple.....	93
Figura 38. Gráfica del punto de equilibrio.....	114
Figura 39. Organigrama del plan de negocios	124
Figura 40. Logotipo.....	131
Figura 41. Ciclo de vida del producto.....	132

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO No. 1. Localización y ubicación del cantón La Troncal.....	139
ANEXO No. 2. Mapa político del cantón La Troncal.....	141
ANEXO No. 3. Ubicación del cantón La Troncal.	142
ANEXO No. 4. Catastro turístico del cantón La Troncal	142
ANEXO No. 5. Formulario de la encuesta aplicada a los turistas que visitan los atractivos turísticos del Cantón La Troncal.	148

RESUMEN

La presente investigación pretende explotar los recursos turísticos naturales de la localidad, para ello se propone un Plan de Negocios para la creación de Cabañas Eco Amigables en el Cantón La Troncal. Los habitantes de las provincias del Cañar y Guayas fueron quienes visitaron con mayor frecuencia los atractivos turísticos troncaleños, se calculó una demanda potencial insatisfecha de 35.462 turistas, se aspiró captar 7%, con una producción del servicio del 80% en el primer año, y servir a 2.184 turistas anuales, mediante 8 habitaciones sencillas y 2 familiares, 2 piscinas que tendrán aguas termales con transferencia de temperatura a través de paneles solares, y actividades complementarias como ciclismo de montaña, entre otros.

Se propuso un Plan de Marketing basado en la difusión en medios masivos, publicidad estática y digital. El proyecto requiere una inversión total de \$107.166,18 la inversión fija es de \$102.803,98 (96%) y los costos de operación \$4.362,19 (4%), recuperables en 4 años, con una TIR de 31,54%, un VAN de \$231.136,26 y un coeficiente beneficio de 2,16, resultando un negocio factible.

Palabras claves: Plan, negocios, cabañas, eco-amigables.

ABSTRACT

This research aims to exploit tourist resources of the locality, for it is proposed a Business Plan for the creation of Eco-friendly cabins in La Troncal Canton. The inhabitants of el Cañar and Guayas provinces were people who visited more frequently the attractive tourist troncaleños, we calculated an unsatisfied 35.462 tourist potential demand, aspired to capture 7%, with a production of 80% in the first year service, and serve to 2.184 tourists annually, with 8 single rooms and 2 family, 2 swimming pools that will have thermal water with temperature transfer through solar panels, and complementary activities such as mountain biking, among others.

Proposed a Marketing Plan based on the spread in mass media, static and digital advertising. The project requires an investment \$107.166,18 total fixed investment is \$102.803,98 (96%) and operating costs \$4.362,19 (4%), recoverable in 4 years, with an IRR of 31,54%, a range of \$231.136,26 and a coefficient 2.16 benefit, resulting a feasible business.

Word Key: Plan, business, cabins, eco-friendly.

INTRODUCCION

Ecuador es un destino mega-diverso preferido por turistas a nivel mundial, el ingreso de divisas por concepto de turismo en el periodo enero-septiembre de 2014, ha tenido un importante crecimiento del 21% con respecto al mismo periodo del año anterior, siendo los principales mercados emisores con mayor crecimiento los países de: México (33%), Argentina y Canadá (19%), Perú (18%). (MINTUR, 2014).

En el Cantón La Troncal, existen múltiples opciones para el turismo ecológico que aún no han sido aprovechadas, el presente proyecto tiene como finalidad contribuir con el desarrollo turístico y la preservación medio ambiental y cultural, mediante la creación de las Cabañas Eco amigables, que además de brindar comodidad, descanso y ofrecer nuevos servicios, es una oportunidad de negocio diferente ya que prima el compromiso y preocupación permanente de conservar y cuidar el medio en donde se realice este proyecto haciendo turismo consciente, educando tanto al turista como a la comunidad para el buen manejo y uso de los recursos, así como el especial cuidado de la flora, fauna, culturas, costumbres y tradiciones, rescatando la identidad del pueblo, dejando un modelo atractivo para la economía y el desarrollo sustentable.

La estructura del contenido de la presente investigación se fundamenta en seis capítulos, como se detalla en los siguientes párrafos explicativos:

- En el primer capítulo se realizó la presentación del entorno, para esto se ha descrito los diferentes ambientes que la integran como político, social, económico, ambiental, tecnológico.
- En el segundo capítulo se planteó el Estudio de Mercado.
- En el tercer capítulo se describió el estudio técnico o plan de operación.
- En el cuarto capítulo se elaboró el Estudio Financiero y Evaluación Económica.
- En el capítulo cinco se establece el Plan de Organización.
- En el sexto capítulo se describe el Plan de marketing, donde intervienen cuatro componentes de suma importancia, que son el precio, la plaza o canal de distribución, producto, promoción y publicidad, a través de cuyo análisis se describen las principales estrategias que se denominan las 4 P.
- En la culminación del estudio, se elaboraron las conclusiones, recomendaciones, la bibliografía y los anexos.

En Ecuador se ha dado mayor importancia al turismo como un gran potencial para el desarrollo del país, por este motivo los organismos correspondientes creen necesaria la puesta en marcha de múltiples actividades que generan e impulsan el turismo sostenible, a través del Turismo Comunitario, la inversión privada y la participación de organismos no gubernamentales.

El objetivo de la investigación es desarrollar un plan de negocios para la creación de cabañas eco amigables en el cantón La Troncal de la provincia del Cañar año 2017. Entre las facilidades y oportunidades que se presentan mediante la realización de la investigación se encuentra que es posible la introducción del servicio de las cabañas ecológicas en el cantón, cubrir el mercado existente a nivel local y nacional, servir a los turistas con amabilidad a fin de satisfacer sus necesidades, mediante campañas publicitarias y la difusión a través del uso de letreros y vallas publicitarias, mientras que las principales limitaciones existentes fue la falta de información sobre las necesidades de los turistas para lo que se aplicó una encuesta.

La metodología de la investigación fue descriptiva, cuantitativa, deductiva, inductiva, bibliográfica y de campo, aplicando la encuesta a los turistas y visitantes que acuden a visitar los atractivos turísticos del cantón.

CAPÍTULO I

1. Presentación del entorno

El presente Plan de Negocios está encaminado a satisfacer las necesidades cada vez más exigentes de turistas conscientes quienes requieren servicios acorde a las actividades que realizan. Al ser el Cantón La Troncal la zona costanera y motor económico de la provincia del Cañar, atrae la concentración de turistas de diferentes provincias localizadas a menos de tres horas de distancia, las diferentes opciones (balnearios, aguas termales, cultura, turismo de montaña, eventos de ciclismo y deportes extremos) hacen que la demanda de servicios de estancia crezca considerablemente.

1.1 Presentación del entorno macro del Cantón La Troncal.

Ambiente Político.

La Troncal es un cantón perteneciente a la provincia del Cañar, que fue cantonizado el 22 de septiembre de 1983, mediante Decreto Ejecutivo 589.

Localización y Ubicación. – La Troncal, a pesar de ser un cantón de una provincia situada en la Región Interandina o Sierra, está localizada en la Región Litoral o Costa, en la zona occidental de la provincia del Cañar, ubicado en las siguientes coordenadas geográficas: latitud sur 2°28'22" y 2°30'05" y longitud oeste 79°14'14" y 79°31'45". (GAD Municipal La Troncal, 2014) (Ver anexo No. 1).

Se puede apreciar que La Troncal es un cantón que a pesar de estar localizado geográficamente en la Región Interandina, no se encuentra precisamente en la zona de serranía ecuatoriana, sino más bien a nivel del mar en la costa patria, lo que permite que tenga un doble atractivo turístico.

Límites. – Los límites del cantón La Troncal son las siguientes:

- **Norte:** Cantón El Triunfo (Guayas) y parroquia General Morales (Cañar);
- **Sur:** Parroquia San Antonio (Cañar) y parroquia San Carlos (Naranjal - Guayas), a la altura del río Cañar;
- **Este:** Parroquia Chontamarca (Cañar);

- **Oeste:** Cantones El Triunfo, Taura y Naranjal de la provincia del Guayas. (GAD Municipal La Troncal, 2014)

La Troncal está limitada con la provincia del Guayas, específicamente con el cantón El Triunfo y está ubicado a tan solo 2 horas de la ciudad de Guayaquil, la ciudad más poblada del Ecuador, donde se encuentran la mayor cantidad de turistas del país, representando ello una oportunidad para el presente plan de negocios.

División Político Administrativa. – La Troncal está subdividida en tres parroquias: parroquia urbana La Troncal, parroquias rurales Pancho Negro y Manuel de Jesús Calle.

La jurisdicción cantonal abarca 32.780 hectáreas subdivididas de la siguiente manera:

- 12.483,4 Has. en la Parroquia La Troncal;
- 3.746,8 Has. Parroquia Manuel de J. Calle, y,
- 16.549,8 Has. Parroquia Pancho Negro. (GAD Municipal La Troncal, 2014) (Ver anexo No. 2).

Políticamente, La Troncal tiene 3 parroquias, de las cuales solo la cabecera cantonal pertenece al área urbana, habitando en el sector rural un buen número de troncaleños que se dedican a las actividades agrícolas y ganaderas y en muy baja proporción al turismo.

La Troncal se encuentra localizada en la Región 6 de la división territorial establecida en el COOTAD y en el Plan Nacional de Desarrollo. (Ver anexo No. 3).

La nueva división territorial del país, ubica a La Troncal en la Región 6, donde también se encuentran la provincia del Cañar y del Azuay, situada junto a la provincia del Guayas, lo que es una buena oportunidad para promover un mayor turismo de Guayaquil hacia esta localidad.

El cantón La Troncal es una de las siete jurisdicciones cantonales que conforman la provincia del Cañar y está constituido por las siguientes parroquias y recintos:

Tabla 1. Parroquias y recintos del cantón La Troncal

Parroquia	Recintos
Manuel de J. Calle	Rancho Grande El Cielo
Pancho Negro	La Envidia San Luis
La Troncal	Cochancay Voluntad de Dios La Puntilla Yana – Yacu
Zona no definida	Playa Seca El Piedrero El Ají 10 de Agosto

Fuente: Rodríguez Marina, Galarza Felman, (2013).

Elaborado por: La Autora, 2016.

Los representantes de la función ejecutiva son los siguientes: del Cantón, el Jefe Político y el Comisario; y, de la Parroquia Rural, El Teniente Político. Por votación popular son designados el Alcalde y los Concejales municipales.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón La Troncal, está formado por el Concejo cantonal, que se integra por 7 Concejales y el Alcalde quien la preside. Esta entidad es responsable de normar, formular políticas y estrategias y establecer objetivos para el desarrollo cantonal, enfocado al buen vivir de la ciudadanía.

Las funciones principales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón La Troncal son: dirigir, orientar y supervisar la ejecución de todas las políticas generales y actividades básicas de la administración.

Los colores de la Bandera y del Escudo del cantón La Troncal son: el amarillo, el blanco y el verde.

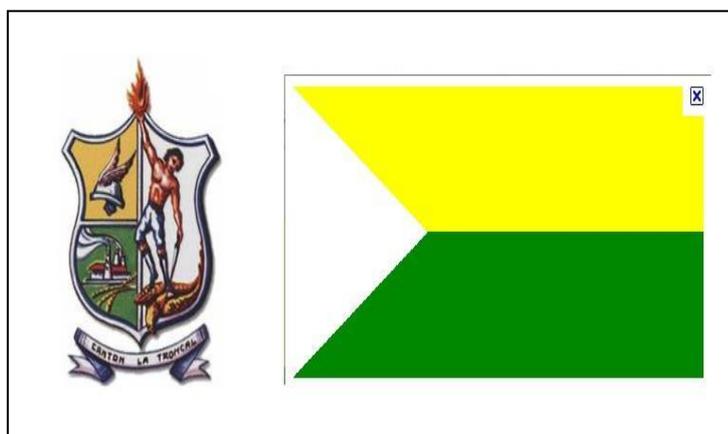


Figura 1. Bandera y Escudo Político del Cantón la Troncal

Fuente: Gobierno Municipal Autónomo Descentralizado del cantón La Troncal. (2012). Obtenido de <http://www.gobiernodelcanar.gob.ec/>

Elaborado por: Gobierno Municipal Autónomo Descentralizado del cantón La Troncal, (2012)

Los colores de la bandera del cantón La Troncal son: amarillo, blanco y verde; este último color hace referencia a la naturaleza y a la gran cantidad de recursos naturales que tiene esta localidad del Cañar.

Ambiente Económico.

La Troncal es el cantón más importante en la economía de la provincia del Cañar, debido a su ritmo industrial y comercial, donde la ganadería y la agricultura son las principales actividades productivas.

La principal fuerza económica del cantón La Troncal, es la agricultura, especialmente los cultivos de caña de azúcar y la industrialización que realiza a esta variedad vegetal por parte del Ingenio Azucarero ECUDOS y la fábrica de alcohol Producargo.

En la cabecera cantonal y centro urbano del cantón La Troncal, se ubican la mayor parte de los servicios públicos y privados, además de los establecimientos sectorizados como hoteles y restaurantes, donde gran parte de la población es flotante, y visita este cantón durante los meses en que se realizan actividades de zafra de la caña de azúcar en las instalaciones del Ingenio Azucarero “La Troncal”.

En Cañar la Población Económicamente Activa – PEA asciende al 49,44% y representa el 2% de la fuerza laboral del país, según datos del Censo 2010; su aporte económico a la

Región 6 es del 17% del Producto Nacional Bruto en promedio y el 1,8% a nivel local. (Ministerio de Coordinación de Producción Empleo y Competitividad, 2016).

En el siguiente cuadro se presenta el detalle de la actividad económica en el cantón La Troncal de la provincia del Cañar.

Tabla 2. Estructura sectorial de la PEA. Cañar.

Sector	% PEA
Agricultura	45
Comercio	11
Manufactura	10
Servicios	14
Otros	6
Construcción	8
Transporte	5
Servicios financieros	1
Total	100

Fuente: INEC, Censo Económico, 2014.
Elaborado por: La Autora, 2016.

El 45% de la PEA de la provincia de Cañar se dedica a la agricultura, silvicultura, caza y pesca, siendo ésta la principal actividad económica de la provincia. En segundo plano, se ubican: servicios (14%), comercio (11%) y manufactura (10%). La construcción representa el 8% de la PEA de la provincia de Cañar, seguido de las actividades no bien especificadas que constituyen el 6% y transporte con el 5%. Mientras que, las actividades de menor importancia para la provincia son los establecimientos financieros (1%)

De acuerdo a la información obtenida de la proyección del último Censo Económico (2014), se determina provisionalmente que existen 9.575 establecimientos que desarrollan actividades económicas en la provincia, lo que significa el 18% de la Región 6 y el 1,8% a nivel nacional.

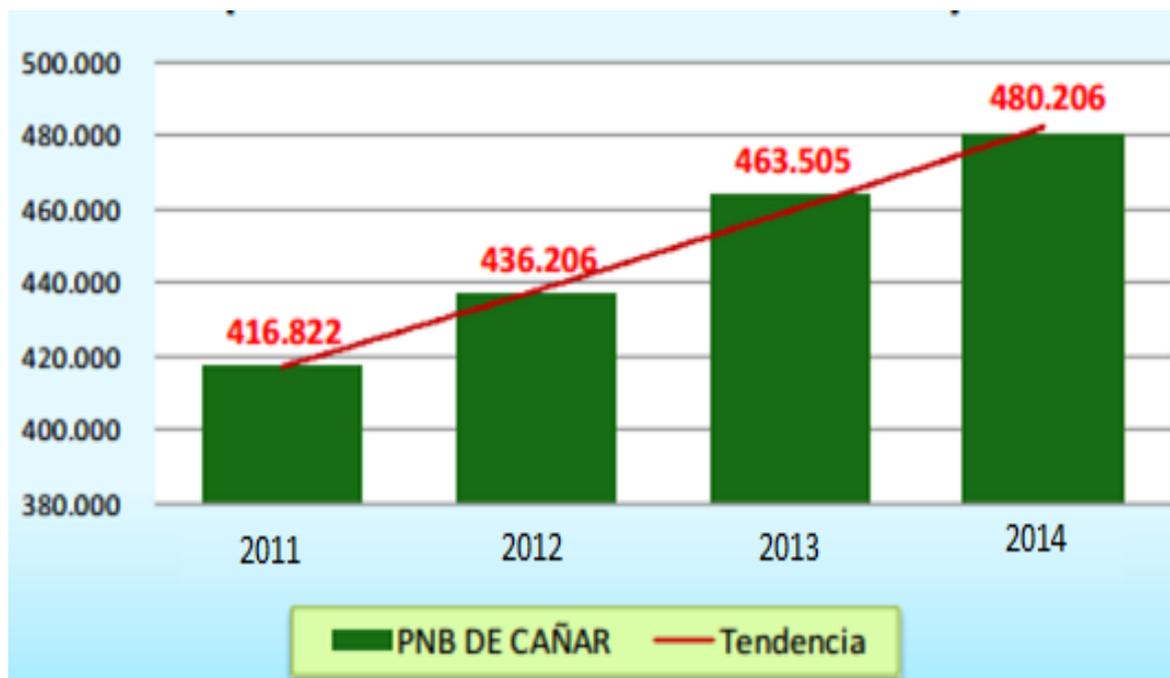


Figura 2. Producción Nacional Bruta del Cañar.
Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014, www.bce.gob.ec
Elaborado por: La Autora, 2016.

Si se analiza la evolución del valor bruto de producción (PNB) generado en Cañar entre el período 2011 – 2014, se puede ver un crecimiento sostenido de las actividades productivas, ya que el PNB pasa de 416 millones de USD constantes (2000) en 2004 a 480 millones de USD constantes en el 2010, esto es un incremento del 15,2%. (Ministerio de Coordinación de Producción Empleo y Competitividad, 2016)

Tasas de interés. – A pesar que las tasas de interés del sector bancario se han mantenido en cifras superiores al 15%, de acuerdo al Banco Central del Ecuador, sin embargo, la Corporación Nacional de Fomento (CFN) ofrece tasas desde el 9% al 11% para créditos corporativos y a microempresarios, lo que representa una oportunidad para los emprendedores que quieren invertir en establecimientos de oferta turística. (Corporación Financiera Nacional, 2016)

Las tasas de interés de dos dígitos pueden dificultar las opciones para el financiamiento de actividades turísticas en el cantón La Troncal, por ello el incremento de este indicador puede ser un riesgo para el proyecto.

Ambiente Social.

Tamaño del mercado. –La población del cantón La Troncal es de 54.389 habitantes, según los datos proyectados del VII Censo de Población y VI de Vivienda que realizó el INEC al año 2014, de los cuales 50,13% pertenecen al sexo masculino y 49,87% son del sexo femenino. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014)

La tasa de crecimiento del cantón La Troncal se encuentra en alrededor del 3% lo que significa que a pesar de los esfuerzos del Estado por reducir las tasas de natalidad, en especial de la población adolescente, no se han logrado las metas que fueron de mantener por debajo del 2% la tasa de natalidad, especialmente en los sectores rurales de La Troncal.

Casi la mitad de los habitantes del cantón la Troncal se agrupa en el rango de edad menor a 20 años, es decir, que se trata de una población joven; el 63% de las personas que viven en La Troncal, habita en el área urbana mientras que en el área rural vive el 37% de los troncaleños. (SENPLADES, 2014)

Debido a los partos de la población adolescente, La Troncal es un cantón eminentemente joven, lo que puede aprovecharse a través de la creación de fuentes de trabajo para la población a nivel local y nacional.

Estratos socioeconómicos. –El 58,64% de los troncaleños pertenece a la población económicamente inactiva, los cuales además pertenecen a las clases socioeconómicas de nivel bajo, el 35,48% de los habitantes pertenece a las clases socioeconómicas de nivel medio, mientras que los restantes (5,88%) están categorizados entre las clases alta y medio alta. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014)

Los estratos socioeconómicos de La Troncal, en su mayoría se encuentran en niveles inferiores a los \$500,00 dólares de ingresos, debido a que gran parte de la población vive de la agricultura y la ganadería, donde se paga alrededor de \$12,00 a \$15,00 diario por jornal. Cifra que no abastece las necesidades básicas de la población.

Propensión al consumo. – Según la Dirección de Investigación del Ministerio de Turismo, (MINTUR, 2014), en el año 2014, el 73,8% de los turistas no residentes realizó actividades relacionadas con el turismo cultural, mientras que el 21% efectuó ecoturismo, estas estadísticas demuestran la preferencia del turista hacia las actividades vinculadas al disfrute

y contemplación de la naturaleza, así como a la preocupación sobre el cuidado ambiental y el uso y manejo de los recursos. En países desarrollados hay una importante demanda en todo lo relacionado a productos y servicios “eco”, por tal motivo las entidades estatales y privadas están uniendo esfuerzos para proteger los recursos que se vuelven cada vez más vulnerables.

El ecoturismo está ganando espacio en muchos de los turistas nacionales y extranjeros, lo que representa una gran oportunidad para el cantón La Troncal, que puede promover el ecoturismo como parte de su desarrollo económico.

Analfabetismo. – De acuerdo a los datos del último censo del INEC del 2014, el 7,8% de los habitantes del cantón La Troncal son analfabetos, reduciéndose en 1,3% el indicador del 9,1% del 2014, las mujeres del área rural conforman el mayor porcentaje de analfabetismo en el cantón, de los cuales el Estado espera que hasta fines del 2015 este indicador pueda ser del 0%. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014)

El analfabetismo es uno de los problemas que ha causado mayor preocupación en el Estado, que está realizando esfuerzos para la reducción de este fenómeno social que está afectando a la comunidad de La Troncal, así lo reflejan los resultados del censo de población del año 2014, que indican una reducción del analfabetismo a nivel nacional.

Acceso a servicios básicos. – El 25% de la población del cantón la Troncal se abastece de agua potable desde la red pública, mientras que el 67% se abastece de pozos, el 6% se abastece del río o vertientes. El 40% de la población de La Troncal está conectado a la red de alcantarillado, el 17% dispone de pozo ciego, el 30% tiene pozo séptico y el 12% elimina las aguas residuales de otras formas. El 93% de las viviendas del cantón La Troncal se abastece del servicio eléctrico de la red pública de energía eléctrica y utiliza el gas como combustible para cocinar, mientras que el 69% no dispone del servicio telefónico. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014).

Uno de los grandes problemas que afecta al cantón La Troncal, radica en el abastecimiento de agua potable, que en la gran mayoría de los casos es por agua entubada, lo que puede inclusive ser un riesgo para el turismo.

Seguridad. – Los índices de inseguridad en el Ecuador son altos, pero según el informe de (Ministerio de Coordinación de Producción Empleo y Competitividad, 2016), en el periodo

2013-2014 hay una ligera disminución en cuanto a robos, asesinatos y violaciones, pero lamentablemente ha incrementado el índice de muertes por accidentes de tránsito. Esto no significa que Ecuador sea un país seguro para el turista.

Se mantiene la expectativa que la promulgación próxima del Código Integral Penal y el fortalecimiento de la Policía Nacional, pueda ser una de las bases para la minimización de los niveles de inseguridad a nivel nacional.

Las estadísticas de inseguridad en el país se presentan en detalle en el siguiente cuadro de indicadores:

Tabla 3. Estadísticas de seguridad a nivel nacional.

Descripción	Enero-Nov. 2013	Enero-Nov. 2014	Variación (%)
Robo a personas	32438	31423	-3
Robo de accesorios de vehículos	9429	9389	-0.4
Robo de motocicletas	5585	5303	-5
Robos a domicilio	18336	17107	-7
Robos de vehículos	6929	6353	-8
Robo en locales comerciales	4543	4082	-10
Violaciones	4518	4436	-2
Asesinatos y homicidios	1582	1199	-24
Muertes accidentes tránsito	2025	2136	6
Descripción	Enero-Nov. 2013	Enero-Nov. 2014	Variación (%)
Personas privadas de la libertad	21781 personas	24075 personas	3

Fuente: Ministerio Coordinador de Seguridad.(2014). Recuperado de <http://www.seguridad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/revistans25.pdf>
Elaborado por: La Autora, 2016.

Se observa que han decrecido los índices delincuenciales en el país, en algunos casos, sin embargo, la inseguridad continúa siendo el principal problema para el turismo no solo en la localidad, sino a nivel nacional.

Aspecto Ambiental.

Clima. – El clima de la localidad es tropical monzónico según la clasificación climática Köppen, cuyas temperaturas oscilan entre 18°C y 24°C, con dos estaciones muy marcadas: lluviosa de diciembre a mayo con una temperatura promedio de 25,3°C; y seca de junio a noviembre con una temperatura de 23.9°C. La humedad oscila entre el 85% al 87%. (GAD Municipal La Troncal, 2014).

El clima de La Troncal es uno de los más agradables del país, porque se encuentra entre la sierra y la costa, lo que hace de esta parte de la geografía ecuatoriana un atractivo turístico.

Hidrografía. – La Troncal está atravesado por el Río Bulubulu que tiene dos afluentes principales, el Río Yanayacu y el Río Chilcales; además se observan el Estero Azul, Victoria, Playa Seca, Bucarcar y Pabas Hondas. El otro río que atraviesa La Troncal es el Río Cañar, cuyos afluentes principales son los ríos Tigsaw, Zhucay, y Patul y sus afluentes secundarios son el Norcay y el Piedras. Del río Cañar nace el estero Cochancay. (Gobierno Municipal Autónomo del Cantón La Troncal, 2015).

Otro río que atraviesa La Troncal es el Río Yanayacu, en cuyas riberas se observa un paisaje del bosque húmedo tropical, por lo general es utilizado para la práctica del boying, para bañistas, además hay abundante flora como el guarumo, epífitas, palma real, y, fauna como gorriones, colembas, mariposas, insectos.. (GAD Municipal La Troncal, 2014).

Los ríos del Cantón La Troncal son otro de los atractivos turísticos del cantón, especialmente el Río de aguas termales Yanayacu, que forma la laguna del mismo nombre, es el principal atractivo turístico de la localidad por las cualidades curativas de las aguas.

Orografía. – El cantón La Troncal forma parte de la llanura costanera, su altitud oscila entre los 24 a 200 msnm, con una longitud de 35 Km, con una pendiente media de 0,52%, destacando tres pequeñas elevaciones:

- Huaquillas: con una altura de 100 msnm.
- Vía La Troncal – Machala, a la altura del Ingenio La Troncal, una elevación de 86 msnm.
- El Cerro Pablo o Pico, al Suroeste del recinto La Puntilla con una elevación de 65 msnm. (Gobierno Municipal Autónomo Descentralizado del cantón La Troncal, 2014).

La orografía también es otro atractivo turístico del cantón La Troncal, porque existen montañas y diversos relieves, pero también hay zonas ubicadas a nivel del mar, ambas favorecen las actividades turísticas como el ciclismo, las carreras de carros, entre otros.

Zonas ecológicas. – En el aspecto ecológico el más importante es el bosque húmedo tropical, con temperatura anual promedio de 25°C; pluviosidad media de 2,000mm y altitudes que oscilan entre 0 y 100 msnm.

En la parroquia Pancho Negro se observa el bosque húmedo seco, que se encuentra desde 5 msnm hasta la cota de 300 m, con una temperatura media de 23°C a 26°C y precipitación promedio de 500 a 1.000mm. El bosque Premontano se encuentra en el área del río Tigsay, que recibe precipitaciones mayores a 1.000 mm pero menores a 1.500 mm. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón La Troncal, 2014). El medio ambiente de La Troncal es rico en flora y fauna, así como en recursos naturales como son los ríos, las montañas, que van formando un paisaje único que es muy apreciado por el turista.

Ambiente Tecnológico.

La tecnología del sector hotelero en el país ha tenido una evolución muy acelerada, porque ahora los hoteles han pasado a ser edificios inteligentes, cuya infraestructura contiene dispositivos electrónicos para mejorar el control y la seguridad de los turistas, además de sofisticados sistemas de seguridad laboral y equipos contra incendio.

Sin embargo, en el cantón La Troncal, se está utilizando en escaso nivel las tecnologías de información y comunicación, aunque algunos hoteles y hosterías del cantón La Troncal han instalado dispositivos de seguridad electrónica como parte de su infraestructura, especialmente, en materia de la seguridad contra incendios, aún no hay un estudio que permita comentar sobre el estado de protección de la infraestructura hotelera.

La evolución tecnológica garantiza una mayor seguridad, debido a la existencia de dispositivos de seguridad electrónica y a los equipos que sirven para mejorar la comodidad del usuario que se aloja en un establecimiento hotelero.

La Dirección Provincial del Turismo del Cañar y la empresa privada han diseñado páginas web en la cual los turistas pueden buscar en el portal electrónico correspondiente, los lugares turísticos mediante el uso del internet, además que ofrecen facilidades para contratar paquetes turísticos, realizar reservas, pagos on line, etc.

Evaluación de Factores Externos: Oportunidades y Amenazas (Matriz EFE)

La evaluación cualitativa de los factores externos se realiza para determinar cuáles de ellos representa oportunidades y cuáles son amenazas, como se presenta en la siguiente matriz (EFE):

Tabla 4. Matriz de evaluación de factores externos.

Factores	Oportunidad	Amenaza
Oportunidades		
Tamaño del mercado en crecimiento	X	
Propensión al consumo en crecimiento	X	
Tecnología moderna garantiza seguridad	X	
Políticas en materia de turismo	X	
Financiamiento de viajes de recreación y ocio	X	
Amenazas		
Inseguridad		X
Inflación de precios		X
Competencia		X

Fuente: Valoración dada por el autor.

Elaborado por: La Autora, 2016.

El crecimiento de la población del cantón La Troncal a una tasa promedio anual del 2%, es una de las oportunidades que presenta el plan de negocios, además de la alta propensión al turismo ecológico por parte de la población de turistas nacionales, locales y extranjeros, el cual es apoyado en gran medida por las políticas estatales que fomentan el turismo a través de los puentes vacacionales. En cuanto a la seguridad, las personas se sienten más protegidas por los sistemas de seguridad incorporadas tanto a espacios públicos como privados mediante cámaras de vigilancia y el sistema de auxilio inmediato 911.

El incremento de los sueldos y salarios a una tasa promedio anual que oscila entre el 7% al 9%, garantiza mayor dinero circulante que en gran parte es utilizado en las actividades turísticas, mientras que las políticas en materia de turismo que han promovido los puentes vacacionales, potencializan la actividad turística, incluyendo el financiamiento de los recursos económicos predestinados para el viaje de recreación y ocio, por parte de los usuarios, quienes pueden cancelar los mismos en cómodas cuotas mensuales con las tarjetas de crédito o préstamos otorgados por Cooperativos, préstamos quirografarios u otras vías de financiamiento.

La inseguridad reinante en el cantón La Troncal, representa la principal amenaza para el proyecto, sin embargo, se puede contrarrestar a través de una comunicación eficiente con los organismos policiales, para coordinar el apoyo en caso de emergencias, a lo que se añade la inflación de precios que atenta contra el poder adquisitivo de los turistas y

visitantes. Mientras que la competencia que existe en los alrededores representa otro riesgo para el plan de negocios, especialmente aquella asentada en el sector de Cochacay, donde se encuentran centros de recreación y de alojamiento como La Merced, La Cascada, Balneario Yanayacu, Cabañas del Sol, entre otros.

1.1.1. Principales aspectos y tendencias del entorno turístico.

Al hacer referencia a los aspectos y tendencias del entorno turístico, se hace mención de las principales estadísticas turísticas a nivel nacional y provincial, así como a los atractivos y catastro turístico de la provincia del Cañar.

Estadísticas turísticas.

El Ecuador por los recursos naturales que posee, se convierte en un país con un gran potencial turístico, por ello no solo los turistas nacionales visitan los principales atractivos ecuatorianos, sino también los turistas extranjeros que llegan desde diferentes continentes.

En el Ecuador la llegada de turistas extranjeros se incrementó en el periodo del 2013, con relación al 2014, como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

Tabla 5. Principales mercados emisores.

Principales mercados emisores	2013	2014	Var% 2013/2014
Colombia	373.053	399.056	7
Estados Unidos	255.897	274.408	7
Perú	190.602	208.342	9
Venezuela	78.564	96.388	23
España	80.216	88.466	10
Argentina	54.426	64.509	19
Chile	42.002	53.430	27
México	24.654	29.254	19
Cuba	21.522	25.765	20
Alemania	14.461	18.708	30
Canadá	12.356	16.340	32
Gran Bretaña	10.527	14.440	37
Brasil	8.746	11.986	37
Otros	80.090	98.754	23
Total	1.247.116	1.399.846	12

Fuente: Ministerio de Turismo.

Elaborado por: La Autora, 2016.

Los principales turistas extranjeros provienen de los países de Colombia y Estados Unidos,

en el año 2013.

La tasa de ocupación hotelera se encontró en el 59% en el 2014, mientras que en el 2013 era del 54%, es decir, que en el transcurso de un año se incrementó en 5 puntos, sin embargo, todavía no satisface las expectativas de los oferentes turísticos, que esperan que esta se incremente en tasas superiores al 60%, con la planificación del crecimiento del potencial turístico de la localidad, que debe partir del Gobierno Municipal Autónomo Descentralizado del cantón La Troncal (Dirección Nacional de Migración, 2014).

En el siguiente gráfico se presenta el detalle de la tasa de ocupación hotelera en el periodo anual del 2014.



Figura 3. Tasa de ocupación hotelera. Año 2014.

Fuente: Dirección Nacional de Migración. (2014). Obtenido de http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/estadisticas_hoteleras.html
Elaborado por: La Dirección Nacional de Migración. (2014).

Desde el año 2009 al 2013, la tasa de ocupación hotelera se sitúa entre el 52% al 54%, sin embargo en el año 2014, esta se incrementó al 59%, gracias a la difusión que se hace del ecoturismo en diversos sectores del Ecuador, como la Isla Santay en Guayaquil, el cantón Baños de la provincia del Tungurahua y el cantón La Troncal, todos ellos con alto potencial para explotar el turismo ecológico.

Políticas que fomentan el turismo. – La política estatal favorece el turismo, porque en los últimos seis años del gobierno actual, se ha tomado la decisión de crear puentes vacacionales, pasando fechas festivas al viernes, como una estrategia para fomentar el turismo.

Legislación laboral. – En el ámbito laboral existen mayores beneficios para la población, porque la legislación laboral garantiza el cobro de utilidades por parte de la masa

trabajadora, permitiéndole obtener mayores ingresos que son invertidos en algunos casos en actividades turísticas, representando ello una oportunidad para los oferentes del turismo.

Inventario de atractivos turísticos.

La provincia del Cañar tiene varios atractivos turísticos distribuidos en los diferentes cantones que lo conforman, varios de los cuales se encuentran en la localidad de La Troncal, que ostenta más bien un clima y costumbres costeños.

La capital de la provincia del Cañar es Azogues, sector geográfico que goza de una importante historia, entre las cuales se citan que fue habitada por los aborígenes cañaris, quienes son los principales gestores de varios de los atractivos turísticos de la provincia que se conservan hasta la actualidad.

En el siguiente cuadro se presenta un cuadro con los atractivos turísticos inventariados por el MINTUR.

Tabla 6. Inventario de atractivos turísticos del Cañar.

Nombre	Cantón	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Virgen de la Nube	Azogues	Terrestre	Asfaltado	Todos los días
Ruinas de Ingapirca	Cañar	Terrestre	Empedrado	Todos los días
Santuario a la Virgen del Rocío. La Catedral	Biblián	Terrestre	Asfaltado	Todos los días
Laguna de Yanayacu	La Troncal	Acuático	Fluvial	Todos los días
Cascada del Río Azul	La Troncal	Acuático	Fluvial	Todos los días
Parque Ecológico La Montañita	La Troncal	Terrestre	Sendero	Todos los días

Fuente: Ministerio de Turismo. (2014). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec>
Elaborado por: La Autora, 2016

La Virgen de la Nube. –Azogues tradicionalmente está resguardada por la Virgen de la Nube, siendo su principal atractivo turístico la Iglesia de San Francisco, un santuario donde la población local y los turistas veneran a la virgen, este atractivo está ubicado a 300 m de altura sobre una colina. Tiene un altar recubierto de pan de oro y en la noche la iluminación hace que el templo resalte entre el resto del paisaje.



Figura 4. Iglesia de San Francisco.

Fuente: Diario Hoy. (5 de junio del 2014). Obtenido de

[http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-provincia-del-canar-y-sus-atractivos-turisticos-](http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-provincia-del-canar-y-sus-atractivos-turisticos)

Elaborado por: Diario Hoy. (5 de junio del 2014).

En Azogues, la tradición es la feria de los días sábados, donde se pueden adquirir artesanías locales, sombreros de paja toquilla, fajas o chumbis con originales diseños, chalinas, ponchos, shigras y objetos de oro.

Santuario a la Virgen del Rocío. – En Biblián, la ciudad de las queserías, a menos de una hora de Azogues, se encuentra el Santuario a la Virgen del Rocío. La Catedral, construida en roca, está situada en la parte alta de una colina. A pocos minutos existen otras poblaciones como Verdeloma, Fátima y San Luis.



Figura 5. Santuario Virgen del Rocío.

Fuente: GAD Municipal Cantón Biblián (2014).

Obtenido de <http://www.biblian.gob.ec/biblian/index.php/atracciones/santuario-de-la-virgen-del-rocio>

Elaborado por: GAD Municipal Cantón Bilián (2014).

Ruinas de Ingapirca. – Se trata del mayor atractivo turístico serrano de la provincia del Cañar, situado a 53 kilómetros de Biblián, denominado como las Ruinas de Ingapirca, construido por el inca Huayna Capac hace más de 500 años. Su infraestructura está hecha de piedra tallada y uniones perfectas; su orientación está en función al Sol, el dios al que adoraban los Incas. Además del arte del tallado de la piedra y de sus muros, se erige una voluminosa plataforma elíptica llamada el Castillo de Ingapirca.

El complejo lo comprende un templo doble de culto al Inti o Dios Sol, divinidad tutelar del imperio y a su alrededor existen edificaciones de uso religioso, festivo, habitacional, depósitos, calles empedradas y escalinatas. El conjunto Inca abarca aproximadamente cuatro hectáreas, en donde se encuentran varios edificios y evidencias de otra naturaleza. Las ruinas de Ingapirca son el mayor tesoro del Cañar. Constituyen los restos arqueológicos pre incásicos mejor conservados del Ecuador. (GAD Municipal La Troncal, 2014)



Figura 6. Ruinas de Ingapirca.

Fuente: Diario Hoy. (5 de junio del 2014). Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-provincia-del-canar-y-sus-atractivos-turisticos-478939.html>

Elaborado por: Diario Hoy. (5 de junio del 2014).

Aguas termales Yanayacu. – La provincia del Cañar tiene también un cantón ubicado al nivel del mar, que es La Troncal, en donde se encuentra ubicado otro de los atractivos turísticos de la provincia y de la localidad, la cual es el balneario de aguas termales Yanayacu. A este balneario se le ha dado una importancia turística (turismo de salud), porque la tradición troncaleña manifiesta que sus aguas termales son saludables y que pueden curar diversas enfermedades como la artritis, los dolores dorsales y lumbares, entre los más importantes.



Figura 7. Aguas Termales Yanayacu.

Elaborado por: La Autora, 2016.

Catastro turístico de la provincia del Cañar.

El Catastro es el producto final del proceso de recopilación de información de los establecimientos turísticos que han obtenido el registro de turismo, esto en función de lo que establece la Ley de Turismo y sus Reglamentos. Es una herramienta referencial y de relevante importancia para la obtención de información estadística para los diferentes usuarios que requieren de este servicio. (MINTUR, 2014).

La provincia del Cañar tiene 387 establecimientos económicos pertenecientes al sector de los Hoteles y Restaurantes, de los cuales 51 son hoteles, hostales o moteles (13,18%), que ofertan el servicio de alojamiento a los turistas que ingresan a cualquiera de los cantones de la provincia.

En el siguiente cuadro se presenta el catastro turístico del cantón La Troncal, donde se presenta el detalle de la lista de los principales establecimientos del sector de Hotelería y Restaurantes. (Ver anexo No. 4).

Tabla 7. Resumen del Catastro turístico del cantón la Troncal

Detalle	Cantidad	%
Agencias de Viaje	1	1
Motel	7	7
Hostal	6	6
Hostal Residencial	3	3
Hostería	5	5
Hotel	4	4
Bar	1	1
Cafetería	1	1
Restaurante	61	59
Fuente de Soda	5	5
Termas y Balnearios	6	6
Discoteca	1	1
Sala de Baile	2	2
Transporte Terrestre	1	1
Total	104	100

Fuente: Ministerio de Turismo. (2014). Obtenido de www.sri.gov.ec, <http://www.turismo.gob.ec/catastro/>
Elaborado por: La Autora, 2015.

La Troncal tiene 104 establecimientos clasificados dentro del sector de hotelería y restaurantes, los cuales ofertan diversos productos y servicios que están encasillados dentro de la oferta turística.

Los restaurantes participan con la mayor cantidad de establecimientos en el cantón La Troncal, con el 58% del total de locales dedicados a ofertar bienes y servicios para el turista.

El sector comprendido entre los moteles, hostales, hosterías, hoteles y hostales residenciales, que ofrecen el alojamiento a los turistas, participan con el 24,04% del total de establecimientos dedicados a ofertar servicios turísticos, y, junto a los restaurantes, suman más del 82% del total de la oferta turística en el cantón La Troncal, lo que significa que será una buena oportunidad la oferta de cabañas en esta localidad, donde esta oferta no existe en el catastro del Ministerio de Turismo, actualizado a diciembre del 2014.

La capacidad hotelera en el cantón La Troncal es igual a 363 habitaciones, es decir, un promedio de 15 habitaciones por cada establecimiento hotelero.

1.1.2. Principales determinantes de la demanda turística.

De acuerdo a (Martín, 2015), los principales determinantes de la demanda turística, son los atractivos turísticos, los recursos turísticos entre los cuales se cita la infraestructura turística, además de la organización económica o gestión de entidades (supra estructura), cuyas conceptualizaciones se presentan en los siguientes ítems:

- **Recursos turísticos:** son los medios que permiten la óptima oferta turística, entre los que se citan la infraestructura turística conformada por los establecimientos hoteleros, restaurantes, la infraestructura vial, el transporte, así como los propios atractivos turísticos y el recurso humano que guiará a los turistas, entre los principales aspectos de gran importancia.
- **Supra-estructura turística:** “Es el conjunto de organismos públicos y privados que regulan, fomentan y/o coordinan la actividad turística, entre los cuales se incluye a la comunidad”. Dentro de los aspectos más importantes de la supra estructura, se cita la organización económica y gestión de entidades, factor de gran importancia para que la oferta de los bienes y servicios durante la estancia de los turistas, garanticen la maximización del nivel de satisfacción de los clientes. (Martín, 2015).

Los recursos turísticos entonces, corresponden al análisis de la infraestructura hotelera, infraestructura vial, transporte, las condiciones de los atractivos turísticos y el recurso humano que guía a los turistas. Mientras que la supra estructura turística, corresponde a los organismos públicos y privados que regulan esta actividad, como es el caso de la Dirección

Provincial de Turismo, el Gobierno Municipal Autónomo Descentralizado del cantón La Troncal, la Dirección Provincial de Salud, las fundaciones y empresas privadas que contribuyen con el turismo, además de la propia comunidad que debe estar preparada para la atención cálida de los turistas nacionales y extranjeros que visiten la localidad troncaleña.

Infraestructura turística.

Los principales atractivos del cantón La Troncal se encuentran en el carretero viejo Javín – Yanayacu, que ofrece al turista una gran diversidad de flora y fauna, conjugando majestuosos parajes, como palmas silvestres y el río BuluBulu.

El turista puede observar la flora y la fauna, realizar actividades de agroturismo, senderismo, fotografía, downhill, y paseos a caballo, ciclismo de montaña que es un deporte que en los últimos meses ha ganado bastante terreno en la zona.

- **Cascada del Río Azul.** –Es uno de los atractivos en el Recinto Cochancay, que está ubicada a una altura de 335 m.s.n.m. y es parte de la cuenca media del río Bulubulu, en donde existe gran variedad de flora como el Guayacán, María Prieto, Manguillo, Suchi, Jigua, Cacao, Coco, Cedro, Guachapelí, Laurel, Caoba y Teca; mientras que la fauna está representada por mamíferos, aves, reptiles, crustáceos, peces e insectos, incluyendo algunos animales en peligro de extinción como: guanta, venado, oso negro, oso hormiguero, mono martín (colorado), mono negro grande, tigre, cerdo espín, ardilla, perro de agua, cerdo sajino, leopardo, jaguar, cuchuche, olingo de occidente y hormiguero; y entre las aves: el tilingo, la lechuza, la Valdivia y el tucán pecho blanco. (Turismo La Troncal, 2014)

Debido al clima que ostenta, el parapente es uno de los deportes favoritos en la zona turística de La Troncal. También se practican el Canopy y el Canyoning en el Balneario de El Chorro, rico en flora y fauna que dispone más de 35 vertientes naturales, por ello este balneario ofrece guías especializados; cabañas, restaurante-grill, sauna, toboganes, pesca deportiva, baños a vapor, salón karaoke y una variada gama de orquídeas endémicas, avistamiento de aves, gruta religiosa y la majestuosidad de sus hermosas cascadas de aguas de vertiente natural.



Figura 8. Cascada del Río Azul.
Fuente: Turismo La Troncal. (2014). Obtenido de <http://turismolatroncal.blogspot.com/p/lugares-turisticos-de-la-troncal.html>
Elaborado por: Turismo La Troncal, 2014.

La Cascada del Río Azul es uno de los paisajes más lindos del cantón La Troncal, no solo por su belleza, sino por el clima que ostenta y por la inmensa flora y fauna que se encuentra en el sector, ideal para el turismo.

- **Pista para deportes extremos.** – La pista José Francisco Vásquez, situada en la zona urbana del cantón La Troncal, apta para la práctica del Motocross, Bicicross y Automovilismo.

Se observa que los principales atractivos turísticos del cantón La Troncal, están ligados directamente al ecoturismo, porque están referidos a la flora y fauna extensa que tiene la localidad, así como a la hidrografía y la orografía que la hacen viable para diversos deportes y actividades turísticas.

Los más destacados dentro de la infraestructura turística, además de los hoteles y restaurantes, son los siguientes:

- **Parque Ecológico La Montaña.** – Está ubicado a 300 metros del Recinto Cochancay Vía a Durán – Tambo, Av. Principal, frente al Ministerio de Obras Públicas, a una altura de 189 m.s.n.m., alberga especies en peligro de extinción. Se puede disfrutar de las piscinas- criaderos de tilapias, paseo en bote, paseo a caballo, cabañas, canchas, restaurante y diversas plantas ornamentales y curativas únicas en su especie; además del zoológico que cuenta con especies como el Loro de Cabeza Roja, Loro Real, Perico, Loro Cabeza Azul, Cacatua, Gallina Guinea, Cuzumbo, Cuchucho, Mono Payasito, Gato

del monte, Tigrillo, Venado Gris, Sahino, Cabeza de mate, Guatusa, Avestruz, Guanta, Perico Australiano, Faisán, Tortuga pequeña, Canario, Mono Capuchino, Comadreja, León de Malasia, León Africano, Culebra Boa Matacaballo. (Turismo La Troncal, 2014)



Figura 9. Parque ecológico la Montañita.
Elaborado por: La Autora, 2016.

El parque ecológico, como su nombre lo dice es un área natural, conformada por una extensa gama de flora y fauna del sector de La Troncal, las cuales pueden ser observadas con facilidad por el turista, no solo para recrear su vista, sino también respirar el aire fresco y disfrutar de las bellezas que ofrece la naturaleza para la salud y la recreación humana.

- **El Pedregal.** – Se encuentra ubicada a la altura del km 5.5 vía Puerto Inca, a 80 m.s.n.m, por el cual atraviesa el río Cañar y se ofrecen servicios como sala de recepciones, piscinas, áreas verdes recreacionales, jardines, exposición de banano. (Turismo La Troncal, 2014).



Figura 10. Balneario el Pedregal
Elaborado por: La Autora, 2016.

El Pedregal es un sitio de recreación turística donde se puede hacer uso de las piscinas con toboganes, así como también el turista se puede servir diversos platos típicos del cantón La Troncal y puede disfrutar de un clima agradable.

- **La Ponderosa.** –Se encuentra ubicado a 300 metros del Recinto Cochancay, a una altura de 285 m.s.n.m., cuenta con piscinas, criaderos de tilapias, botes, lagunas artificiales, cabañas, canchas, pista bailable y una diversidad de plantas ornamentales y curativas endémicas; además de que se puede degustar platos típicos como: tilapia frita o al jugo, seco de gallina criolla, bollos de tilapia, chuleta asada, camarones al ajillo, entre otros. (Turismo La Troncal, 2014)



Figura 11. La Ponderosa.
Elaborado por: La Autora, 2016.

La Ponderosa es otro de los lugares turísticos apreciados por el turista, debido a la gran cantidad de flora que existe en el sector, además que ofrece a las personas, piscinas, lagunas artificiales, donde puede practicar varios deportes y disfrutar de la naturaleza, así como de la gastronomía de la localidad.

Accesibilidad. – Se puede ingresar por la Vía Durán Tambo a la entrada al Balneario Yanayacu o por la comunidad Javín.

Los tres ingresos principales al cantón La Troncal son: la vía Durán -Tambo desde Guayaquil-El Triunfo y por el otro extremo desde Azuay-Cañar, y un tercer acceso que es desde Puerto Inca-Naranjal-Machala.

Con relación a la accesibilidad se debe destacar que el cantón La Troncal tiene varias vías de acceso a sus principales atractivos turísticos, incluso una de ellas está vinculada a la

ciudad de Guayaquil, que debe ser el mercado meta del turismo troncaleño.

Medios de transporte. – Los medios de transporte que llegan al lugar son las cooperativas de transporte: Semería, San Luis, Turismo Occidental, que llegan desde la sierra, así como las Cooperativas Rircay y Troncaleña que dan servicios desde y hasta Guayaquil y Puerto Inca, o también pueden tomar auto propio.

Los horarios de salida de las unidades de transporte desde La Troncal hacia las respectivas ciudades de destino, es a las 04:00 en la mayoría de las Cooperativas de Transporte, circulando hasta las 22:00, aunque algunas cooperativas que van desde la costa hacia otros destinos de la sierra, pasan por el cantón La Troncal durante las 24 horas del día, entre ellas se citan San Luis y Semería, que va desde Guayaquil a Cuenca.

La mayoría de los medios de transporte que van hacia La Troncal salen del Terminal Terrestre de la ciudad de Guayaquil, lo que puede ser una oportunidad para el presente proyecto.

Supra estructura turística.

La supra estructura turística está conformada por los organismos públicos y privados que regulan las actividades turísticas del cantón La Troncal, además de la comunidad de la localidad.

Las entidades que son responsables por la actividad turística en el cantón La Troncal son la oficina de la Dirección Provincial de Turismo del Cañar, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón La Troncal, la Dirección Provincial del Ministerio del Ambiente y la Dirección Provincial de Salud del Cañar.

La participación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón La Troncal, consiste en el control de los establecimientos hoteleros y restaurantes, para que puedan funcionar cumpliendo con la legislación vigente a nivel local y nacional, además de generar fuentes de trabajo para la población local.

La participación de la oficina de la Dirección Provincial de Turismo del Cañar ubicada en el cantón La Troncal, consiste en el fomento y la promoción del turismo en la localidad, a través de la página web de la institución y de otros medios de difusión a nivel local y nacional, además de contribuir con el Gobierno Municipal en el control de los hoteles y restaurantes.

La participación de la Dirección Provincial de Salud del Cañar, consiste en el control de las regulaciones de salubridad, para promover la higiene y el aseo en los establecimientos hoteleros y los restaurantes, con el propósito de atraer a más turistas.

De la misma manera el Ministerio del Ambiente, es el encargado de proteger los recursos naturales del cantón y promover el turismo ecológico, a través del cuidado de la flora y fauna del cantón La Troncal, para beneficio de la ciudadanía local y a nivel nacional.

1.1.3. Tendencias actuales de la demanda turística.

Como parte de este apartado se hará referencia a los principales atractivos turísticos del cantón La Troncal y al catastro turístico de la localidad, una vez que ya se comentó sobre los atractivos e infraestructura turística del cantón La Troncal.

Inventario de atractivos turísticos.

El inventario de atractivos turísticos está referido a las principales festividades del cantón La Troncal, que representan la oportunidad para atraer a los turistas nacionales, extranjeros y de la propia localidad.

Festividades por la cantonización. – Agosto es el mes de cantonización de La Troncal (exactamente el 25 de agosto).

Entre los acontecimientos realizados, destacan los programados, y con mayor trascendencia; tal es el caso de los siguientes:

- **Elección de Reina:** Como en todas las comunidades del país, las fechas de cantonizaciones sirven para que se elija a la reina cantonal, la cual participará en otros concursos, incluso en el “Miss Ecuador”.
- **Ferias culturales, turísticas y gastronómicas:** La fecha de cantonización del cantón La Troncal, da lugar a que se lleven diversas actividades culturales, artísticas y gastronómicas, donde se preparan diversas comidas típicas de la localidad, las cuales pueden ser degustadas por los turistas, entre las cuales se citan: caldo de gallina criolla, maduro con queso, tortillas de maíz, arroz con menestra y carne asada, guatita, rompopo, guarapo o jugo de caña; guanchaca, y, el jugo característico de tamarindo

- **Campeonatos deportivos:** Entre los campeonatos deportivos destacan entre otros, los siguientes:
 - a) **Maratones abiertas e infantiles:** Son competencias deportivo donde se recorre un sector del cantón La Troncal, en cuyos alrededores se puede observar la vegetación del sector.
 - b) **Rodeo Montubio:** Uno de los deportes preferidos por las comunidades campesinas, especialmente aquellas ubicadas en la costa ecuatoriana, es el Rodeo Montubio, una tradición que ha sido practicada durante años por los montubios del Ecuador.
 - c) **Pelea gallística:** Junto con el rodeo montubio, otra de las tradiciones de las comunidades campesinas lo conforman las peleas de gallos, otro de los deportes preferidos por las comunidades campesinas.
 - d) **Festivales de deporte extremo:** En la Cascada Azul y en el Balneario de El Chorro, varios de los deportes extremos que se practican son: el canopy, el canyoning, el rappeling y el parapente, deportes de aventura que son preferidos por la población joven.
 - e) **Carreras de automovilismo, motocross y bicicross:** Es otro de los eventos que atrae a los turistas que tienen afinidad con este tipo de deporte, para lo cual la pista José Francisco Vásquez se encuentra disponible todo el año.



Figura 12. Deportes extremos.

Fuente: Turismo La Troncal. (2014). Obtenido de <http://turismolatroncal.blogspot.com/p/lugares-turisticos-de-la-troncal.html> foto propia.

Elaborado por: Turismo La Troncal, 2015 y la autora.

- **Ferias comerciales y agro-ganaderas:** Debido a que La Troncal es un cantón agrícola y ganadero, las ferias donde se comercializa ganado vacuno y caballar, así como diversas variedades de flora, también representan una oportunidad de turismo y de inversión para el desarrollo de la localidad.
- **Festivales de danza:** Además de la elección de la Reina del cantón La Troncal, se

tiene otras actividades importantes como los festivales de danza artística, donde también se pueden citar las siguientes:

- a) **Desfiles:** En los desfiles artísticos se reúnen estudiantes y comuneros que danzan bailes folklóricos y evocan a las tradiciones y cultura del cantón La Troncal, para darle un atractivo turístico a la localidad.
- b) **Noche de luces:** En la noche, los juegos pirotécnicos llaman la atención de los turistas, que pueden disfrutar de este espectáculo nocturno en la localidad troncaleña.
- **Fiesta religiosa.** La fiesta religiosa más importantes es el Viacrucis y Pase del Niño que se desarrolla en Semana Santa, aquí se unen las parroquias de Cochancay, María Auxiliadora, La Nube, San Pablo, además de los lugares aledaños como El Triunfo y Naranjal que concurren en esta fecha. El recorrido del vía crucis comienza en Cochancay 16 Km. desde el centro de La Troncal. (Turismo La Troncal, 2014)

Con relación a esta fiesta religiosa cabe destacar, que es uno de los mayores atractivos turísticos, porque el Ecuador es un país eminentemente católico, donde se estima que más del 80% de la población profesa el catolicismo.

- **Aviturismo.** – A lo largo del río Cañar, se puede realizar la observación de aves, como patos, pavos, palomas, gavilanes, golondrinas, periquitos, entre los más importantes, además aves en peligro de extinción como: el Tilingo, el Búho, la Lechuza, la Valdivia, el Tucán Pecho Blanco, Loro real, Buchón, el Tucán o predicador.

El aviturismo es una actividad turística y ecológica que está ganando muchos adeptos, siendo una de las principales atracciones que tienen los extranjeros para visitar no solo La Troncal, sino otras áreas turísticas del país.



Figura 13. Agroturismo.

Fuente: Turismo La Troncal. (2014). Obtenido de <http://turismolatroncal.blogspot.com/p/lugares->
Elaborado por: Turismo La Troncal, 2014.

- **Agroturismo.** – La Troncal es un cantón donde se cultiva: banano orgánico en la parroquia Manuel J. Calle; caña de azúcar la que es llevada al Ingenio La Troncal, ahora conocido como ECUDOS, cacao en viveros y plantaciones en las comunidades Zhucay, La Puntilla, Diez de Agosto, Voluntad de Dios.

El agroturismo es una actividad novedosa que ha comenzado a atraer a muchos turistas, a quienes les gusta estar en contacto con la naturaleza y gustan de reconocer los principales productos agrícolas que se producen en una determinada localidad, en este caso, en el cantón La Troncal.

Además, se puede observar las madrigueras de iguanas, plantaciones de frutas cítricas, manguillo, cedro, guayacán, boya, teca, maracuyá, nony, arazá, mango, naranja y aves como el tilingo, colibríes y tangaras, todos estos recursos naturales forman parte del atractivo turístico que ofrece el cantón La Troncal a los turistas nacionales, extranjeros y de la propia localidad.

Gastronomía. – La alimentación típica de la población del cantón La Troncal es el caldo de gallina criolla, maduro con queso, tortillas de maíz, rompopo.

Además de los principales platos típicos se citan los siguientes menús que se preparan tradicionalmente en La Troncal: arroz con menestra y carne asada; guatita; encebollado de pescado; bandera; bolas de verde con cuerito; carne o costilla; ceviches de camarón, concha y mixto; fritada de chanco; carnes ahumadas; caldo de gallina criolla; arroz con menestra y carne; camarón al ajillo; rompopo; guarapo o jugo de caña; guanchaca, y, el jugo

característico de tamarindo.

Vestimenta. – En el recorrido por los atractivos turísticos del cantón La Troncal, es necesario llevar: gorra, buzo, pantalón, zapatos gruesos, repelente, cámara fotográfica.

Producción artesanal. – Entre los talleres artesanales se citan: el de carrocerías fabricando cajones para los camiones en tiempo de zafra y triciclos de madera (chandul, guayacán, manguillo) y plancha galvanizada, así como la cerrajería.

Otra de las actividades es la artesanía en chonta o tallo de hoja de guineo, proceso con el cual se pueden realizar carteras, bolsos, paneras, monederos, adornos, individuales y sombreros, papel.

También se elabora el aguardiente de caña, en fábricas artesanales, que disponen de trapiche, motor, mangueras, alambique, envases de plásticos, leña.

1.1.4. Indicadores de los mercados turísticos.

La Jefatura de la provincia del Cañar manifestó que el 2,5% de la demanda de turistas extranjeros registrados visitó la provincia del Cañar.

De los 55.173 turistas que visitaron la provincia del Cañar en el año 2014 (ver cuadro No. 9), el 46% visitaron las Ruinas de Ingapirca, un 33% recorrieron los atractivos turísticos del cantón La Troncal y el 21% restante visitaron otros atractivos turísticos de la mencionada provincia entre ellos la capital Azogues.

La Dirección Provincial de Turismo reportó 55.173 personas que visitaron los atractivos turísticos de la provincia del Cañar en el año 2014, entre turistas nacionales que no pertenecen a la provincia del Cañar y turistas extranjeros, de los cuales el 63% son turistas nacionales de provincias distintas al Cañar y 37% son turistas extranjeros.

Tabla 8. Turismo en la provincia del Cañar. Año 2014.

MESES	TOTAL	%	EXTRANJEROS			NACIONALES		
			CANTIDAD	% AL TOTAL	% MESES	CANTIDAD	% AL TOTAL	% MESES
ENERO	4027	7	1493	37	7	2534	63	7
FEBRERO	3801	7	1227	32	6	2574	68	7
MARZO	3607	7	1280	35	6	2327	65	7
ABRIL	2740	5	1106	40	5	1634	60	5
MAYO	2954	5	1488	50	7	1466	50	4
JUNIO	7112	13	1351	19	7	5761	81	17
JULIO	6632	12	2295	35	11	4337	65	12
AGOSTO	7709	14	2877	37	14	4832	63	14
SEPTIEMBRE	4572	8	1593	35	8	2979	65	9
OCTUBRE	3890	7	2080	53	10	1810	47	5
NOVIEMBRE	4647	8	2426	52	12	2221	48	6
DICIEMBRE	3482	6	1247	36	6	2235	64	6
TOTAL	55173	100	20463		100	34710		100

Fuente: Ministerio de Turismo. (2014). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/catastro/>
Elaborado por: La Autora, 2016.

La estadía hotelera albergó 55.173 turistas, con una estadía promedio de 4 días por persona, mientras que las estimaciones de ingresos económicos de la provincia del Cañar, por concepto del turismo ascendieron a 5.417.300,00 con un gasto promedio por turista fue de \$98,19 siendo los turistas extranjeros los que más gastaron, con un gasto promedio per cápita de \$155,00 aproximadamente. (Ministerio de Turismo, 2014)

1.2 Presentación del entorno micro

1.2.1 Naturaleza del negocio (servicios).

El presente plan de negocios tendrá un giro económico de servicios en el sector de la hotelería y turismo, en la que se destacará como un establecimiento económico dedicado a ofrecer alojamiento, gastronomía y guía turística a los turistas nacionales y/o extranjeros que visiten el cantón La Troncal.

El turismo está clasificado en el sector empresarial de servicios, sin embargo, en la

clasificación de los sectores económicos del Ecuador, se sitúa en el ramo de hotelería y turismo, la cual ha reportado ingresos hasta por 786,5 millones de dólares anuales, solo por debajo del sector exportador petrolero, bananero, camarero, pesquero, constructor y comercial, pero por encima de los sectores de la floricultura, manufactura y de otros productos tradicionales como las exportaciones del cacao y el café.

El modelo de negocio se fundamenta en la estrategia de fidelización, en donde la principal meta será conseguir la lealtad y confianza de los turistas, con base en un enfoque de un servicio de calidad que permita: captar, convencer y conservar a los clientes.

Valores corporativos: Se citan los siguientes valores corporativos del plan de negocios:

- **Orientación al cliente.**

Los clientes del presente plan de negocios son las personas más importantes para la organización, para ellos los colaboradores se enfocan en maximizar el nivel de satisfacción de los clientes.

- **Integridad y confianza.**

La honestidad, frontalidad y transparencia, son la base en que se asienta el trabajo de la organización, para ofrecer confianza a los clientes externos e internos.

- **Ética.**

Los colaboradores de la empresa desarrollan sus actividades basado en un código de ética, pensando en el bienestar de la comunidad de clientes.

- **Trabajo en equipo.**

Los colaboradores de la empresa trabajan mancomunadamente, orientando su esfuerzo para satisfacer las necesidades de los clientes.

- **Responsabilidad social y protección ambiental.**

El presente plan de negocios trabaja en armonía con los principios de protección del medio ambiente y el desarrollo social del cantón La Troncal, respetando el marco jurídico vigente en a nivel nacional e internacional.

CAPÍTULO II

2. Estudio de mercado

2.1 Definición del producto.

El constante deterioro del medio ambiente, la falta de recursos, la pérdida de las tradiciones y culturas ya no es sólo un problema local o nacional, ha pasado a convertirse en un asunto global y cada individuo estamos obligados a desarrollar prácticas que estén dentro del marco de la ética, responsabilidad y sostenibilidad, tomando en cuenta que el desarrollo de los pueblos va de la mano con el medio ambiente.

Por esta razón poderosa el presente proyecto está basado en la conservación y desarrollo sostenible para el levantamiento del servicio turístico de alojamiento en las cabañas eco – amigables y con ello los servicios correspondientes a la estancia y distracción del cliente.

La idea del presente Plan de Negocios es contribuir al desarrollo turístico sostenible del cantón La Troncal y los lugares aledaños, satisfacer las necesidades requeridas por las personas cada vez más exigentes en cuanto a las tendencias de consumo responsable, promover el desarrollo del turismo ético y consciente.

Para la construcción de las cabañas eco amigables se ha planificado el uso de material de la zona como es el bambú o caña guadua que, además de ser un material cien por ciento ecológico, la apariencia conjuga con el entorno en donde se ubicará el proyecto y por supuesto, también cuenta la inigualable experiencia que el cliente se lleva al hacer uso de una infraestructura natural.

La mano de obra y el uso de productos locales son importantes para el desarrollo y funcionamiento del proyecto, es por eso que se empleará los servicios de alimentación con platillos e ingredientes tradicionales desarrollados por los lugareños, quienes ya cuentan con productos propios como: chocolates y yogurt, de igual manera aperitivos como tortillas, empanadas, bollos, variedades con plátano, aguas y jugos típicos de la zona, etc.; estos productos se servirán sobre hojas de bijao, planta típica y abundante que luego de su uso servirá como abono y limitará el consumo de vajilla descartable o el uso de agua y detergentes.

La interacción con el turista es importante, es por eso que se ha pensado en capacitar a las comunidades con la ayuda del Ministerio de Turismo, para que den su aporte al proyecto y se beneficien, ya que por medio del arte, guianza y venta de artesanías pueden conseguir

recursos para el avance del turismo comunitario.

Por otro lado y debido al incremento del cicloturismo en La Troncal, se está realizando eventos de ciclismo de montaña, lo que ha atraído a gran cantidad de aficionados de este deporte y también a sus familias que los acompañan, mientras disfrutan de los paisajes naturales y degustan las especialidades locales. Es importante reconocer el valioso aporte que actualmente hace la empresa privada a este tipo de eventos y la gran acogida que ha brindado el cantón y las autoridades a los clubes de ciclismo.

2.2 Naturaleza y usos de los productos.

2.2.1 Naturaleza del producto (servicio).

La empresa a crearse se denominará HUASIPUNGO LODGE, ejercerá la actividad de ecoturismo, prestando el servicio de alojamiento en cabañas eco – amigables, para beneficio de los turistas que visiten la localidad de La Troncal.

La empresa HUASIPUNGO LODGE está clasificada como privada, de actividad de servicios turísticos, ubicada en el sector de hotelería, restaurantes y establecimientos dedicados al turismo, la que ejercerá su actividad en calidad de compañía de responsabilidad limitada, para lo cual realizará todos los trámites pertinentes en la Superintendencia de Compañías para obtener el acta de constitución de la compañía, esperando ser considerada entre las MYPIMES por esta entidad del Estado.

La ubicación del plan de negocios es en la provincia del Cañar, cantón La Troncal, sector del carretero de la vía al recinto Zhucay.

La misión del negocio será “satisfacer las necesidades de los clientes, relacionados con el servicio de hotelería, recreación y restaurante, en el ámbito de la calidad del servicio, seguridad, precios accesibles y los servicios accesorios que son parte de las exigencias de los usuarios del turismo en el cantón La Troncal.”

La visión del negocio es la siguiente: “ser líderes a nivel local, preferidos por calidad, seguridad, accesibilidad de precios y por satisfacer las exigencias de los usuarios del servicio hotelero, de gastronomía y complementos.”

El modelo de negocio se fundamenta en la estrategia de fidelización, en donde la principal meta será conseguir la lealtad y confianza de los turistas, con base en un enfoque de un servicio de calidad que permita: captar, convencer y conservar a los clientes, con base en la retroalimentación de los clientes que se alojen en las cabañas eco turísticas y que necesiten del servicio que ofertará la empresa HUASIPUNGO LODGE.

2.2.2 Usos del producto (servicio).

Los principales usuarios del ecoturismo son las personas, quienes hacen uso de este servicio para la recreación y sano esparcimiento, además de poder alojarse en un establecimiento que posea las habitaciones confortables y totalmente amigables con la naturaleza, para el relajamiento y la comodidad del turista, tanto en su estadía como en su descanso.

Otro uso del servicio eco – turístico está referido a la gastronomía, que puede formar parte del desayuno, almuerzo y merienda o de los piqueos que pueda ofrecer la empresa HUASIPUNGO LODGE a los turistas, en sus cabañas eco-amigables.

2.3 Análisis de la demanda.

La demanda del servicio eco-turístico que ofertará la empresa HUASIPUNGO LODGE en el cantón La Troncal, es de tipo continua y necesaria, debido a que el esparcimiento y la recreación se encuentran dentro de las necesidades básicas del ser humano y se pueden realizar todo el tiempo, siendo los clientes los usuarios finales del producto, por lo tanto se trata de una demanda final.

El primer paso para la determinación de la demanda es la obtención de la muestra, para lo cual se necesita conocer la población del cantón La Troncal y la cantidad de turistas que visitan esta localidad.

La población del cantón La Troncal será de 68.317 habitantes, en el año 2016, según la proyección del INEC (2014), de los cuales 50.40% pertenecerá al sexo masculino y 49.60% al sexo femenino. (SENPLADES, 2014).

Sin embargo, además de la población del cantón La Troncal, la provincia del Cañar fue visitada por 34.710 turistas nacionales y 20.463 extranjeros, los cuales se suman a los habitantes locales. (Ministerio de Turismo, 2014)

La cantidad de visitantes pertenecientes a la PEA de La Troncal, así como los turistas nacionales y extranjeros, que pertenecen a la demanda de la presente investigación, son los siguientes:

Tabla 9. Población del Cantón La Troncal y Provincia del Cañar.

Población/Turistas	Provincia del Cañar	Cantón La Troncal
PEA	88.133 (INEC, 2014)	19.900 (INEC, 2014)
Turistas Nacionales	34.710 (INEC y MINTUR, 2014)	6.840 (Investigación en establecimientos, 2015)
Turistas Extranjeros	20.463 (INEC y MINTUR, 2014)	411 (Investigación en establecimientos, 2015)
Total	143.306	27.151

Fuente: Ministerio de Turismo. 2014, INEC VII Proyecciones de la Población. Investigación propia.
Elaborado por: La Autora, 2016.

El universo de turistas nacionales es igual a 6.840, el de turistas extranjeros es igual a 411, (Investigación en locales de hospedaje y recreación. 2015) y la PEA local de La Troncal es igual a 19.900 habitantes, (Instituto Ecuatoriano Estadísticas y Censos, 2014) que forman parte de la demanda del plan de negocios, sumando un total de 27.151 usuarios potenciales que pueden acudir (o ya han acudido en algunos casos), a los atractivos turísticos del cantón La Troncal, por ello se aplicó la siguiente fórmula para determinar la muestra, tomada del texto de (Levine, 2012) que establece un porcentaje de error uniforme en la medición que será tomado de 15%:

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

Fórmula de población finita.

Donde se toma en cuenta a la Población Económicamente Activa de La Troncal que visitan los atractivos turísticos de la ciudad:

- n = Tamaño de la muestra
- P = probabilidad de éxito = 0,5
- Q = 1 – P = 0,5
- PQ = constante de la varianza poblacional (0,25)
- N = tamaño de la población = 19.900 habitantes de La Troncal
- e = error máximo admisible (al 5%).
- Z = Coeficiente de corrección del error (1,96).

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 19.900}{(19.900 \times 0,05^2) + (1,96^2 \times 0,5 \times 0,5)}$$

$$n = \frac{19.111,96}{50,71}$$

$$n = 377$$

La muestra es igual a 377 habitantes troncaleños.

En lo correspondiente a los turistas nacionales que visitaron los atractivos de La Troncal, se opera de la siguiente manera para determinar la muestra poblacional:

- n = Tamaño de la muestra
- P = probabilidad de éxito = 0,5
- Q = 1 – P = 0,5
- PQ = constante de la varianza poblacional (0,25)
- N = tamaño de la población = 6.840 turistas nacionales que visitaron La Troncal
- e = error máximo admisible (al 5%).
- Z = Coeficiente de corrección del error (1,96).

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 6.840}{(6.840 \times 0,05^2) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{6569,136}{18,0604}$$

$$n = 364$$

La muestra es igual a 364 turistas nacionales.

Referente a los turistas extranjeros que asistieron a visitar La Troncal, se tiene la siguiente muestra poblacional:

- n = Tamaño de la muestra
- P = probabilidad de éxito = 0,5
- Q = 1 – P = 0,5
- PQ = constante de la varianza poblacional (0,25)
- N = tamaño de la población = 411 turistas extranjeros que visitaron La Troncal

- e = error máximo admisible (al 5%).
- Z = Coeficiente de corrección del error (1,96).

A pesar de la dificultad que representó encuestar a los turistas extranjeros que acudieron a La Troncal por motivos turísticos, se tomó la decisión de seleccionar un nivel de error del 5% en este universo, al igual que aconteció con la población de los turistas nacionales y visitantes locales, justificándose el error en esta medición porque Levine (Levine, 2012) refiere que “todo muestreo debe guardar uniformidad”.

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 411}{(411 \times 0,05^2) + (1,96^2 \times 0,5 \times 0,5)}$$

$$n = \frac{394,7244}{1,99}$$

$$n = 199$$

La muestra es igual a 199 turistas extranjeros que visitaron el cantón La Troncal.

Se utilizó como técnica de investigación, la encuesta dirigida a los habitantes pertenecientes a la muestra, sean nacionales o extranjeros; y, como instrumento el cuestionario que consta de preguntas cerradas.

En el anexo No. 5 se presenta el formulario de la encuesta que se aplicó a los habitantes pertenecientes a la muestra.

2.3.1 Resultados de la encuesta aplicada a habitantes troncaleños y turistas que visitan los atractivos turísticos del cantón la troncal.

A) Datos del Turista

1. Nacionalidad

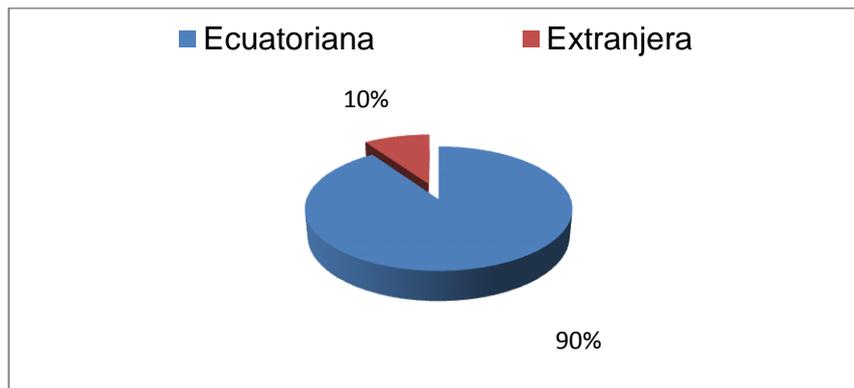


Figura 14. Nacionalidad

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.

Elaborado por: La Autora, 2016.

Nota: Se sumaron las muestras de turistas que visitan los atractivos turísticos de este cantón y pertenecen a sectores geográficos diferentes a La Troncal.

El 90 % de los turistas son nacionales y el 10 % extranjeros.

2. Lugar de residencia habitual

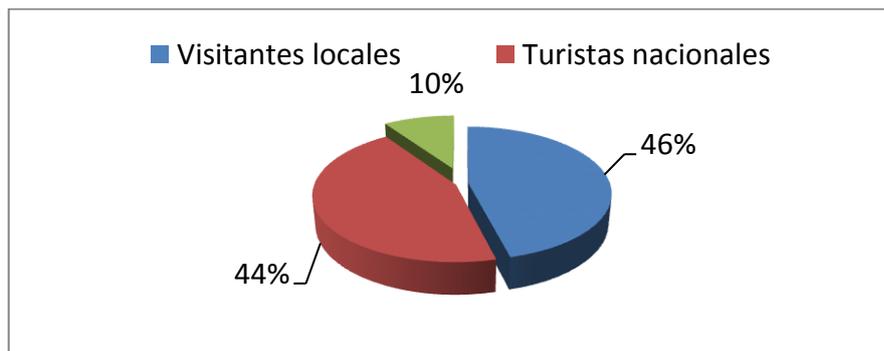


Figura 15. Lugar de residencia habitual general

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.

Elaborado por: La Autora, 2016.

En el análisis del origen de los turistas nacionales, se puede notar que la mayoría (61%) pertenece a la misma provincia del Cañar, seguido por la provincia del Guayas (23%). Mientras que para los turistas extranjeros quienes más acuden son los peruanos (40%).

3. Género

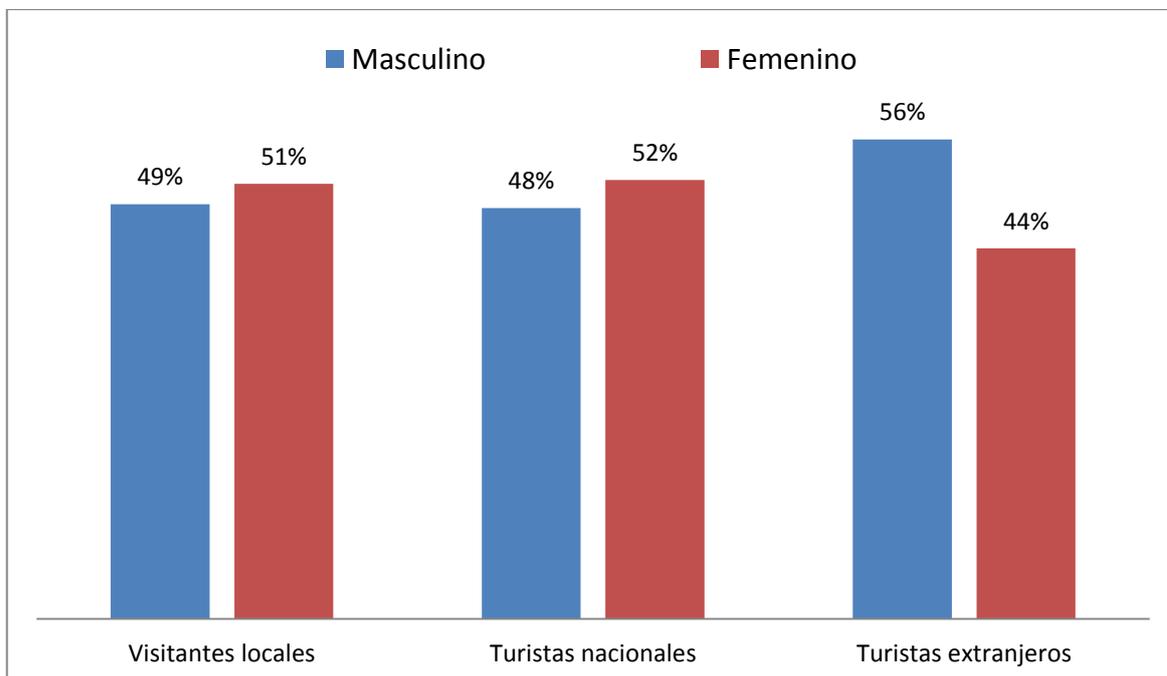


Figura 16. Género

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.

Elaborado por: La Autora, 2016.

En esta investigación los dos géneros van a la par en sus desplazamientos.

4. Rango de edad

Tabla 10. Rango de edad

Descripción	Visitantes locales		Turistas nacionales		Turistas extranjeros	
		%		%		%
20-25 años	31	8	29	8	10	5
26-35 años	4	1	19	5	56	28
36-45 años	132	35	112	31	72	36
50-60 años	103	27	105	29	41	21
Mayor a 60 años	107	28	99	27	20	10
Total	377	100	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.

Elaborado por: La Autora, 2016.

En cuanto a la edad de los turistas la mayoría de ellos oscilan entre los 36 a 45 años.

5. Seleccione su ocupación

Tabla 11. Ocupación

Descripción	Visitantes locales	%	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Dirección	4	1	13	4		0
Técnicos y profesionales	14	4	22	6	66	33
Empleados administrativos	60	16	45	12	59	29
Trabajadores de servicios y comercio	95	25	71	20	54	27
Artesanos calificados	42	11	38	10		0
Trabajadores no calificados	31	8	20	5		
Fuerzas Armadas	26	7	37	10		
Desempleado	7	2	2	1		
Ama de casa	22	6	25	7		
Jubilado	46	12	51	14	20	10
Estudiante	19	5	24	7		
Otros	11	3	16	4		
Total	377	100	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Con respecto a la ocupación de los turistas y visitantes, los resultados muestran que los turistas nacionales se dedican en su mayoría al servicio y comercio, mientras que los turistas extranjeros son técnicos y profesionales.

6. Rango promedio de ingresos mensuales

Tabla 12. Rango promedio de ingresos mensuales

Descripción	Visitantes locales	%	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Menor a \$340,00	48	13	19	5	0	0
\$350,00 a \$500,00	124	33	58	16	0	0
\$510,00 a \$660,00	67	18	74	20	5	3
\$670,00 a \$820,00	56	15	79	22	10	5
\$830,00 a \$980,00	46	12	76	21	56	28
\$990,00 a \$1140,00	22	6	42	12	82	41
Mayor a \$1.150,00	14	4	16	4	46	23
Total	377	100	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Los visitantes locales mayormente tienen un sueldo promedio entre 350 y 500 dólares, los turistas nacionales ganan entre 670 y 820 dólares mensuales, finalmente los turistas extranjeros ganan sobre los 1000 dólares.

7. Nivel de instrucción

Tabla 13. Nivel de instrucción

Descripción	Visitantes locales	%	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Primaria	77	20	67	18	3	1
Secundaria	175	46	160	44	43	22
Superior	79	21	89	24	112	56
Posgrado	22	6	26	7	41	21
Sin instrucción	24	6	22	6	0	0
Total	377	100	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Los turistas y visitantes nacionales entrevistados tienen nivel de instrucción secundaria, mientras que los turistas extranjeros tienen un nivel de instrucción superior.

8. ¿Cuántas veces ha visitado La Troncal?

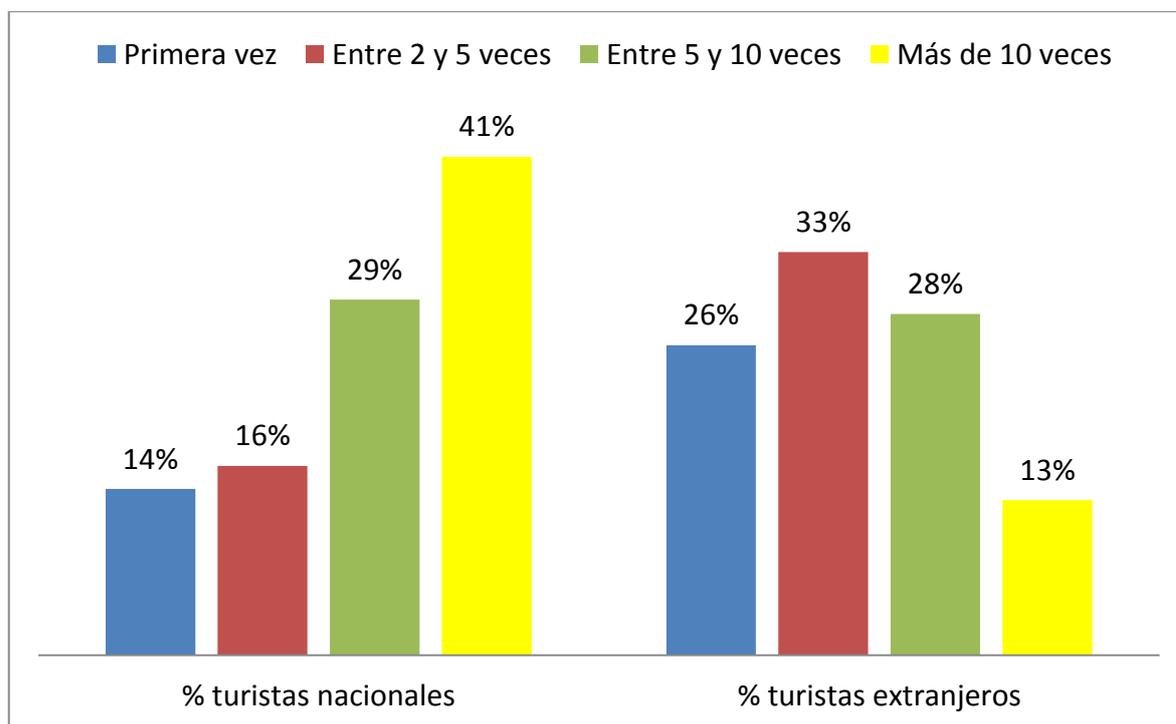


Figura 17. Cantidad de veces que ha visitado la Troncal

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Con relación al número de visitas de los turistas nacionales a La Troncal han obtenido el 41% con más de 10 veces, y el 33% para turistas extranjeros, esto es entre 2 y 5 veces.

9. ¿Con quién visita/ó La Troncal?

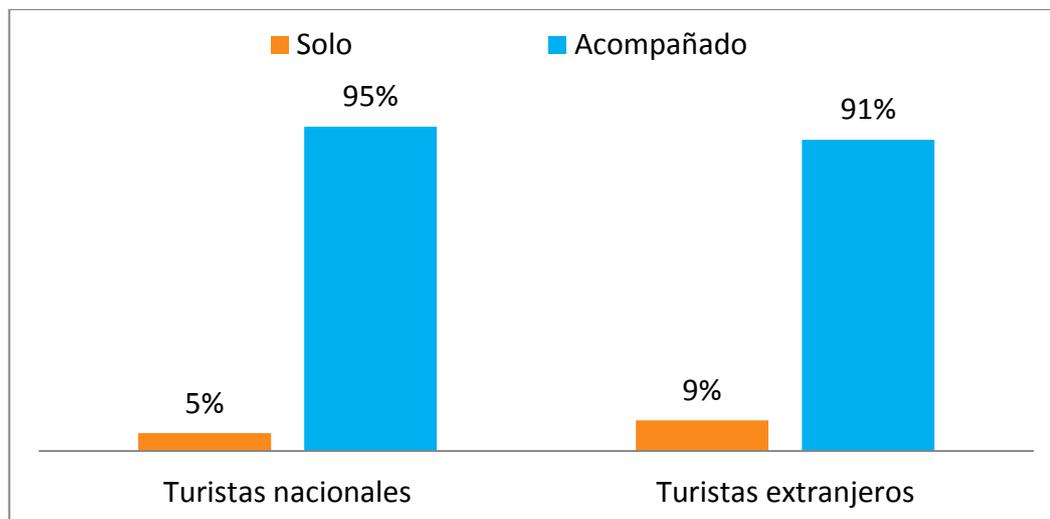


Figura 18. Persona con quien visita/ó la Troncal
 Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
 Elaborado por: La Autora, 2016.

La Mayor parte de turistas prefirió acudir acompañado ya sea por familiares o amigos.

10. ¿Cuál es su motivo de visita a La Troncal?

Tabla 14. Motivo de visita a La Troncal

Descripción	Turistas nacionales		Turistas extranjeros	
		%		%
Vacación, recreo, ocio	126	35	127	64
Visitas a familiares o amigos	19	5	0	0
Educación y formación	4	1	0	0
Atención médica y de salud	73	20	31	15
Religión y peregrinación	11	3	0	0
Compras	4	1	0	0
Tránsito	27	7	10	5
Negocios y motivos profesionales	48	13	23	12
Negocios no remunerados	11	3	0	0
Reuniones y eventos	19	5	5	3
Otros	22	6	3	1
Total	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
 Elaborado por: La Autora, 2016.

Turistas nacionales y extranjeros coinciden con el motivo del viaje como vacaciones, seguido por motivos de salud (fuente de aguas termales).

11. ¿Utiliza/ó los servicios de agencias de viaje u operadoras de turismo para visitar el Cantón La Troncal?

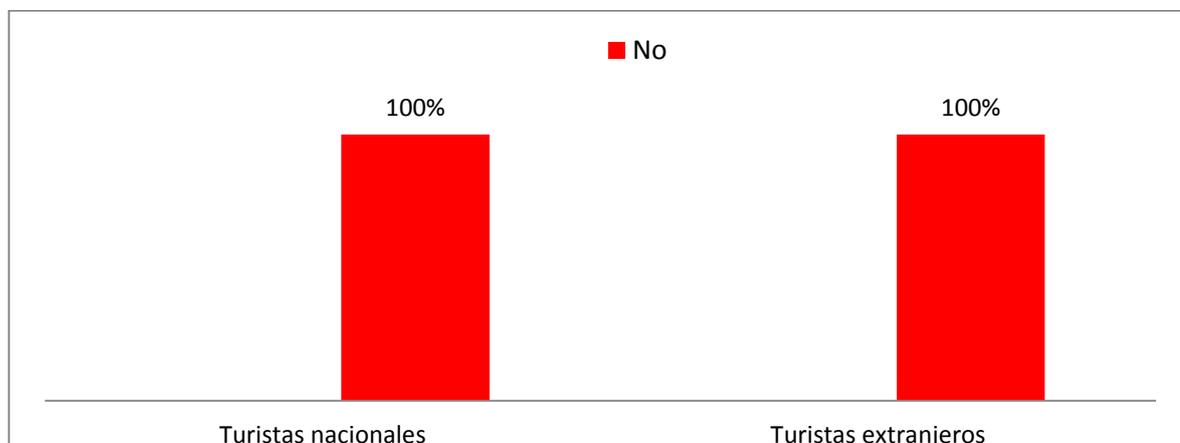


Figura 19. Servicios de agencia de Turismo
Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

En cuanto a los servicios de agencia de turismo, los turistas nacionales y extranjeros indican que definitivamente no utilizan los servicios de agencias de viaje u operadoras de turismo para visitar el cantón La Troncal.

12. ¿Cuáles servicios incluye/incluyó el paquete contratado en la agencia de viajes?

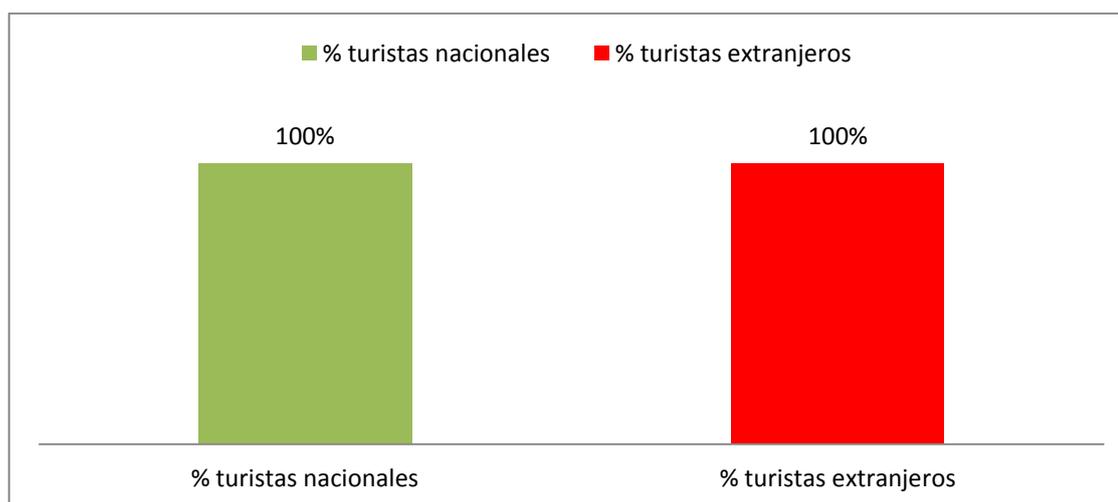


Figura 20. Servicios que incluye el paquete contratado
Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Como se indicó en la pregunta anterior los turistas no usaron los servicios de agencias de viajes.

13. ¿Cómo calificaría la asistencia recibida por las agencias de viaje que le

promocionaron el cantón La Troncal como destino turístico?

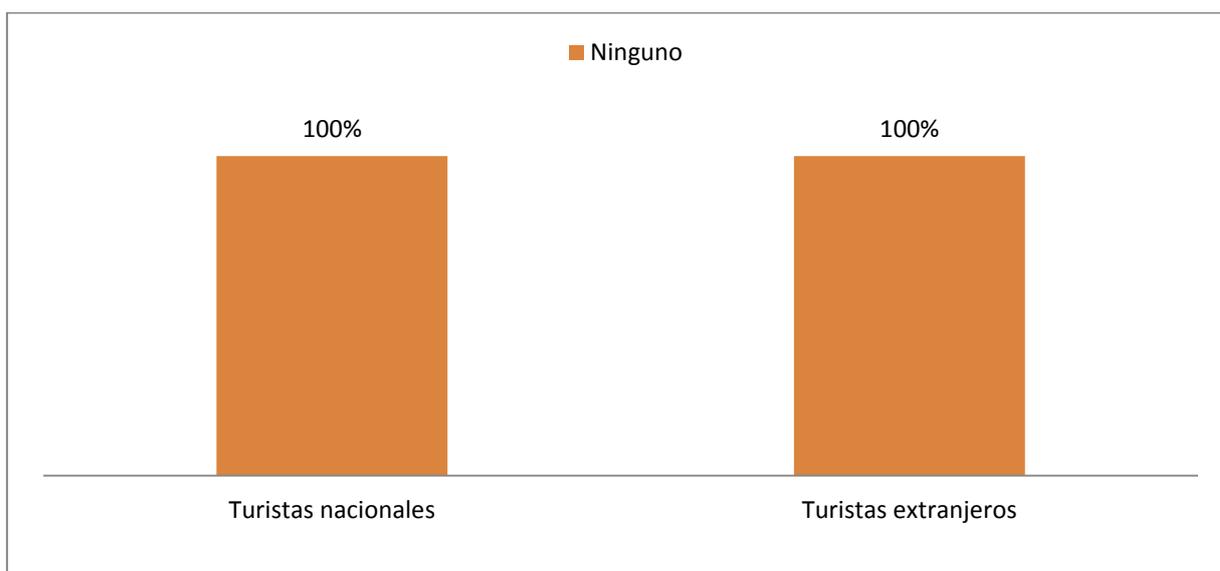


Figura 21. Calificación de la asistencia recibida por las agencias
 Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
 Elaborado por: La Autora, 2016.

Por la falta de agencias de viajes que promocionen el turismo de La Troncal, esta pregunta no tiene respuesta positiva.

14. ¿Por qué medio se enteró de la existencia de La Troncal como destino turístico?

Tabla 15. Medio por el cual se enteró de la existencia de La Troncal como destino turístico

Descripción	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Recomendaciones	269	74	59	29
Otros	57	16	15	8
Anuncios internet	19	5	61	31
Redes sociales	19	5	64	32
Total	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
 Elaborado por: La Autora, 2016.

Las recomendaciones y las redes sociales hacen posible que los turistas se enteren de los atractivos del Cantón La Troncal.

15. ¿Cuál fue el factor que predominó en su elección, para que escogiera a La Troncal como su destino turístico?

Tabla 16. Factor que predominó en su elección de la Troncal

Descripción	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Recomendaciones	105	35	30	15
Cercanía a mi ciudad	91	24	10	5
Actividades recreativas	76	21	98	49
Costo	36	8	6	3
Flora y fauna del sector	35	10	53	27
Otros	21	2	2	1
Total	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Para los turistas nacionales fueron importantes las recomendaciones al momento de elegir a La Troncal como destino turístico, además de la cercanía al lugar de origen y las actividades recreativas. Pero para los turistas extranjeros el factor importante en la decisión fue las actividades que puede realizar, seguido por el entorno natural.

16. ¿Cuál es la duración total (número de noches) de este viaje?

Tabla 17. Duración total (número de noches) de este viaje

Descripción	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
1 noche	106	29	66	33
2 noches	103	28	62	31
3 noches	96	26	71	36
Ninguna	59	16	0	0
Total	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Los turistas nacionales y extranjeros prefieren quedarse en La Troncal entre 1 y 3 noches.

17. ¿Cuál es el medio de transporte para llegar y salir del destino turístico?

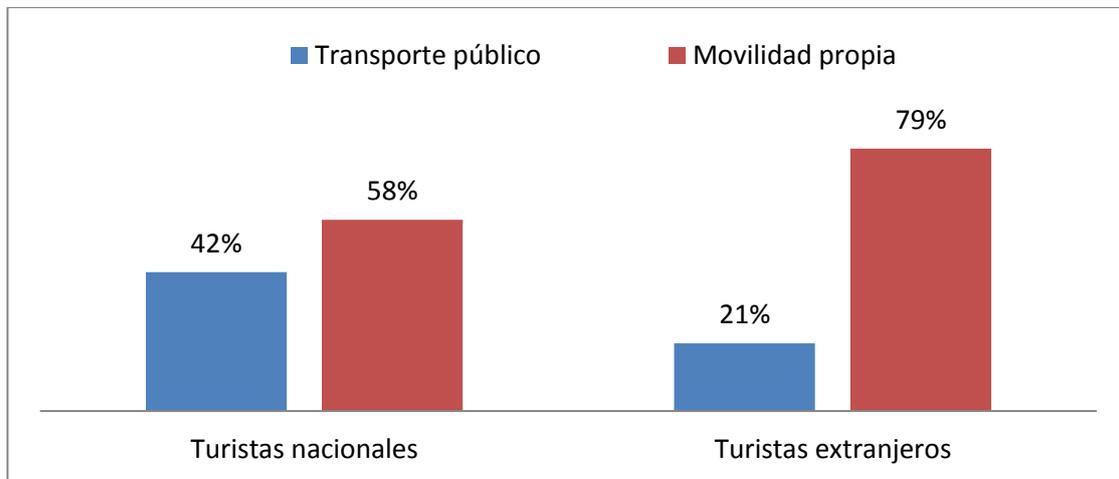


Figura 22. Medio de transporte para llegar y salir del destino turístico
 Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
 Elaborado por: La Autora, 2016.
 Nota: Se sumaron las muestras de habitantes de La Troncal y de turistas que visitan los atractivos turísticos de este cantón y pertenecen a sectores geográficos diferentes a La Troncal.

Tantos visitantes, como turistas nacionales y extranjeros indicaron que en su mayoría usan su transporte propio para los desplazamientos.

18. ¿Cuánto gastó diariamente en transporte en su visita al destino turístico?

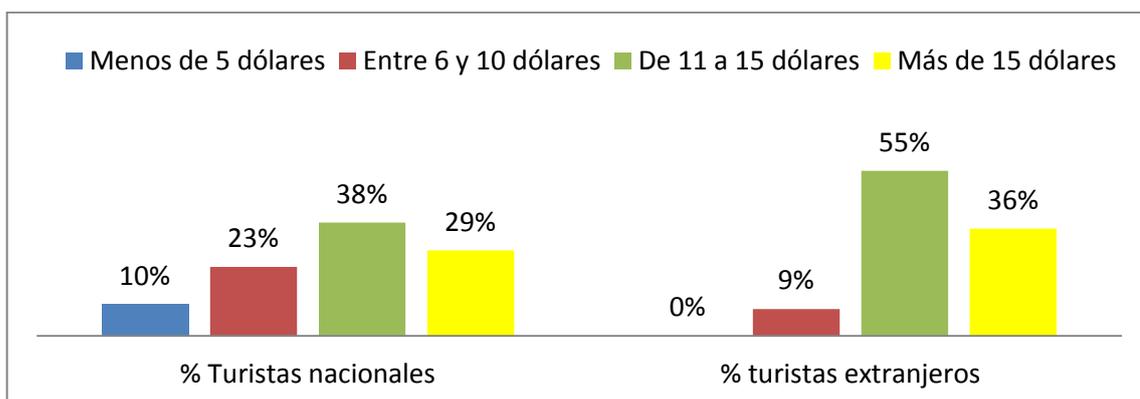


Figura 23. Gasto diario en transporte en su visita al destino turístico
 Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
 Elaborado por: La Autora, 2016.
 Nota: Se sumaron las muestras de habitantes de La Troncal y de turistas que visitan los atractivos turísticos de este cantón y pertenecen a sectores geográficos diferentes a La Troncal.

El 38% de turistas y visitantes nacionales y el 55% de extranjeros gastaron de 11 a 15 dólares, mientras que sólo el 10% de turistas nacionales gastó menos de 5 dólares en transporte al destino turístico.

19. ¿Cómo calificaría el servicio de transporte desde y hacia el destino turístico?

Tabla 18. Calificación del servicio de transporte desde y hacia el destino turístico

Descripción	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Excelente	89	12	12	6
Muy bueno	259	35	36	18
Bueno	245	33	115	58
Regular	126	17	20	10
Malo	22	3	16	8
Total	741	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.

Elaborado por: La Autora, 2016.

Nota: Se sumaron las muestras de habitantes de La Troncal y de turistas que visitan los atractivos turísticos de este cantón y pertenecen a sectores geográficos diferentes a La Troncal.

Los visitantes y turistas nacionales dijeron que el servicio de transporte es muy bueno en su mayoría (35%) seguido por la calificación de bueno (33%). Los turistas extranjeros dijeron que les pareció Bueno este servicio.

20. ¿Usó el servicio de alimentos y bebidas en el destino turístico?

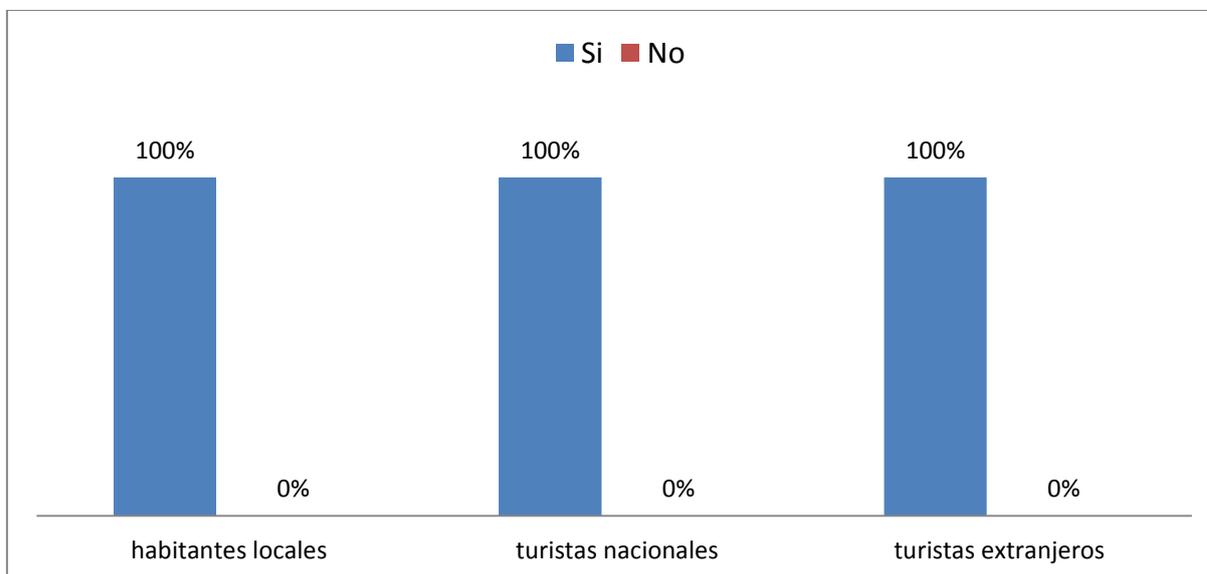


Figura 24. Uso del servicio de alimentos y bebidas en el destino turístico

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.

Elaborado por: La Autora, 2016.

La totalidad de los turistas y visitantes hicieron uso del servicio de alimentación y bebidas en el cantón La Troncal.

21. ¿Cuánto gastó diariamente por concepto de alimentos y bebidas en su visita al destino turístico?

Tabla 19. Gasto diario por concepto de alimentos y bebidas en su visita al destino turístico

Descripción	Habitantes locales	%	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Menos de 5 dólares	293	78	210	58	48	24
Entre 5 y 15 dólares	45	12	110	30	125	63
Entre 16 y 30 dólares	26	7	27	7	16	8
Entre 31 a 45 dólares	9	2	9	2	8	4
Más de 45 dólares	4	1	8	2	2	1
Total	377	100	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Habitantes locales (78%) y turistas nacionales (58%) gastaron menos de 5 dólares por persona diariamente en alimentación, mientras que los turistas extranjeros (63%) estuvieron dispuestos a gastar entre 5 y 15 dólares. Aunque hay un importante 30% de turistas nacionales que también gastaron las mismas cantidades entre 5 y 15 dólares.

22. ¿Cuál es su percepción sobre el servicio de alimentos y bebidas en el destino turístico?

Tabla 20. Percepción sobre el servicio de alimentos y bebidas en el destino turístico

Descripción	Habitantes locales	%	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Excelente	31	8	45	12	13	6
Muy bueno	215	57	189	52	34	18
Bueno	122	32	112	31	113	58
Regular	9	2	11	3	21	10
Malo	0	0	7	2	18	8
Total	377	100	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Más de la mitad de los visitantes locales y turistas tuvieron una Muy buena percepción de la gastronomía del cantón La Troncal.

23. ¿Visitó lugares de recreación y esparcimiento en su estadía en el destino turístico?

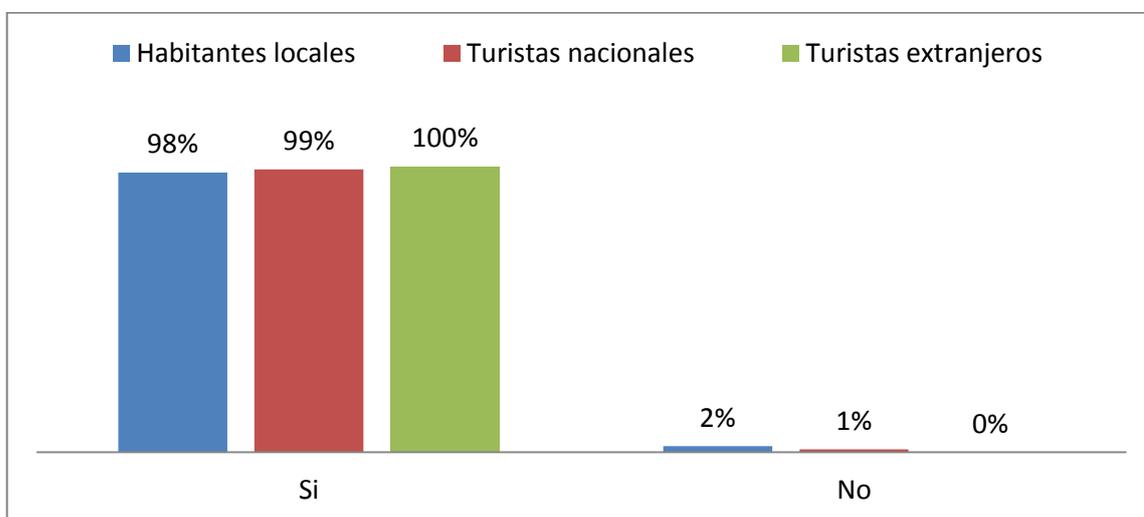


Figura 25. Visitó lugares de recreación y esparcimiento en su estadía
Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Está claro que la mayor parte de los turistas nacionales y todos los turistas extranjeros visitaron los lugares de recreación en el cantón.

24. ¿Qué lugares de recreación visitó en su estadía?

Tabla 21. Lugares de recreación que visitó en su estadía

Descripción	Habitantes locales	%	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Río BuluBulu	38	10	44	12	20	10
Balneario Yanayacu	204	54	166	46	30	15
Cascadas	45	12	45	12	28	14
Parque Montañita	31	8	38	10	20	10
Balneario Pedregal	48	13	52	14	24	12
Senderos	2	1	12	3	36	18
Deportes extremos	9	2	7	2	41	21
Total	377	100	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Los visitantes locales (54%) por razones de salud prefieren visitar con mayor frecuencia las piscinas de aguas termales Yanayacu, lo mismo sucede con los turistas nacionales (46%) y los extranjeros (15%). Cabe indicar que en el caso de los turistas extranjeros también se interesan en un mayor porcentaje por las áreas naturales (18%) y deportes extremos.

25. ¿Qué actividades de recreación practicó en su visita a La Troncal?

Tabla 22. Actividades de recreación que practicó en su visita a la Troncal

Descripción	Habitantes locales	%	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Natación	187	50	171	47	28	14
Ciclismo	72	19	89	24	56	28
Caminatas	59	16	39	11	34	17
Canopy y canoying	21	6	11	3	43	22
Motociclismo	18	5	29	8	20	10
Otros	18	5	24	7	6	3
Parapente	2	1	1	0	12	6
Total	377	100	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Como se indicó en la pregunta anterior la mitad de los visitantes locales por su preferencia al balneario de aguas termales, practican natación, los turistas nacionales también practican natación mayormente en diferentes balnearios, es importante indicar que también el ciclismo es una de las prácticas favoritas de los turistas nacionales y extranjeros.

26. ¿Cuánto gastó diariamente por concepto de estas actividades de recreación?

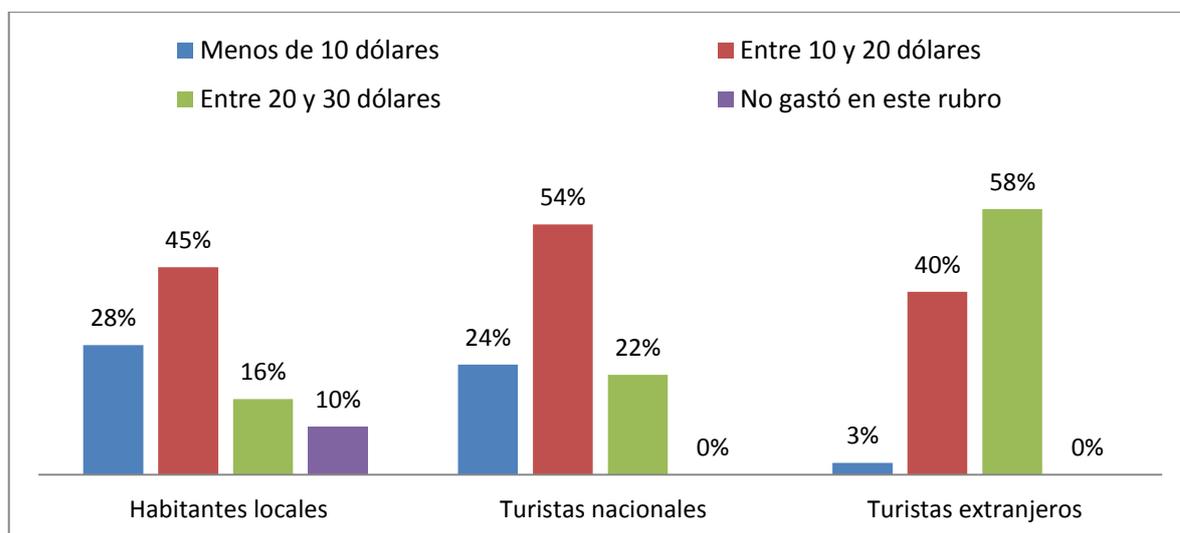


Figura 26. Gasto diariamente por concepto de estas actividades

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

En las tres secciones se nota que el valor promedio de gasto en actividades de recreación está entre 10 y 20 dólares; seguido por valores entre 20 y 30 dólares.

27. ¿Usó hospedaje en su estadía en el destino turístico?

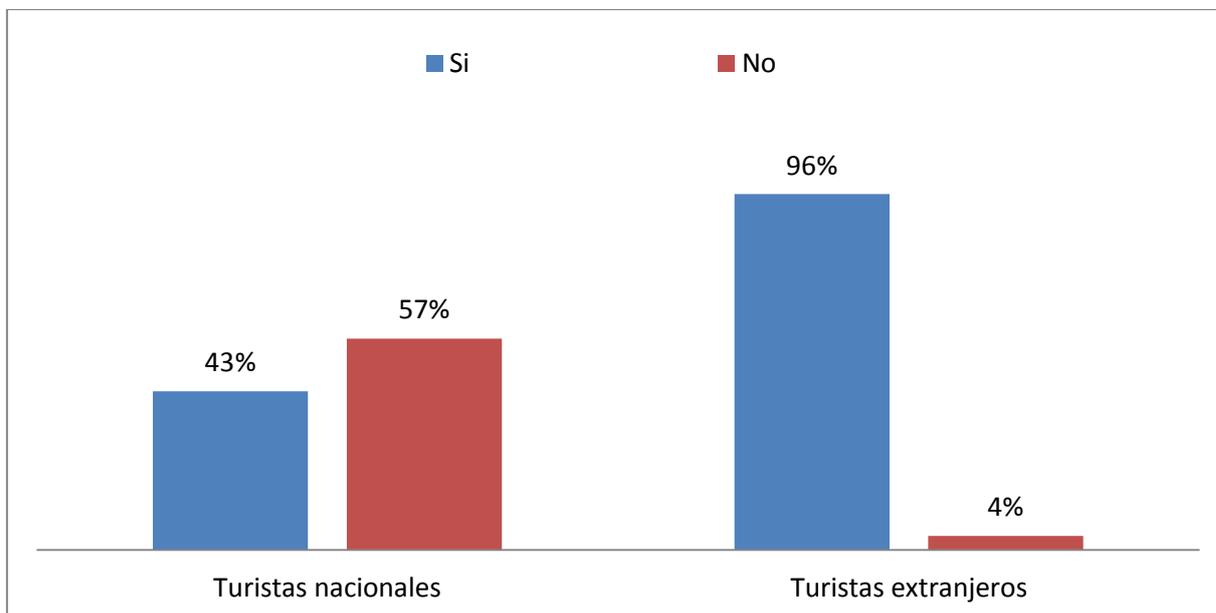


Figura 27. Utilización de hospedaje en su estadía en el destino turístico

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.

Elaborado por: La Autora, 2016.

El 57% de los turistas nacionales manifiestan que no hicieron uso del hospedaje en su estadía en el destino turístico; mientras que el 96% de turistas extranjeros si lo utilizaron.

28. ¿En qué tipo de establecimiento se alojó?

Tabla 23. Tipo de establecimiento donde se alojó

Descripción	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Hotel	105	29	90	45
Hostal	91	25	84	42
Otros	60	16	0	0
Casa familiar/amigos	57	16	0	0
Hostería	38	10	25	13
Vivienda propia	7	2	0	0
Casa alquilada	6	2	0	0
Total	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.

Elaborado por: La Autora, 2016.

Los turistas nacionales y extranjeros optan por hospedarse ya sea en hoteles u hostales.

29. ¿Qué servicios adicionales le ofrecía el lugar que eligió para hospedarse?

Tabla 24. Servicios adicionales en el lugar que eligió para hospedarse

Descripción	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Internet	161	44	80	40
Telefonía fija	106	29	75	38
Otros	51	14	2	1
Spa	42	12	20	10
Guianza	4	1	0	0
Alquiler bicicletas	0	0	22	10
Total	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.

Elaborado por: La Autora, 2016.

Turistas nacionales como extranjeros agradecen los servicios de internet (wifi) así como al servicio de telefonía al que tuvieron acceso.

30. ¿Qué servicios adicionales a los que su hotel le ofreció le gustaría recibir?

Tabla 25. Le gustaría recibir servicios adicionales de:

Descripción	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Ventilación natural	107	29	70	35
Comida	103	28	30	15
Refrigeradora	76	21	42	21
Cama confortable	50	14	51	26
Otros	28	8	6	4
Total	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.

Elaborado por: La Autora, 2016.

La ventilación natural es una de las opciones más elegidas, seguidas por la refrigeración, la cama confortable y las diferentes opciones de alimentación.

31. ¿Cuánto gastó diariamente por concepto de alojamiento en su visita?

Tabla 26. Gasto diario por concepto de alojamiento en su visita

Descripción	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Menos de 15 dólares	119	33	20	10
Entre 15 y 30 dólares	152	42	115	58
Entre 31 a 45 dólares	33	9	52	26
Más de 46 dólares	1	0	12	6
No gastó en este rubro	59	16	0	0
Total	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

El gasto diario oscila entre los 15 y 30 dólares en los dos casos, seguido en el caso de turistas nacionales por menos de 15 dólares y para los turistas extranjeros por más de 30 dólares.

32. ¿Cuál es su percepción sobre la infraestructura de alojamiento en el destino turístico?

Tabla 27. Percepción sobre la infraestructura de alojamiento

Descripción	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Excelente	4	1	20	10
Muy bueno	61	17	34	17
Bueno	126	35	65	33
Regular	150	41	72	36
Malo	23	6	8	4
Total	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Se consultó a los turistas nacionales sobre su percepción sobre la infraestructura de alojamiento el cual fue calificado entre bueno y regular.

33. ¿Está complacido con la visita al cantón La Troncal?

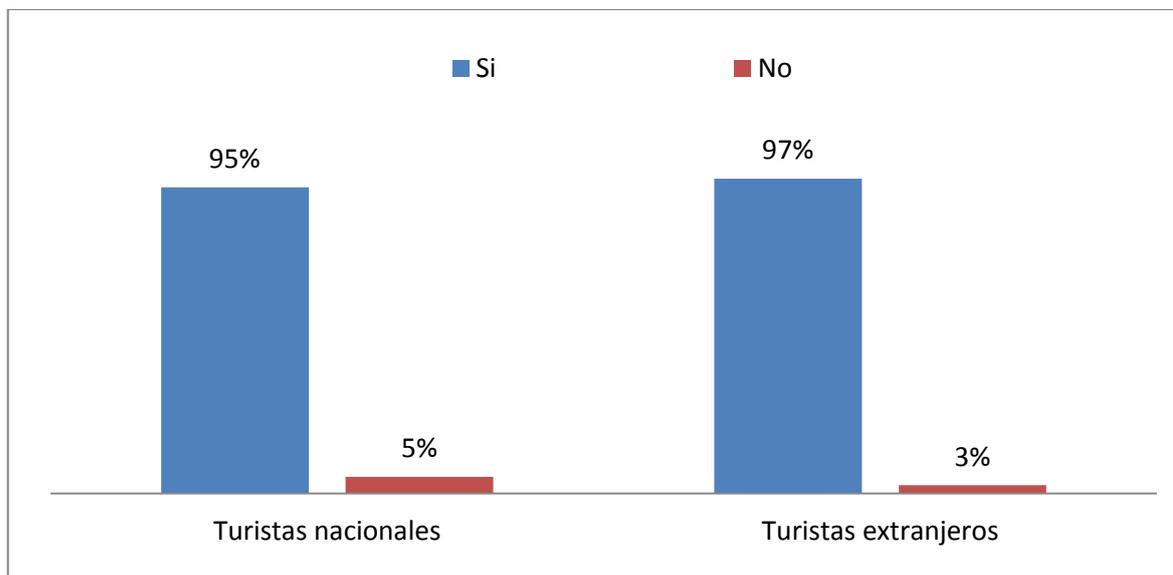


Figura 28. Complacencia por visita a La Troncal
Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

El 95% de los turistas nacionales y el 97% de los turistas extranjeros manifiestan que están complacidos con la visita al cantón La Troncal.

34. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios en general recibidos en La Troncal?

Tabla 28. Percepción de servicios en general

Descripción	Habitantes locales	%	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Excelente	51	14	48	13	28	14
Muy bueno	162	43	122	34	54	27
Bueno	138	37	159	44	101	51
Regular	26	7	32	9	16	8
Malo	0	0	3	1	0	0
Total	377	100	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Los habitantes locales calificaron entre muy bueno (43%) y bueno (37%). Los turistas nacionales con 34% y 44% respectivamente, mientras que la mitad de los extranjeros indicaron que los servicios fueron buenos.

35. ¿Qué le hace falta al destino turístico para convertirse en un destino más atractivo para los visitantes?

Tabla 29. Sugerencia para que La Troncal sea más atractiva

Descripción	Habitantes locales	%	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Infraestructura turística	121	32	140	38	34	17
Promoción y publicidad	88	23	79	22	64	32
Seguridad	55	15	25	7	28	15
Servicios complementarios	31	8	47	13	41	21
Infraestructura pública	25	7	18	5	16	8
Organización comunitaria	22	6	12	3	0	0
Formación / Capacitación	18	5	7	2	0	0
Vías de acceso	11	3	15	4	16	8
Otros	6	2	21	6	0	0
Total	377	100	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

La infraestructura turística fue mayormente sugerida por habitantes y turistas nacionales, sin restarle importancia a la promoción y publicidad que mucha falta hace y en lo que coinciden los turistas extranjeros. Se sugiere también la incorporación de servicios complementarios.

36. ¿Volvería a visitar el cantón La Troncal por turismo?

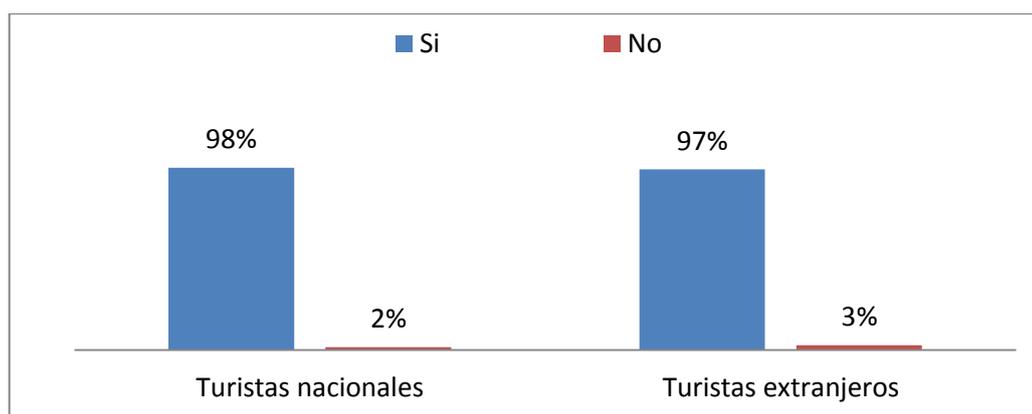


Figura 29. Volvería a visitar la Troncal

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Definitivamente los turistas volverían a visitar el Cantón La Troncal, por el encanto natural y las múltiples ofertas.

37. ¿Ha escuchado términos que hacen referencia a cabañas ecológicas?

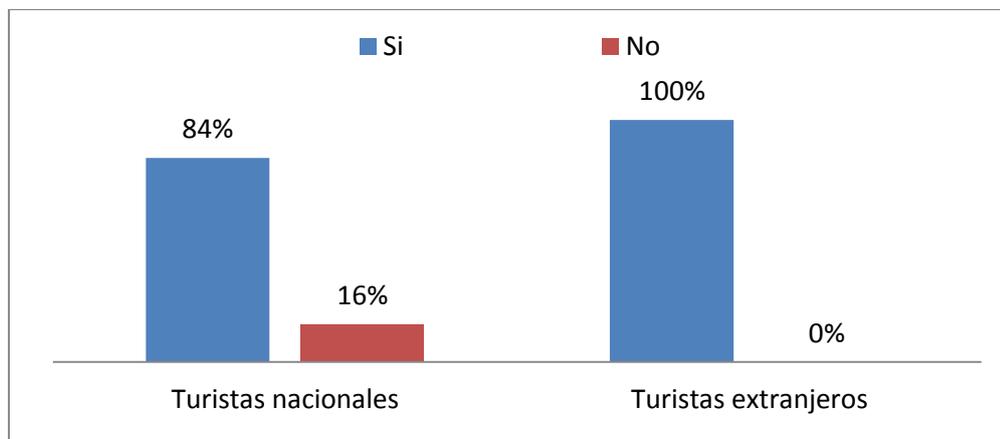


Figura 30. Sabe qué son las cabañas ecológicas
Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

En cuanto al término que hace referencia a cabañas ecológicas el 84% de los turistas nacionales indica que ha escuchado el término al igual que todos los turistas extranjeros. Estas cabañas se encuentran en menor cantidad en el cantón, ofrecen a las personas que los visitan un lugar natural donde descansar y recrearse, saliendo de la rutina diaria que puede traer enfermedades producto del estrés que se vive en la ciudad.

38. ¿Estaría dispuesto a visitar La Troncal para alojarse en cabañas ecológicas?

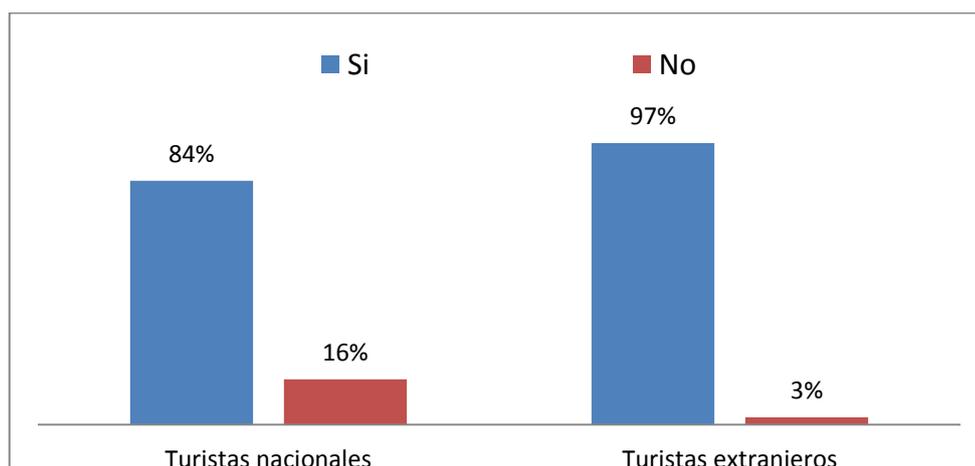


Figura 31. Disponibilidad para visitar la troncal para alojarse en cabañas ecológicas
Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

En referencia a la disponibilidad para visitar La Troncal para alojarse en cabañas ecológicas, el 84% de turistas nacionales estarían dispuesto a alojarse y el 97% de turistas extranjeros opina lo mismo.

39. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que estas cabañas le brindaran?

Tabla 30. Servicios adicionales que le gustaría encontrar

Descripción	Habitantes locales	%	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Actividad de recreación	138	37	141	39	18	9
Ciclismo de montaña	94	25	98	27	30	15
Otros	80	21	69	19	16	8
Cabalgatas	34	9	30	8	35	18
Senderismo	21	6	14	4	46	23
Aviturismo	10	3	12	3	54	27
Total	377	100	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Los visitantes y turistas nacionales optaron por las actividades de recreación, así como alquiler y guía para ciclismo de montaña (MTB). Para los turistas extranjeros la opción es el aviturismo, el senderismo y cabalgatas.

40. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por hospedaje en estas cabañas ecológicas?

Tabla 31. Precio que pagaría por alojamiento en estas cabañas

Descripción	Turistas nacionales	%	Turistas extranjeros	%
Menos de 20 dólares	189	52	24	12
Entre 20 y 30 dólares	126	35	151	76
Entre 30 y 50 dólares	9	2	16	8
Más de 50 dólares	1	0	8	5
No gastó en este rubro	39	11	0	0
Total	364	100	199	100

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

En este caso los turistas nacionales estarían dispuestos a pagar menos de 20 dólares por hospedaje, mientras que los turistas extranjeros aumentan su gasto a menos de 30 dólares.

41. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios adicionales que ofrecerán las cabañas, coloque el valor en dólares que Ud. considere?

Tabla 32. Precio que pagaría por servicios adicionales

Turistas nacionales	Descripción	Ciclismo de montaña		Cabalgatas		Senderismo		Actividad de recreación		Otros	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	Menos de 5 dólares	0	0	0	0	188	52	52	14	105	29
	Entre 5 y 10 dólares	209	57	157	43	176	48	199	55	151	41
	Entre 10 y 20 dólares	155	43	207	57	0	0	98	27	108	30
	Más de 20 dólares	0	0	0	0	0	0	15	4	0	0
	Total	364	100	364	100	364	100	364	100	364	100
Turistas extranjeros											
	Entre 5 y 10 dólares	76	38	18	9	147	74	97	49	87	44
	Entre 10 y 20 dólares	123	62	127	64	52	26	82	41	74	37
	Más de 20 dólares	0	0	54	27	0	0	20	10	38	19
	Total	199	100	199	100	199	100	199	100	199	100
Habitantes locales											
	Entre 5 y 10 dólares	130	35	82	22	229	61	156	41	185	49
	Entre 10 y 20 dólares	247	65	180	48	148	39	125	33	129	34
	Más de 20 dólares	0	0	115	30	0	0	96	26	63	17
	Total	377	100	377	100	377	100	377	100	377	100

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes troncaleños y turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

42. ¿Con qué frecuencia haría uso de estas cabañas ecológicas?

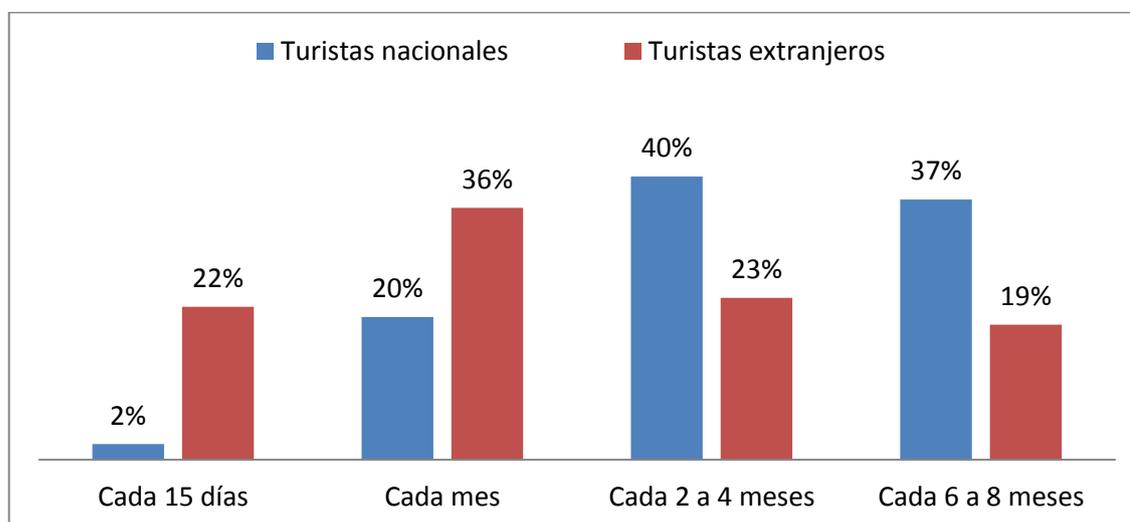


Figura 32. Frecuencia de uso de cabañas ecológicas

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Los turistas nacionales consultados sobre la frecuencia con la que harían uso de estas cabañas ecológicas; las respuestas más altas fueron: el 40% indica que cada 2 a 4 meses, el 37% cada 6 a 8 meses; mientras que con relación a lo indicado por turistas extranjeros se obtiene la respuesta más alta con el 36% que utilizaría las cabañas cada mes.

2.3.2 Discusión de los resultados.

Se pudo conocer que los visitantes y turistas que acuden a La Troncal pertenecen en el 98% de los casos a Ecuador, siendo escasa la demanda de extranjeros (2%); la mayoría de los turistas (83%) residen en cantones de la provincia del Cañar (61%) y fuera de esta provincia(39%), principalmente del Guayas y Azuay; no hay distinción por el género, pero sí por la edad, identificándose una importante afluencia de visitantes nacionales entre los 36 años en adelante y en los turistas extranjeros se notó más presencia de turistas entre 26 y 60 años algunos de ellos atraídos por el principal atractivo turístico de La Troncal, que son las aguas termales de Yanayacu.

Un porcentaje considerable de turistas son comerciantes (24% promedio) con niveles de instrucción igual o superior al bachillerato (82% promedio), con ingresos que oscilan entre \$400,00 a \$1.000,00 y cuentan con ingresos suficientes para cubrir los gastos que demanda la alimentación, alojamiento y transporte hacia los atractivos turísticos de La Troncal, representando ello una oportunidad para el proyecto.

Los turistas por lo general visitaron La Troncal alrededor de 5 a más de 10 veces, es decir, que les gustan los atractivos turísticos de este cantón, visitando la zona acompañados en el 93% de los casos, por recreación el 50% o por motivos de salud en el 18% de los casos.

Otra de las revelaciones importantes de la investigación fue conocer que ningún turista ocupó los servicios de las agencias de viaje en su visita a La Troncal, enterándose en el 74% de los casos de turistas nacionales, de la existencia de los atractivos turísticos en este cantón, por recomendaciones o comentarios de familiares o amigos que ya visitaron esta localidad, mientras que en el caso de los turistas extranjeros la mayor información recibida fue por redes sociales y anuncios en internet, explicándose por qué hay gran afluencia de turistas de los cantones de la provincia del Cañar y de las zonas aledañas de la provincia del Guayas, quienes por lo general pernoctaron de una a tres noches.

En lo que se refiere al servicio de alimentos y bebidas, todos los turistas consumieron comidas típicas en La Troncal con un gasto familiar de menos de \$5.00 para los turistas nacionales, mientras que los turistas extranjeros gastaron hasta \$15.00, durante su estadía en el cantón, el cual en el 91% de los casos fue calificado de bueno a excelente.

El 99% de los turistas visitó lugares de recreación y esparcimiento durante su estadía en el destino turístico, siendo el Balneario Yanayacu el más visitado, seguido por otros balnearios

de la localidad, siendo la natación el deporte preferido por el 37% de visitantes, así como el ciclismo que en estos tiempos está en auge, con un gasto que osciló entre \$10,00 a \$30,00, según los resultados de la encuesta.

Solo el 43% de los turistas nacionales se alojó en un establecimiento de La Troncal, corroborando la escasa infraestructura hotelera que existe en este cantón, representada por hoteles, hostales y hosterías los principales establecimientos, a pesar de ello gastaron en promedio \$15,00 a \$30,00 en estadía hotelera, indicando más del 90% que el servicio fue regular o muy bueno.

El 96% de turistas se mostró complacido por su visita a los atractivos turísticos de La Troncal, calificando el servicio en general de bueno a excelente, un promedio del 29% de ellos que a La Troncal le hace falta infraestructura turística y el 26% considera que le hace falta publicidad y promoción de los atractivos turísticos, a pesar de ello el 98% de visitantes volvería a La Troncal.

Por otro lado el 92% de los turistas ha escuchado hablar de las cabañas ecológicas y estaría dispuesto a alojarse en una de ellas, esperando que además ofrezca actividades de recreación, ciclismo de montaña, cabalgatas y aviturismo en el 75% de los casos, estando predispuesto a pagar entre \$15,00 a \$30,00 por la estadía en este tipo de cabañas ecológicas en el 85% de los casos, esperando visitar de 2 a 6 meses (3 meses en promedio) a La Troncal, lo que representa una oportunidad para el proyecto.

Con estos resultados se verifica la oportunidad existente de realizar un plan de negocios para ofertar el servicio de cabañas ecológicas en la zona turística del cantón La Troncal, ubicada en el sector de Cochancay.

A continuación se calcula la demanda insatisfecha, previa determinación de la demanda y de la oferta del servicio de alojamiento y alimentación al turista en el cantón La Troncal.

2.3.2 Cálculo de la demanda actual.

Se calculó la demanda actual de turistas hacia los atractivos del cantón La Troncal, considerando los datos de la población de la investigación, el origen de los turistas que acude a visitar estos atractivos turísticos y la frecuencia de uso de las cabañas ecológicas, según los resultados de la encuesta.

El cálculo de la demanda se fundamenta en los resultados la pregunta No. 2, donde se pudo conocer la participación de los turistas, según la ciudad o país de nacimiento y del cuadro de la frecuencia de visitas turísticas y de la predisposición de alojamiento en cabañas ecológicas, como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

Tabla 33. Promedio de frecuencia de alojamiento en cabañas ecológicas

Descripción	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Veces anuales	Turistas nacionales	Turistas extranjeros
Cada 15 días	8	43	24	192	1.032
Cada mes	74	72	12	888	864
Cada 2 a 4 meses	147	46	4	588	185
Cada 6 a 8 meses	135	38	2	270	77
Total	364	199		1.938	2.158

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal: Pregunta 42.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Con el resultado obtenido se procede a determinar las veces promedio en que un turista se alojaría en las cabañas ecológicas, mediante la siguiente operación:

$$\text{Veces promedio de alojamiento} = \frac{\text{Frecuencia x veces anuales}}{\text{Tamaño de la muestra}}$$

$$\text{Veces promedio de alojamiento turista nacional} = \frac{1.938 \text{ veces}}{364 \text{ turistas}}$$

Veces promedio de alojamiento de un turista nacional = 5 veces anuales (se redondearon los valores)

$$\text{Veces promedio de alojamiento turista extranjero} = \frac{2.158 \text{ veces}}{199 \text{ turistas}}$$

Veces promedio de alojamiento de un turista extranjero = 11 veces anuales (se redondearon los valores)

Un turista nacional se alojará un promedio de 5 veces anuales en las cabañas ecológicas y el extranjero un promedio de 11 veces anuales, de acuerdo a los resultados de la pregunta 42 de la encuesta.

El número de noches promedio de alojamiento actual de los turistas nacionales y extranjeros, se calcula con base en los resultados de la pregunta No. 16 de la encuesta, como se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla 34. Promedio de noches de alojamiento por cada vez que visitó La Troncal.

Descripción	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Veces anuales	Turistas nacionales	Turistas extranjeros
1 noche	106	66	1	106	66
2 noches	103	62	2	206	124
3 noches	96	71	3	288	213
Ninguna	59	0	0	0	0
Total	364	199		600	403

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal: Pregunta 16.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Con este resultado se calcula el número promedio de noches de alojamiento de un turista en el cantón La Troncal, mediante la siguiente operación:

$$\text{Veces promedio de alojamiento} = \frac{\text{Frecuencia x número de noches}}{\text{Tamaño de la muestra}}$$

$$\text{Veces promedio de alojamiento turistas nacionales} = \frac{600 \text{ veces}}{364 \text{ turistas}}$$

Veces promedio de alojamiento de un turista nacional = 2 noches anuales de alojamiento (se redondearon los valores)

$$\text{Veces promedio de alojamiento turistas extranjeros} = \frac{403 \text{ veces}}{199 \text{ turistas}}$$

Veces promedio de alojamiento de un turista extranjero= 2 noches anuales de alojamiento. (Se redondearon los valores)

Un turista nacional se alojará un promedio de 2 noches por cada vez que visita La Troncal y un turista extranjero un promedio de 2 noches, de acuerdo a los resultados de la pregunta 16 de la encuesta.

Con estos resultados se calcula la demanda actual, considerando además los resultados de la pregunta No. 2 de la encuesta, como se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla 35. Cálculo de la demanda actual

Origen de turistas (a)	Población de Turistas (d) = (b) x (c)	Promedio anual de alojamiento (e)	Promedio noches alojamiento (f)	Demanda anual del servicio de alojamiento (g) = (d)x(e)x(f)
Nacionales	6.840	5	2	60.029
Extranjeros	411	11	2	9.030
Total	7.251			69.059

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal: Pregunta 2, 16 y 42.

Elaborado por: La Autora, 2016.

Nota: se han redondeado los decimales

De esta manera se pudo calcular la demanda de alojamiento de turistas en el cantón La Troncal, que asciende a 69.058 turistas en el año actual.

2.4 Análisis de la Oferta.

El cálculo de la oferta se realiza con los datos que proporcionó el Ministerio de Turismo, con relación al catastro turístico del cantón La Troncal que se pueden apreciar en el cuadro No. 7, cuyos resultados fueron la existencia de los siguientes establecimientos hoteleros que disponen de 187 camas, con un promedio de estadía igual a 2 días en la provincia del Cañar, datos con los cuales se obtuvo la siguiente oferta actual:

Tabla 36. Cálculo de la oferta actual

Establecimiento	Nombre	Habitaciones
Hostal	Bristol	12
Hostal	San Andrés	16
Hostal	Belo Horizonte	16
Hostal	Conde Real	12
Hostal Residencia	Siete Letras	24
Hostería	La Cascada Inn	14
Hostería	La Merced	14
Hostería	Parque Ecológico La Montañita	12
Hotel	Su Majestad	32
Hotel	Dino's	8
Hotel	Las Azucenas	15
Hostería	Las Cabañas del Sol	12
Total		187
		182,5
		34.128

Fuente: Ministerio de Turismo, con relación al catastro turístico del cantón La Troncal.

Elaborado por: La Autora, 2016.

La oferta actual se calcula a partir del número de habitaciones disponibles en todos los establecimientos que ofrecen alojamiento turístico a los usuarios que desean permanecer por más de un día en La Troncal.

$$\text{Oferta actual} = \text{No. de camas} \times \frac{\text{No. de días en el año}}{\text{Promedio días estadía}}$$

$$\text{Oferta actual} = 187 \text{ camas} \times \frac{365 \text{ días en el año}}{2 \text{ días de estadía}}$$

Oferta actual (capacidad de infraestructura hotelera en el cantón La Troncal) = 34.128 turistas.

La capacidad de infraestructura hotelera en el cantón La Troncal, que representa la oferta actual, es de 34.128 turistas.

2.5 Determinación de la demanda potencial insatisfecha.

Una vez que se determinó el pronóstico de la demanda y de la oferta, se procede a determinar la demanda insatisfecha, obteniendo la diferencia entre la demanda y la oferta, como se puede apreciar a continuación:

- Demanda insatisfecha = Demanda actual – Oferta actual
- Demanda insatisfecha = 69.058 turistas – 34.128 turistas
- Demanda insatisfecha = 34.931 turistas

Con este resultado se procede a determinar el pronóstico de la demanda insatisfecha y a captar, de la siguiente manera:

Tabla 37. Proyección de la demanda potencial insatisfecha y a captar.

Año actual	Demanda insatisfecha base	Tasa crecimiento poblacional (%)	Año proyectado	Demanda insatisfecha proyectada	% a captar	Demanda a captar	% ocupación capacidad instalada	Producción esperada	Tasa de crecimiento del servicio (%)
2015	34.931	2	2016	35.462	7	2.482	88	2.184	
2016	35.462	2	2017	36.001	7	2.520	91	2.293	5
2017	36.001	2	2018	36.548	7	2.558	94	2.405	5
2018	36.548	2	2019	37.104	7	2.597	97	2.519	5
2019	37.104	2	2020	37.668	7	2.637	100	2.637	5

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal: Pregunta 2, 16 y 42.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Se puede apreciar que la demanda potencial insatisfecha será igual a 35.462 turistas durante el 2016 y 36.001 turistas en el año siguiente. La demanda a captar será del 7% de la demanda insatisfecha, es decir, de 2.482 turistas, con una ocupación plena de la capacidad instalada igual a 2.184 turistas, durante el primer año de ejecutado el plan de negocios.

2.6 Análisis de precios.

En el análisis de precios se ha considerado la oferta actual mediante investigación a locales de alojamiento y servicios de alimentación y, los precios promedios de las respuestas a la pregunta 41 de la encuesta, como se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla 38. Determinación del precio promedio de servicios de recreación.

Turistas nacionales											
Parámetros de precios	Ciclismo de montaña	Cabalgatas	Senderismo	Actividad de recreación	Otros	Marca de clase	Ciclismo de montaña	Cabalgatas	Senderismo	Actividad de recreación	Otros
Menos de 5 dólares	0	0	188	52	105	\$ 3,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 470,00	\$ 130,00	\$ 263,00
Entre 5 y 10 dólares	209	157	176	199	151	\$ 8,00	\$ 1.568,00	\$ 1.178,00	\$ 1.320,00	\$ 1.493,00	\$ 1.133,00
Entre 10 y 20 dólares	155	207	0	98	108	\$ 15,00	\$ 2.325,00	\$ 3.105,00	\$ 0,00	\$ 1.470,00	\$ 1.620,00
Más de 20 dólares	0	0	0	15	0	\$ 25,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 375,00	\$ 0,00
Total	364	364	364	364	364	Total	\$ 3.893,00	\$ 4.283,00	\$ 1.790,00	\$ 3.468,00	\$ 3.015,00
				Precio promedio			\$ 11,00	\$ 12,00	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 9,00
Turistas extranjeros											
Parámetros de precios	Ciclismo de montaña	Cabalgatas	Senderismo	Actividad de recreación	Otros	Marca de clase	Ciclismo de montaña	Cabalgatas	Senderismo	Actividad de recreación	Otros
Entre 5 y 10 dólares	76	18	147	97	87	\$ 8,00	\$ 225,00	\$ 53,00	\$ 435,00	\$ 285,00	\$ 255,00
Entre 10 y 20 dólares	123	127	52	82	74	\$ 15,00	\$ 720,00	\$ 750,00	\$ 300,00	\$ 480,00	\$ 435,00
Más de 20 dólares	0	54	0	20	38	\$ 25,00	\$ 0,00	\$ 525,00	\$ 0,00	\$ 200,00	\$ 375,00
Total	199	199	199	199	199	Total	\$ 945,00	\$ 1.328,00	\$ 735,00	\$ 965,00	\$ 1.065,00
				Precio promedio			\$ 12	\$ 17,00	\$ 9,00	\$ 12,00	\$ 14,00
Habitantes locales											
Parámetros de precios	Ciclismo de montaña	Cabalgatas	Senderismo	Actividad de recreación	Otros	Marca de clase	Ciclismo de montaña	Cabalgatas	Senderismo	Actividad de recreación	Otros
Menos de 5 dólares	0	0	234	92	110	\$ 3,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 585,00	\$ 230,00	\$ 275,00
Entre 5 y 10 dólares	224	186	143	175	161	\$ 8,00	\$ 1.680,00	\$ 1.395,00	\$ 1.073,00	\$ 1.313,00	\$ 1.208,00
Entre 10 y 20 dólares	153	191	0	88	106	\$ 15,00	\$ 2.295,00	\$ 2.865,00	\$ 0,00	\$ 1.320,00	\$ 1.590,00
Más de 20 dólares	0	0	0	22	0	\$ 25,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 550,00	\$ 0,00
Total	377	377	377	377	377	Total	\$ 3.975,00	\$ 4.260,00	\$ 1.658,00	\$ 3.413,00	\$ 3.072,00
				Precio promedio			\$ 11,00	\$ 11,00	\$ 4,00	\$ 9,00	\$ 8,00

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal: Preguntas 2, 41.

Elaborado por: La Autora, 2016.

Nota: Se han redondeado los valores

Se obtuvo el precio promedio para el servicio de alojamiento en los hoteles, hostales o similares que existen actualmente en La Troncal, cuyo resultado servirá para fijar el precio de este servicio para los turistas nacionales y extranjeros:

Tabla 39. Precio Promedio del servicio de alojamiento.

Descripción	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Precio promedio (\$)	Turistas nacionales (\$)	Turistas extranjeros (\$)
Menos de 20 dólares	189	24	10,00	1.890,00	240,00
Entre 20 y 30 dólares	126	151	25,00	3.150,00	3770,00
Entre 30 y 50 dólares	9	16	40,00	360,00	640,00
Más de 50 dólares	1	8	55,00	55,00	440,00
No gastó en este rubro	39	0	0,00	0,00	0,00
Total	364	199		5.455,00	5090,00

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal: Pregunta 40.

Elaborado por: La Autora, 2016.

Nota: se han redondeado los valores

Con este resultado se calcula el número promedio de noches de alojamiento de un turista en el cantón La Troncal, mediante la siguiente operación:

$$\text{Precio promedio de alojamiento} = \frac{\text{Frecuencia x precio}}{\text{Tamaño de la muestra}}$$

$$\text{Precio promedio de alojamiento turistas nacionales} = \frac{\$5.455}{364 \text{ turistas}}$$

$$\text{Precio promedio de alojamiento de un turista nacional} = \$15,00$$

$$\text{Precio promedio de alojamiento turista extranjero} = \frac{\$5090}{199 \text{ turistas}}$$

$$\text{Precio promedio de alojamiento de un turista extranjero} = \$25,00$$

El precio promedio de alojamiento para el turista nacional es igual a \$15,00 y para el turista extranjero es igual a \$25,00. Por último se obtiene el gasto de alimentación promedio del turista.

Tabla 40. Precio Promedio del servicio de alimentación.

Descripción	Población La Troncal	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Marca clases	Gasto visitante local	Gasto turista nacional	Gasto turista extranjero
Menos de 5 dólares	293	210	48	3,00	879,00	630,00	144,00
Entre 5 y 15 dólares	45	110	125	10,00	450,00	1.100,00	1250,00
Entre 16 y 30 dólares	26	27	16	23,00	600,00	618,00	368,00
Entre 31 a 45 dólares	9	9	8	38,00	342,00	342,00	304,00
Más de 45 dólares	4	8	2	53,00	212,00	424,00	106,00
Total	377	364	199		2.483,00	3114,00	2172,00
Precio promedio (\$)					\$6,00	\$8,00	\$11,00

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal: Pregunta 21.

Elaborado por: La Autora, 2016.

Nota: se han redondeado los valores

En el cálculo del precio promedio, se obtuvo un gasto de alimentación de \$6,00 por cada visitante local, de \$8,00 por cada turista nacional y de \$11,00 por cada turista extranjero.

2.7 Comercialización del Producto (Canales de Comercialización).

La comercialización del producto se lo realizará en un lugar fijo del proyecto, ya que por la falta de agencias de viaje en La Troncal los atractivos se han dado a conocer por medio de recomendaciones de amigos y familiares según la pregunta número 11 de la encuesta , pero se abre la posibilidad de llevar a cabo la promoción y venta de los servicios que Huasipingo Lodge ofrece a través de las Agencia de viajes: Ecuador Expedition de Viaja Primero Ecuador, con islas y oficinas en los lugares de mayor afluencia turística de la ciudad más cercana a La Troncal, Guayaquil, como en Centros Comerciales, Malecón 2000, Centro de la ciudad. Natuaventura Eco, que también promueve el turismo ecológico dentro y fuera de Guayaquil, Agencia Tecnoviajes ubicada en el Aeropuerto José Joaquín de Olmedo para turistas nacionales o extranjeros.

Por otra parte se realizará preventa en los centros turísticos cercanos que no cuenten con alojamiento, se recibirán reservaciones vía telefónica y online. Además se promocionará mediante aplicaciones digitales, medios de comunicación masiva, volantes e internet con los metabuscadores de web trivago.com y despegar.com. y otras estrategias publicitarias que serán analizadas en el siguiente numeral, correspondiente a las estrategias de introducción al mercado y cuando se detalle los aspectos particulares del plan de Marketing.

2.7.1 Estrategias de introducción al mercado.

Con relación a las estrategias de introducción al mercado, se analizan las matrices ANSOFF, BCG y Atractivo del mercado, para determinar las principales herramientas del Marketing que permitirán que el plan de negocios tenga los resultados deseados, desde la etapa de penetración.

La matriz de atractivo del mercado, es un cuadro que representa la posición de la empresa con relación a la percepción de atractivo que le pueda otorgar el cliente, que en este caso es el turista local, provincial y nacional.

En el siguiente esquema se presenta la matriz de atractivo del mercado del plan de negocios en estudio:

Tabla 41. Matriz de atractivo del mercado.

		Posición de la empresa		
		Fuerte	Medio	Débil
Atractivo del Mercado	Alto	Muy atractivo		
	Medio		Medianamente atractivo	
	Bajo			Poco atractivo

		Posición de la empresa		
		Fuerte	Medio	Débil
Atractivo del Mercado	Alto	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento importante del mercado. • Percepción de que la naturaleza es atractiva. • Disponibilidad de Tecnología. • Carreteras y vías en buen estado 		
	Medio		<ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad media. • Incentivo en la regulación estatal. 	
	Bajo			<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilidad al precio. • Competencia interna y externa.

Fuente: Investigación en el cantón La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

De acuerdo a la gráfica, el principal atractivo del mercado consiste en que el mercado está percibiendo el turismo ecológico como una actividad importante en su recreación, así lo evidencia la asistencia al balneario de aguas termales Yanayacu, uno de los pocos atractivos turísticos eminentemente natural que existe en el sector de Cochancay. Además, de otros atractivos turísticos del cantón La Troncal, están ubicados a tan solo hora y media de la ciudad de Guayaquil, es importante destacar que existe una carretera segura que facilita su acceso, describiendo una línea recta la carretera principal, la cual se encuentra en buen estado y permite la llegada de los turistas nacionales y extranjeros.

Además, se trata de un negocio con potencial de rentabilidad de acuerdo a la información de la encuesta, donde sumando los gastos de estadía, alimentación, transporte y recreación, superan los \$100,00 por familia, lo que significa una buena oportunidad para las actividades del ecoturismo, el cual tiene al apoyo estatal que ha incentivado este tipo de actividades en el país, inclusive la Constitución de la República establece algunos artículos que protegen la naturaleza y difunden la responsabilidad social y ambiental de las empresas.

A pesar que el proyecto tendrá la competencia de los establecimientos turísticos ya establecidos en La Troncal, como es el caso de la Cascada In, Montañita, Yanayacu, y es sensible al incremento del precio, sin embargo, poseerá puntos fuertes que hacen que este negocio sea atractivo.

El análisis de atractividad del mercado turístico por visitar el cantón La Troncal tiene más puntos fuertes que débiles, sobretodo la aceptación del turista por acudir a lugares donde existan recursos naturales y poder disfrutar del contacto con la naturaleza, que fue tal vez, el resultado más importante de la encuesta aplicada a la muestra seleccionada.

Posteriormente se utiliza la técnica del Marketing, que en este caso se refiere a la matriz de ANSOFF, la cual determina las principales estrategias de introducción al mercado turístico del cantón La Troncal, para lo cual relaciona los productos y mercados nuevos con los actuales. En el siguiente cuadro se presenta la técnica de la matriz de ANSOFF del presente plan de negocios:

Tabla 42. Matriz de expansión producto mercado. Estrategia de introducción.

	Productos actuales	Nuevos productos
Mercados actuales	<p>Penetración del mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centro de recreación turístico. • Penetración con el plan de negocios en la población local del cantón La Troncal y de la provincia del Cañar. 	<p>Penetración del mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cabañas ecológicas. • Piscinas con opción terapéutica. • Ciclismo de montaña. • Gastronomía Eco. • Yoga. • Introducir el servicio de las cabañas ecológicas en la población local del cantón La Troncal y de la provincia del Cañar.
Mercados nuevos	<p>Desarrollo de mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducir el servicio de las cabañas ecológicas en las ciudades más importantes del país (Quito, Guayaquil, Cuenca), a corto y mediano plazo. • Cubrir el mercado a nivel nacional a largo plazo. • Servir a los turistas extranjeros en el largo plazo, mediante: Campaña publicitaria en medios masivos de información, internet. Difusión en letreros y vallas publicitarias. 	<p>Penetración del mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo de la tercera edad. • Terapia física (ciclismo, natación, caminata, yoga). • Cabalgatas, caminatas hacia paisajes naturales.

Fuente: Investigación en el cantón La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Si bien es cierto el servicio inicial será con las cabañas ecológicas, a las que se agregarán otras actividades como, el ciclismo de montaña, las caminatas y las cabalgatas, además de los servicios de gastronomía eco, piscinas terapéuticas, yoga para todas las edades; en el mediano y largo plazo se cita también otros servicios para la tercera edad, siempre promocionando la importancia de llevar una vida sana y nuevos tipos de esparcimiento en contacto con la naturaleza.

En cuanto a las estrategias de crecimiento del mercado, se aplica el Modelo Boston Consulting Group (matriz BCG), el cual se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla 43. Matriz de crecimiento de la participación.

		DOMINANCIA EN EL MERCADO	
		ALTA	BAJA
CRECIMIENTO DEL MERCADO	ALTA	<ul style="list-style-type: none"> Centros de recreación turística con toboganes y piscinas <p>ESTRELLA </p>	<ul style="list-style-type: none"> Cabañas ecoturísticas con actividades de recreación naturales <p>DILEMA ¿ ?</p>
	BAJA	<ul style="list-style-type: none"> Deportes: Ciclismo, cabalgatas, caminatas <p>VACA </p>	<ul style="list-style-type: none"> Espectáculos artísticos <p>PERRO </p>

Fuente: Investigación en el cantón La Troncal.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Aunque las cabañas eco-turísticas tendrán un gran crecimiento, su dominancia en el mercado es baja, pero con la publicidad se aspira en el corto y mediano plazo competir con los centros de recreación con piscinas y toboganes, lo que se puede evidenciar con la gran afluencia de visitantes al balneario Yanayacu, debiendo incentivar a la comunidad al ecoturismo mediante el fomento de la toma de conciencia y de las ventajas que ofrece el contacto con la naturaleza, para llevarla en algún momento a ser considerado como un producto estrella.

2.8 Conclusiones del estudio de mercado

Los resultados de la encuesta aplicada a la muestra seleccionada de turistas locales, nacionales y extranjeros, dio a conocer que la participación de turistas hacia la Troncal, en el 49% de los casos pertenece a los habitantes de la provincia del Cañar, con una importante cuota de personas mayores de 50 años que representan el 55% de los visitantes, siendo el principal atractivo de este cantón, el balneario de Yanayacu.

Los turistas en su mayoría comerciantes (25%) con nivel de instrucción de bachillerato (66%), cuenta con los recursos suficientes para visitar en calidad de turistas los atractivos de La Troncal por más de 5 veces al año, sea por motivos de salud, esparcimiento o recreación, representando ello una oportunidad para el proyecto.

Además existe otra oportunidad latente en el mercado, que está relacionada con la percepción positiva que tienen los turistas que visitan La Troncal acerca del ecoturismo y la gastronomía de la zona, siendo un factor importante la estrategia publicitaria para captar mayor cantidad de visitantes hacia este sector de la patria, no solo de turistas locales y provinciales, sino también a nivel nacional y extranjeros, sobretodo aprovechando la cercanía de La Troncal con la ciudad de Guayaquil.

Con relación a la demanda se pudo calcular que el plan de negocios tendrá una demanda insatisfecha proyectada de 35.462, una demanda a captar de 2.482 turistas y una producción del servicio para atender a 2.184 turistas anuales.

Para la determinación de las estrategias de introducción y de crecimiento, se aplicó las matrices de atractividad, ANSOFF y BCG; a pesar que el servicio inicial será con las cabañas ecológicas, a estas se agregarán otras actividades recreativas como la natación, el ciclismo de montaña, las caminatas y las cabalgatas, yoga además de los servicios de gastronomía eco, para promover el esparcimiento y el contacto con la naturaleza, que tienen una alta demanda potencial y preferencia por los turistas.

CAPITULO III

3. Estudio Técnico o Plan de Operación

Este capítulo corresponde a la etapa del plan de negocios que sigue al estudio de mercado, en la cual se describen y analizan todos los aspectos técnicos – operativos que requiere el proyecto para su puesta en marcha.

(Baca, 2015), define al estudio técnico “como el tratado de los aspectos operativos, que incluyen los procesos, la infraestructura, la localización, los recursos, la organización del talento humano, entre las más importantes, para el manejo eficiente de las actividades para la producción de los bienes y servicios”. (Pág. 4).

El estudio técnico entonces analiza los factores para determinar la óptima localización del proyecto, los aspectos operativos como materias primas, procesos, talento humano, maquinarias e infraestructura, incluyendo el ámbito de la organización del plan de negocios.

3.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.

El proyecto se localizará en la provincia del Cañar, cantón La Troncal, en la parroquia denominada Cochancay, que tiene dos sectores bien definidos, la primera es aquel sector ubicado a la altura del Km. 75 de la vía Durán Tambo y el segundo que es el sector denominado Tuttifrutti, que se encuentra a unos 5 minutos de la carretera principal.

Previo al análisis de los factores principales que intervienen en la micro localización o ubicación del proyecto, se ha utilizado la siguiente escala que forma parte del método cualitativo por puntos, que es explicado por (Baca Urbina, 2010) en su texto de Evaluación de Proyectos.

La metodología previa a la aplicación del método en referencia, consiste en la construcción de una escala de valoración, con dos parámetros: el primero correspondiente al nivel de oportunidad, cuyos valores van desde 0,10 a 0,20, dependiendo del nivel de trascendencia que tenga para el proyecto, a mayor trascendencia o importancia, mayor calificación de oportunidad; y, para el segundo caso que concierne a la calificación, esta va de 4 a 10 puntos, donde la menor puntuación corresponde al ámbito menos favorable y viceversa, como se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla 44. Escala de valores para la determinación de la ubicación.

Variable	Nivel de oportunidad				Calificación		
	Muy baja trascendencia	Algo trascendente	Trascendente	Muy trascendente	Algo Favorable	Favorable	Muy Favorable
Tamaño	0,10	0,15	0,20	0,25	4	7	10
Precio	0,10	0,15	0,20	0,25	4	7	10
Tipo de suelo	0,10	0,15	0,20	0,25	4	7	10
Empresas conexas	0,10	0,15	0,20	0,25	4	7	10
Cercanía al mercado	0,10	0,15	0,20	0,25	4	7	10

Fuente: Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, Tercera Edición.

Elaborado por: La Autora, 2016.

Nota: La escala de valoración corresponde exclusivamente al criterio de la autora.

El análisis de los terrenos es tal vez uno de los factores principales mediante los cuales se puede calificar la mejor ubicación del plan de negocios eco-turístico, para lo cual se procede de la siguiente manera:

Tabla 45. Disponibilidad de terrenos.

Factor	Peso	Cochancay vía Durán Tambo		CochancayTuttifrutti	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Tamaño	0,20	6	1,20	9	1,80
Precio del terreno	0,25	5	1,25	9	2,25
Tipo de suelo	0,20	6	1,20	9	1,80
Empresas competidoras	0,10	6	0,60	9	0,90
Cercanía al mercado	0,25	10	2,50	4	1,00
Total	1,00		6,75		7,75

Fuente: Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, Tercera Edición.

Elaborado por: La Autora, 2016.

Analizados los factores para determinar la mejor ubicación del terreno, la segunda opción obtuvo la mejor calificación, debido a que el costo terreno es menor en el sector denominado la Tuttifrutti, y es mayor mientras más se acerca a la carretera, la cual además no tienen parajes naturales, debido a que esta área está más urbanizada, a diferencia de la segunda alternativa que tiene mayor arborización y el turista allí puede sentir mayor contacto con la naturaleza.

Una vez conocido cuál es la ubicación más favorable, que tiene la mayor disponibilidad de terrenos, por costos y por características para la implementación del plan de negocios, se procede a realizar el análisis de la ubicación del mismo, considerando las siguientes variables:

- **Disponibilidad de terrenos.** –Factor que ya fue analizado en el cuadro anterior.
- **Disponibilidad de capital.** –Para hacer frente a la inversión que requiere el plan de negocios.
- **Infraestructura, acceso y transporte.** –Hacia la zona del plan de negocios.
- **Impuestos y disposiciones legales.** –Que incentiven o prohíban la ubicación del plan de negocios en el lugar en análisis.
- **Condiciones generales de vida.** –De las personas que habitan en la localidad.
- **Distancia de abastecimiento y mercado de ventas.** – Con relación a la ubicación del plan de negocios.

El análisis de la ubicación del proyecto, considerando las variables de la ubicación del mismo, es el siguiente:

Tabla 46. Análisis de la ubicación del proyecto.

Factor	Peso	Cochancay vía Durán Tambo		Chancay Tuttifrutti	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Disponibilidad de terrenos	0,20	6,75	1,35	7,75	1,55
Disponibilidad de capital	0,20	5,00	1,00	8,00	1,60
Infraestructura y transporte	0,15	10,00	1,50	10,00	1,50
Distancia de abastecimiento y mercado de ventas	0,25	8,00	2,00	5,00	1,25
Disposiciones legales	0,10	10,00	1,00	10,00	1,00
Condiciones generales de vida	0,10	10,00	1,00	10,00	1,00
Total	1,00		7,85		7,90

Fuente: Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, Tercera Edición.
Elaborado por: La Autora, 2016.

De acuerdo al análisis realizado con las variables del método empleado, la calificación más alta la obtuvo el sector de Cochancay –Tuttifrutti, que es el lugar donde se ubicará el plan de negocios, el cual está localizado en la siguiente dirección:

- Latitud: 2°28'46.10" S
- Longitud: 79°18'44.55" W

3.2 Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto.

Una vez que se ha determinado la localización del plan de negocios, se procede a determinar el tamaño óptimo del mismo, considerando las siguientes variables: tamaño del mercado, análisis de suministros e insumos, tecnología, talento humano y disponibilidad de recursos económicos.

3.2.1 Tamaño del mercado.

La demanda potencial insatisfecha de turistas en el cantón La Troncal fue calculada en el numeral 2.5 del capítulo anterior, en la tabla 37, la cual fue igual a 35.462, sin embargo, como se consideró una demanda a captar del 7%, el plan de negocios tendrá como meta la captación de 2.482 turistas, aprovechándose una capacidad del 80% que significa 2.184 turistas, durante el primer año de ejecutado el proyecto en análisis.

3.2.2 Análisis de suministros e insumos.

Materias primas. –Las principales materias primas del plan de negocios serán los ingredientes para la preparación de comidas y los suministros e insumos para el mantenimiento de la infraestructura y activos organizacionales.

Edificio. –El proyecto tiene un área igual a 600 m² (30 m x 20 m) en la cual se espera construir por lo menos 8 habitaciones simples y 2 dobles, las primeras tendrán una dimensión igual a 5 x 5 y las segundas 8 x 5.

Además, se destaca que la infraestructura del plan de negocios debe respetar las disposiciones concernientes a las construcciones, en el sentido que se deben dejar 1,5 m en el perímetro del terreno.

Electricidad. – La infraestructura del plan de negocios se abastece de la red pública de energía eléctrica, que ofrecerá un servicio de 110 voltios y de 220 voltios, si la empresa considera necesario solicitarlo, se proyecta a mediano y largo plazo el uso exclusivo de energía solar lo que podría generar un ingreso adicional por la venta esta energía a la red pública y utilizarla a favor del proyecto, para subir la temperatura del agua de las piscinas, empleando un método natural.

Agua. –También el servicio de agua será abastecido desde la red pública de agua potable

proveído por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón La Troncal. También se proyectará un sistema de reutilización del agua para actividades de limpieza y riego.

Teléfono. –La empresa CNT abastecerá del servicio telefónico y de internet, al establecimiento donde se ubique el plan de negocios, el cual no tiene restricción de ninguna naturaleza.

3.2.3 Tecnología.

Con relación a la tecnología esta servirá para la oferta del servicio de cabalgatas, ciclismo y natación, sin embargo, para la limpieza y el control del lugar se utilizará maquinarias y equipos que funcionen con energía proveniente de paneles solares.

En la preparación de alimentos, en respeto a las disposiciones gubernamentales que prohíben el uso de cocinas de inducción en los establecimientos comerciales, debido a que esta opción es solo para el sector doméstico, entonces se utilizará una cocina a gas con horno y un fogón de leña, debido a que algunas comidas típicas del cantón La Troncal se preparan en cocina de leñas.

3.2.4 Recursos humanos.

Los habitantes de La Troncal conocen los senderos y paisajes de su pueblo natal, además conocen la preparación de comidas típicas y serán los seleccionados para la atención en las diferentes áreas, para que el turista pueda maximizar su nivel de satisfacción.

3.2.5 Disponibilidad de recursos económicos.

Cabe destacar que la emprendedora no dispone de recursos económicos para invertir en la puesta en marcha del proyecto, por lo que se solicitará el financiamiento a la Corporación Financiera Nacional (CFN) para contar con el efectivo suficiente que permita realizar las inversiones necesarias para la ejecución del plan de negocios, previo a la elaboración del mismo.

3.2.6 Análisis de la capacidad de la empresa.

Una vez que se ha realizado el análisis de cada uno de los factores para determinar el tamaño óptimo del proyecto, se califica cada uno de estos aspectos en mención.

Se toma como referencia una escala de valoración, que considera una puntuación baja, buena, muy buena y excelente, desde 10 hasta 100 puntos, como se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 47. Escala de valoración

10 – 40	41 – 70	71 – 90	91 – 100
Bajo	Bueno	Muy Bueno	Excelente

Fuente: Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, Tercera Edición.
Elaborado por: La Autora, 2016.

A continuación se puede observar la calificación total de los factores para determinar el tamaño óptimo del plan de negocios, cuyos factores fueron calificados acorde a la escala de valoración de la tabla No. 47, mientras que para la determinación del peso se aplicó la metodología usada en la tabla No. 48 para determinar la ubicación y localización del proyecto, es decir la puntuación de un peso en porcentaje que va de 15 a 25 de acuerdo al nivel de trascendencia.

En el siguiente cuadro se puede apreciar el análisis para determinar el tamaño del plan de negocios:

Tabla 48. Análisis para determinar el tamaño de la planta.

Factor (a)	Peso% (b)	Calificación (c)	Ponderación % (d) = (b) x (c)
Tamaño del mercado	25	80	20
Suministros e insumos	15	100	15
Disponibilidad económica	20	65	13
Recursos humanos	20	90	18
Tecnología	20	70	14
Total	100		80

Fuente: Escala de valoración para factores del tamaño de la planta.
Elaborado por: La Autora, 2016.

La capacidad del plan de negocios en el año inicial será del 80%, la cual irá aumentando progresivamente cada año en un 5%, hasta llegar al 100%.

3.3 Identificación y descripción del proceso.

El proceso del servicio para la atención del cliente en las cabañas ecológicas, es sencillo y se realiza de la siguiente manera:

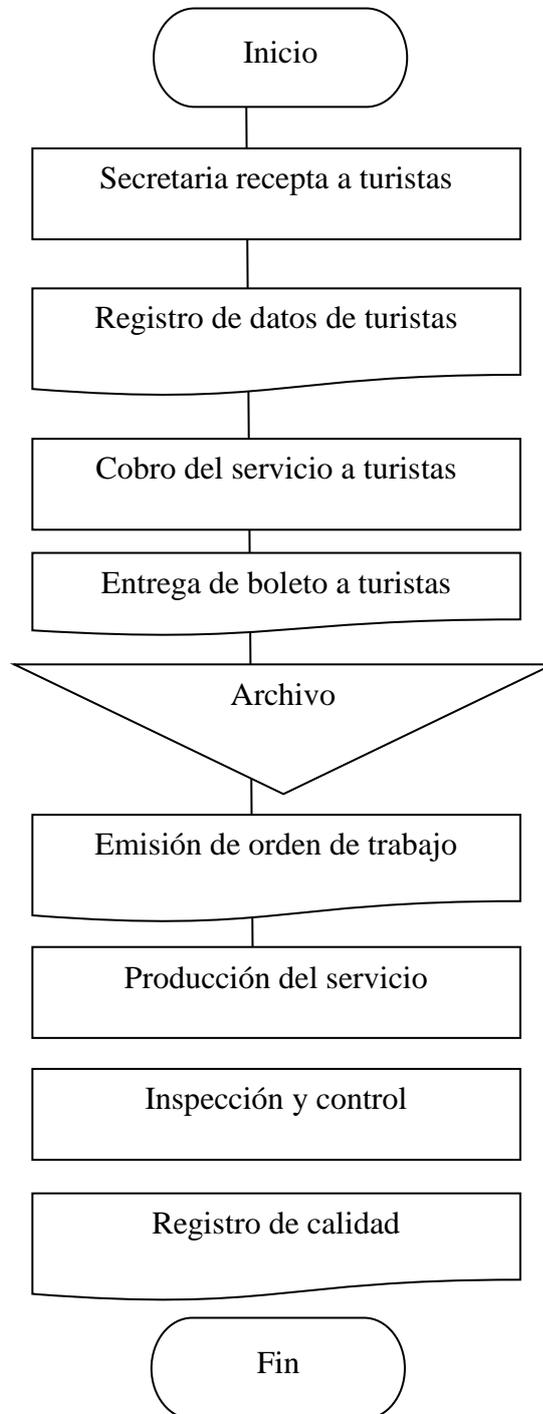


Figura 33. Flujograma del proceso del servicio
Fuente: Propia.
Elaborado por: La Autora, 2016.

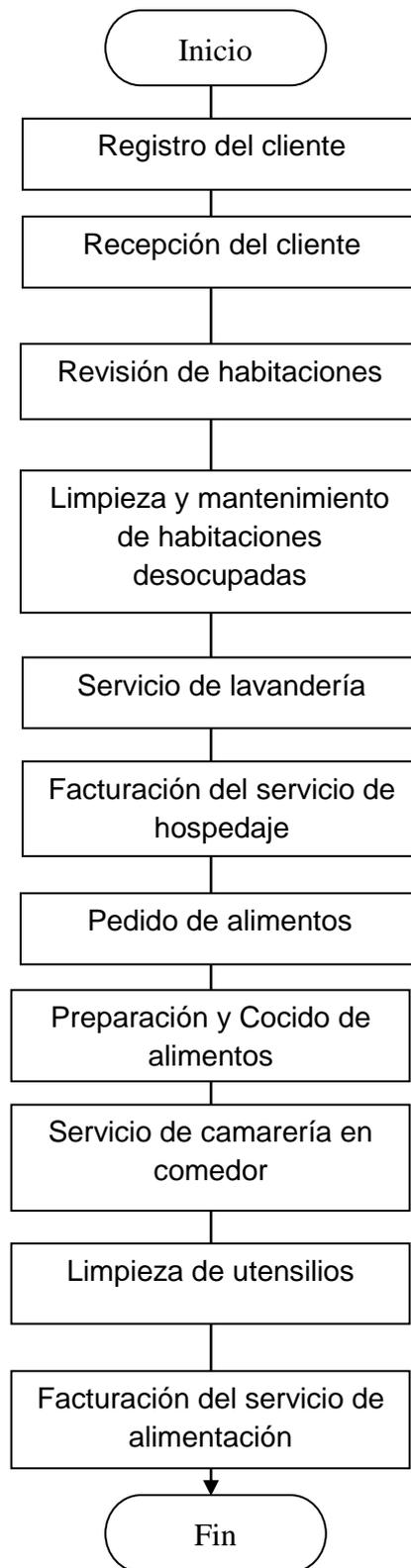


Figura 34. Flujograma del proceso operativo.
Fuente: Propia.
Elaborado por: La Autora, 2016.

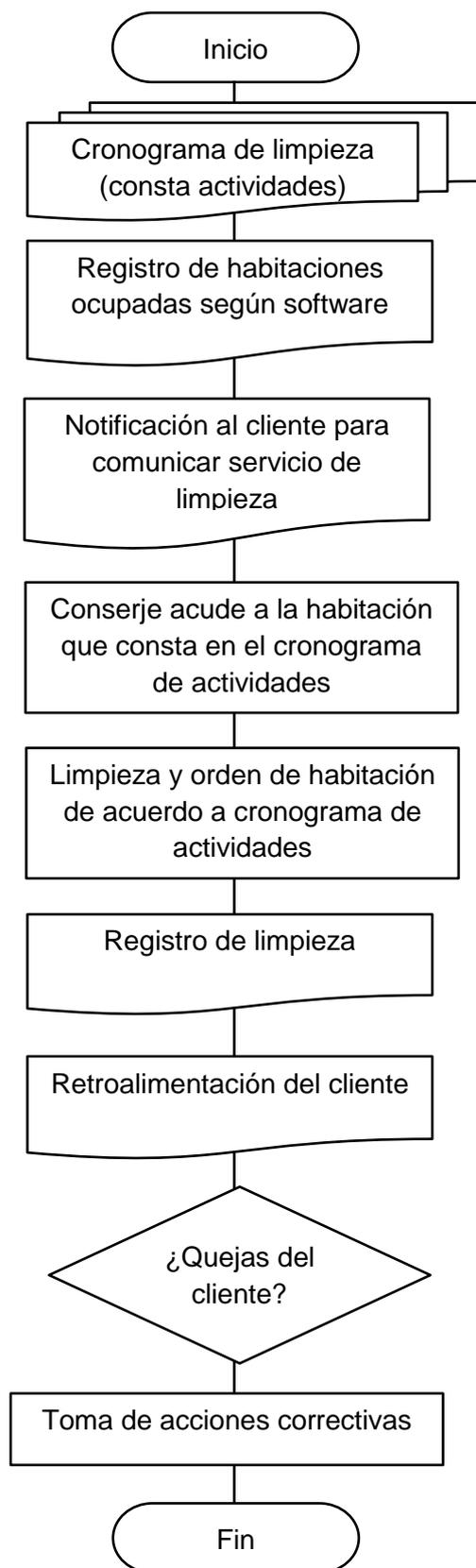


Figura 35. Diagrama de flujo del servicio de limpieza y mantenimiento en las habitaciones
 Fuente: Propia.
 Elaborado por: La Autora, 2016

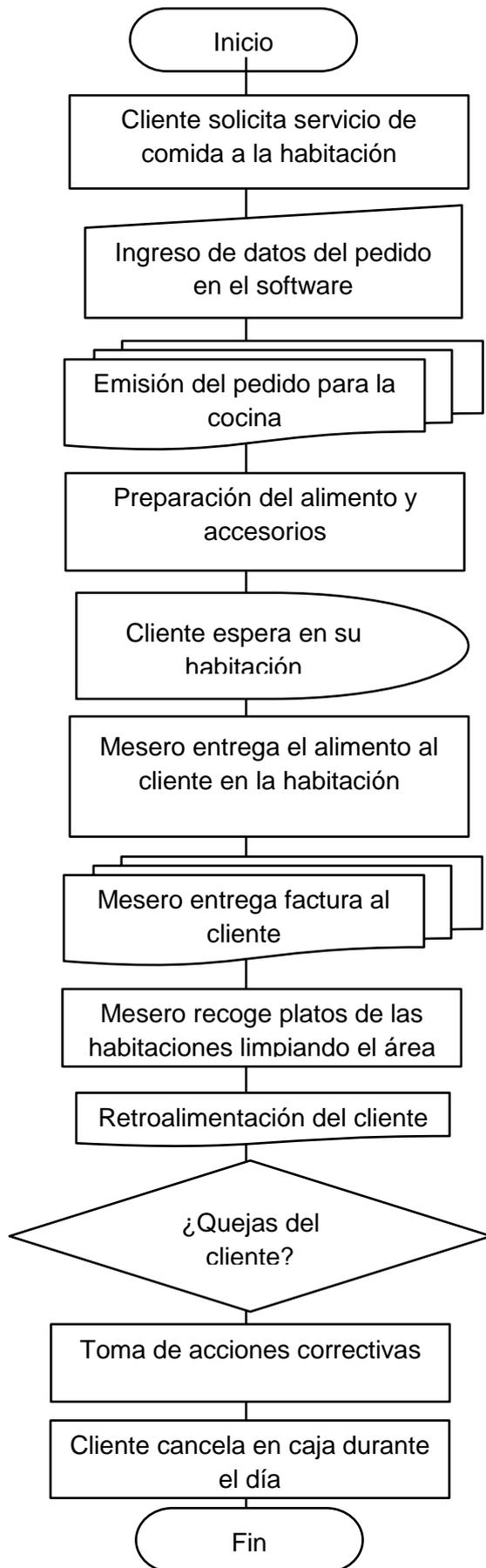


Figura 36. Diagrama de flujo del servicio de alimentación.
 Fuente: Propia.
 Elaborado por: La Autora, 2016.

Como se puede apreciar, el proceso inicia con la atención del cliente en la boletería, prosiguiendo con la prestación del servicio para que los turistas disfruten de la infraestructura turística y de los atractivos turísticos del cantón La Troncal.

Además, es necesario destacar que el control de la calidad del servicio que se ofrecerá en la infraestructura y en las cabañas eco-turísticas, será realizado por el mismo personal que forma parte de la estructura organizacional, con base en los parámetros: nivel de satisfacción del cliente con la habitación, la piscina, los deportes o la recreación, atención esmerada y amable por parte del personal, tiempo que demoró la atención, nivel de limpieza de la infraestructura.

3.4 Disponibilidad de recursos.

El plan de negocios requiere de la inversión de diversos productos e insumos, así como de la realización de inversiones en las cuales se pueda construir la infraestructura del centro de recreación y de las cabañas eco-turísticas.

El tema principal del plan de negocios, es la construcción de las cabañas ecológicas, por esta razón se ha descrito en primer lugar este factor, para lo cual se ha tomado como referencia la asesoría de una empresa dedicada a la fabricación de este tipo de cabañas, que en este caso es la empresa denominada “Hogar de Cristo”, que tiene una vivienda tipo ecológica, edificada con materiales originarios del cantón La Troncal, como es el caso de la caña guadúa o bambú, la madera laurel, con techo de cade, la cual se adapta de manera óptima a lo que persigue el proyecto. En el siguiente esquema se presenta la cabaña tipo campamento que forma parte del plan de negocios.



ECO – 4 Habitación doble



Figura 37. Esquema de cabaña ecológica eco-2 con una habitación (simple) y con habitaciones dobles eco-4. ECO – 2 habitación simple
 Fuente: Hogar de Cristo.
 Elaborado por: La Autora, 2016.

Las cabañas ecológicas serán 8 de tipo personal ECO – 2 y 2 habitaciones familiares o dobles ECO – 4, todas ellas con techo de cade y baños ecológicos incluidos.

La consideración de 8 cabañas ecológicas personales y 2 habitaciones familiares (3 personas), está fundamentada en que se espera prestar 2.184 veces el servicio eco-turístico a los turistas que visiten las instalaciones del plan de negocios durante el primer año de ejecución del proyecto, ocupando un 80% de la capacidad instalada, mientras que en el cuarto año se espera una demanda de 2.519 servicios, lo que significa el siguiente número de habitaciones:

$$\text{Visitantes en habitaciones} = \frac{\text{Producción máxima (demanda proyectada, estudio de mercado)}}{\text{Promedio de atención en tiempo}}$$

$$\text{Visitantes en habitaciones} = \frac{2.519 \text{ servicios}}{187,5 \text{ veces anuales}}$$

- Visitantes en habitaciones = 13,43 (8 habitaciones sencillas y 2 familiares)
- Capacidad de atención de visitantes en habitaciones = $8 + (2 * 3) = 8 + 6 = 14$

Esto significa que la capacidad de personas que se atenderán en las habitaciones de las cabañas ecológicas será igual a 8 habitaciones sencillas y 2 habitaciones familiares, para satisfacer la demanda del proyecto.

Las piscinas grandes y pequeñas tienen capacidad para 85 personas mayores de 12 años

de edad y 80 niños menores de 12 años respectivamente, cuando la demanda esperada es de 12 personas diarias, aunque en el caso de las cabañas ecológicas, esta puede incrementarse los fines de semana y reducirse de lunes a viernes.

Con relación a las piscinas, estas serán de concreto, pero tendrá un sistema de tuberías que garantiza su oxigenación, tipo pileta, con utilización de paneles solares para el calentamiento del agua de manera natural, para aprovechar la demanda de turistas que visitan La Troncal por motivos de las aguas termales, cuyos rubros se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 49. Piscinas.

Detalle	Unidad	Cantidad	Costo unitario (\$)	Costo total (\$)
Piscina grande (12x6x1,20)				
Replanteo	m ²	72	0,75	54,00
Excavación	m ³	86,4	23,27	2.010,53
Hormigón armado para riostras y bases	m ³	2,592	205,71	533,20
Paredes laterales (12x1,20)x(2)	m ²	28,8	80,58	2.320,70
Paredes frontales (6x1,20)x(2)	m ²	14,4	80,58	1.160,35
Base (12x6)	m ²	72	80,58	5.801,76
			Subtotal	11.880,54
Piscina pequeña (4x4x0,70)				
Replanteo	m ²	16	0,75	12,00
Excavación	m ³	11,2	23,27	260,62
Hormigón armado para riostras y bases	m ³	0,672	201,71	135,55
Paredes laterales (4x0,70)x(2)	m ²	5,6	80,58	451,25
Paredes frontales (4x0,70)x(2)	m ²	5,6	80,58	451,25
Base (4x4)	m ²	16	80,58	1.289,28
			Subtotal	2.599,95
			Total piscina	14.480,49

Fuente: Investigación con Ingenieros Civiles de la localidad.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Además de las dos piscinas para el disfrute de niños y adultos que son miembros de las familias de turistas que acuden a La Troncal en busca de sano esparcimiento, se realizarán otras actividades como es el caso de las cabalgatas, ciclismo, caminata y yoga.

Las principales maquinarias y equipos que requerirá el plan de negocios de las cabañas eco-turísticas, están relacionadas con las piscinas y las habitaciones, es decir, un máximo de 165 personas para la comida (cocina, refrigeradora, congeladora, mesas y sillas) y las piscinas (bombas) y un máximo de 12 camas para las habitaciones (8 sencillas y 2

familiares, estas últimas requieren 2 camas), 10 cajoneras (una por cada habitación) son las siguientes:

Tabla 50. Maquinarias y equipos.

Maquinarias y equipos	Cantidad
Bomba de 1,5 HP	1
Bomba de 1 HP	1
Cocina a gas	2
Fogón	2
Cilindro de gas (45 Kg.)	3
Congelador Industrial	1
Congelador vertical	1
Refrigeradora	1
Camas	12
Cajoneras	12
Computadoras	6
Mesas acero inoxidable	15
Sillas acero inoxidable	60
Mesas plásticas	50
Sillas plásticas	150
Escritorio	4
Sillas para escritorio	8
Mesa de billar	1
Futbolín	2
Bicicletas	20
Caballos	2
Pelotas de indor-fútbol y básquet	10
Quiosco	1
Vajilla y menaje (juegos de 24 unidades)	8

Fuente: Investigación con Ingenieros Civiles de la localidad.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Debido a que el plan de negocios debe conservar la mayor cantidad de activos de tipo natural, no se contempla un carro en su organización, aunque si se requerirá un parqueadero en su infraestructura, para abastecer las necesidades de los turistas que llegan hasta las cabañas ecológicas en vehículos propios.

CAPÍTULO IV

4. Estudio Financiero y Evaluación Económica

El estudio económico trata acerca de la determinación de las inversiones que se realizarán para la puesta en marcha del proyecto. A su vez, la inversión total está clasificada en inversión fija y el capital de operación anual.

4.1 Inversión.

La inversión en activos fijos, está representada por aquellos recursos que superan la vida útil de 1 año, y que se deprecian., como se presenta en el cuadro:

Tabla 51. Inversión fija.

Descripción	Valor Total (\$)	%
Maquinarias y equipos	50.823,79	49,44
Terrenos y construcciones	44.736,00	43,52
Equipos y muebles de oficina	2.973,00	2,89
Otros activos	4.271,19	4,15
Totales	102.803,98	100

Fuente: Cuentas de la inversión fija.
Elaborado por: La Autora, 2016.

El monto de la inversión fija asciende a la suma de **\$102.803,98**.

4.1.1 Terrenos y construcciones.

El rubro de los terrenos y construcción es una cuenta que conforma el activo fijo de la empresa.

Tabla 52. Terrenos y construcciones

Descripción	Cantidad	Unidades	V. Unitario (\$)	V. Total (\$)
Terrenos (30 x 20 mt)	600	m ²	12,00	7.200,00
Paneles solares	5		500,00	2.500,00
Cabañas ECO 2	8	Unidades	2.676,00	21.408,00
Cabañas ECO 4	2	Unidades	4.414,00	8.828,00
Cerramientos	100	m	48,00	4.800,00
Total Terrenos y Construcciones (\$)				44.736,00

Fuente: Cuentas de la inversión fija.
Elaborado por: La Autora, 2016.

El rubro de la cuenta de Terrenos y Construcciones asciende a \$44.736,00.

4.1.2 Maquinarias y equipos.

Equipos para la producción. –Los equipos y maquinarias utilizados en el proyecto, en esta cuenta se registra los costos incurridos por la adquisición y montaje de estos equipos.

Tabla 53. Equipos para la producción.

Denominación	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Piscina grande (12x6x1,20)	1	11.880,54	11.880,54
Piscina pequeña (4x4x0,70)	1	2.599,95	2.599,95
Bomba de 1,5 HP	1	505,00	505,00
Bomba de 1 HP	1	360,00	360,00
Cocina de inducción	2	480,00	960,00
Fogón	2	120,00	240,00
Cilindro de gas (45 Kg.)	3	90,00	270,00
Licuada	1	115,00	115,00
Tablas de picar	4	35,00	140,00
Ollas arroceras	2	108,00	216,00
Ollas	2	88,00	176,00
Congelador Industrial	1	1.010,00	1.010,00
Congelador vertical	1	880,00	880,00
Refrigeradora	1	780,00	780,00
Camas	12	240,00	2.880,00
Mesas acero inoxidable	15	65,00	975,00
Sillas acero inoxidable	60	35,00	2.100,00
Mesas plásticas	50	30,00	1.500,00
Sillas plásticas	150	11,00	1.650,00
Parasoles	20	9,00	180,00
Mesa de billar	1	440,00	440,00
Futbolín	2	225,00	450,00
Bicicletas	15	250,00	3.750,00
Caballos	2	500,00	1.000,00
Pelotas de indor fútbol y básquet	8	9,00	72,00
Quiosco	1	310,00	310,00
Total de equipo de la producción (\$)			35.439,49

Fuente: Investigación en diferentes locales comerciales

Elaborado por: La Autora, 2016.

El rubro correspondiente a los equipos de la producción asciende a la cantidad de **\$35.439,49**.

Equipos auxiliares. – Se refieren a los equipos e instrumentos necesarios para las actividades complementarias al proceso productivo, como por ejemplo, el control de la materia prima, productos en proceso y producto terminado y la prevención de riesgos.

En el siguiente cuadro se presenta el rubro de los equipos auxiliares del presupuesto.

Tabla 54. Equipos auxiliares.

Denominación	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Furgoneta	1	13.000,00	13.000,00
Vajilla y menaje (juegos de 24 unidades)	1	250,00	250,00
Caja de Herramientas	8	35,00	280,00
Extintores PQS 10 lbs	4	52,00	208,00
Cajetín para extintores	4	25,00	100,00
Lámpara de emergencia	3	22,00	66,00
Total equipo auxiliar (\$)			13.904,00

Fuente: Investigación en diferentes locales comerciales
Elaborado por: La Autora, 2016

La cuenta correspondiente a los equipos auxiliares, asciende a la cantidad de **\$13.904,00**, de acuerdo al presupuesto. La suma de los rubros correspondientes a los equipos de la producción y equipos auxiliares, conforma la cuenta de Maquinarias y Equipos, dando como resultado la siguiente cifra:

Tabla 55. Equipos y maquinarias.

Denominación	Valor Total (\$)
Equipo de la producción	35.439,49
Equipo auxiliar	13.904,00
Subtotal (equipos y maquinarias)	49.343,49
Gastos de instalación y montaje (3%)	1.480,30
Total equipos y maquinarias	50.823,79

Fuente: Cuadros de equipos de la producción y equipos auxiliares.
Elaborado por: La Autora, 2016

El rubro equipos y maquinarias asciende a la cantidad de **\$50.823,79**.

4.1.3 Otros activos.

Se entiende por el rubro de "Otros activos" a los intangibles y a los equipos de oficina. Los activos intangibles, son aquellos costos de permisos, gastos de constitución y de investigación, que se realizan al inicio del proyecto, pero que no será necesario realizarlo posteriormente.

Tabla 56. Otros activos (intangibles).

Descripción	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Software (Licencia para Windows, Office)	1	780,00	780,00
Gastos de constitución de la sociedad	1	350,00	350,00
G. Puesta en marcha (5% costo maquinaria)			2.541,19
Costo estudio	1	300,00	300,00
Gastos de investigación	1	300,00	300,00
Total otros activos			4.271,19

Fuente: Cuadros de Maquinarias y equipos.

Elaborado por: La Autora, 2016

El rubro de activos intangibles, asciende a la cantidad de **\$4.271,19**.

4.1.4 Equipos de oficina.

Se refiere a los costos de los equipos y mobiliario de oficina, que se requieren en la sección administrativa, los cuales se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 57. Equipos y muebles de oficina.

Denominación	Cantidad	V. Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Escritorio Gerencial de 120 x 60	3	125,00	3.900,00
Archivador	2	104,00	616,00
Sillas gemas color azul	6	71,00	580,00
Equipo de computación	3	590,00	280,00
Línea Telefónica	1	140,00	240,00
Teléfono	3	18,00	80,00
Total eq. y muebles de oficina (\$)			2.973,00

Fuente: Investigación en diferentes locales comerciales

Elaborado por: La Autora, 2016

La cuenta equipos y muebles de oficina asciende a la cantidad de **\$2.973,00**.

4.2 Presupuesto de gastos.

El capital de operación agrupa todos los costos percederos, es decir, los gastos que deben desembolsarse semanalmente, mensualmente, trimestralmente, o sea, en periodos menores a 1 año, sin que requieran ser depreciados, entre ellos se citan, los materiales directos, la mano de obra directa, la carga fabril, los costos administrativos y de ventas.

Tabla 58. Capital de operación anual.

Descripción	Valor Anual (\$)	%	Valor quincenal (\$)
Materiales directos	18.928,00	18,08	788,67
Gastos administrativos	25.672,16	24,52	1.069,67
Mano de obra directa	20.689,68	19,76	862,07
Gastos indirectos	26.972,69	25,76	1.123,86
Gastos de ventas	12.430,13	11,87	517,92
Totales	104.692,65	100,00	4.362,19

Fuente: Rubros del capital de operación.
Elaborado por: La Autora, 2016

El capital de operación anual asciende a \$104.692,65 y el quincenal a \$4.362,19 clasificado de la siguiente manera: el 18,08% a materiales directos, el 24,52% a mano de obra directa, el 19,76% concierne a los gastos indirectos, el 25,76% se relaciona con los costos administrativos y el 11,87% pertenece a los costos de ventas.

4.2.1 Materiales directos.

Los materiales directos son aquellos que forman parte de la composición del servicio como son la alimentación, piqueos y platos a la carta tomando en consideración un programa de producción de 2.184 turistas y 3.980 visitantes, como se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla 59. Materiales directos.

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario (\$)	Valor Total (\$)
Almuerzo	Unidad	6.164	0,94	5.824,00
Piqueos	Unidad	6.164	0,71	4.368,00
Plato a la carta	Unidad	6.164	1,42	8.736,00
Total				18.928,00

Fuente: Investigación de mercado.
Elaborado por: La Autora, 2016

El rubro de materiales directos, asciende a la cantidad de \$18.928,00.

4.2.2 Mano de obra directa.

Está representado por los sueldos del recurso humano que trabajará directamente en la producción de las sillas metálicas. En el capítulo III, numerales 3.8, 3.8.1, 3.8.2 y 3.8.3, se detalló las funciones de cada uno de los operadores de planta. En el siguiente cuadro se detallan los costos de este rubro.

Tabla 60. Mano de obra directa.

Descripción	Salario Básico un. (\$)	Decimo Tercero (\$)	Decimo Cuarto (\$)	Vacaciones (\$)	Fondos de Reserva (\$)	IESS (\$)	SECAP IECE (\$)
Chef	510,00	42,50	29,50	21,25	42,50	56,87	5,10
Camarero	355,00	29,58	29,50	14,79	29,58	39,58	3,55
Instructor de yoga	380,00	31,67	29,50	15,83	31,67	42,37	3,80
Guía turístico	430,00	35,83	29,50	17,92	35,83	47,95	4,30

Descripción	Pago por Colaborador (\$)	Cantidad Operadores	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
Chef	707,72	1	707,72	8.492,58
Camarero	501,59	2	1.003,18	12.038,18
Instructor de yoga	534,84	1	534,84	6.418,04
Guía turístico	601,33	1	601,33	7.215,94
TOTAL				25.672,16

Fuente: Tabla de Sueldos y Salarios.
Elaborado por: La Autora, 2016

El rubro de mano de obra directa asciende a la cantidad de **\$25.672,16**.

4.2.3 Gastos indirectos.

Está representado por los gastos indirectos del proyecto. Las cuentas que conforman esta cuenta son las siguientes: materiales indirectos y los costos indirectos de fabricación (depreciaciones, mantenimiento, seguros, suministros e insumos).

Materiales indirectos. – Los materiales indirectos, son aquellos que no forman parte del producto final que es comercializado al cliente, pero que son indispensables para la presentación del mismo.

En el siguiente cuadro se detalla las cuentas que conforman el rubro materiales indirectos:

Tabla 61. Materiales indirectos.

Detalle	Unidad	Cantidad Unidades	Costo Unitario (\$)	Valor Anual (\$)
Servilletas	Cientos	54	14,00	756,00
Platos y cucharas desechables	Cientos	54	22,00	1.188,00
Jabones	Docenas	447	3,00	1.341,00
Shampoo	Docenas	447	2,00	894,00
Toallas	Docenas	45	9,00	405,00
TOTAL				\$4.584,00

Fuente: Cotización en diferentes locales comerciales.

Elaborado por: La Autora, 2016

El rubro de materiales indirectos asciende a la cantidad de **\$4.584,00**.

Otros rubros. – Otras cuentas que forman la inversión fija son las depreciaciones, seguros, reparaciones y mantenimiento, cada una de estas cuentas se obtiene a través de la inversión fija. Se ha utilizado el método de depreciación lineal para obtener la depreciación del costo de los activos:

$$\text{Depreciación anual} = \frac{\text{Costo de activos} - \text{Valor de salvamento}}{\text{Vida útil}}$$

Tabla 62. Depreciaciones, Seguros, Reparación Y Mantenimiento.

Activos	Costos (\$)	V. Util Años	Valor Residual (\$)	Depreciación Anual (\$)	%	Reparación Manten. (\$)	Seguros 5% (\$)
Maquinarias	37.823,79	10	3.782,38	3.404,14	8	3.025,90	2.326,67
Construcción	35.036,00	20	8.759,00	1.313,85			
Vehículo	13.000,00	5	2.600,00	2.080,00	8	1.040,00	945,00
P. en marcha	2.541,19	5	508,24	406,59			
TOTAL				7.204,58		4.065,90	2.541,19

Fuente: Inversión fija.

Elaborado por: La Autora, 2016

Las cuentas de depreciaciones ascienden a la cantidad de **\$7.204,58**, mientras que los seguros a la cantidad de **\$2.541,19**, la reparación y mantenimiento, ascienden a la suma de **\$4.065,90**.

Suministros de operación. – Forman parte de la carga fabril, los suministros de fabricación que se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 63. Suministros de operación.

Suministros	Cantidad	Unidad	Costo Unitario (\$)	Valor Anual (\$)
Suministros de operación				
Gas	48	Kg.	30,00	1.440,00
Combustible	250	Galones	1,76	440,00
Agua	600	m ³	0,25	150,00
Otros Suministros				
Cloro líquido	6	Galón	5,00	30,00
Botiquín y remedios	1	Unidad	40,00	40,00
Trapeadores	3	Unidad	3,00	9,00
Escobas	5	Unidad	2,60	13,00
Guantes	6	Paquete	5,00	30,00
Mascarillas desechables	10	Paquete	2,50	25,00
Gorros	6	Paquete	2,50	15,00
Mandiles	6	Unidad	5,00	30,00
Botas de caucho	6	Pares	12,00	72,00
Total				2.294,00

Fuente: Inversión fija.

Elaborado por: La Autora, 2016

La cuenta Suministros de operación asciende a \$2.294,00.

Resumen de Gastos indirectos. – La suma de los rubros de los gastos indirectos: materiales indirectos, depreciaciones, seguros, suministros de fabricación, reparación y mantenimiento, es el monto de estos gastos, se presenta en el siguiente cuadro.

Tabla 64. Gastos indirectos.

Descripción	Valor Total (\$)	%
Mano de Obra Indirecta	0,00	35,03
Materiales Indirectos	4.584,00	25,03
Depreciación	7.204,58	18,53
Reparación y Mantenimiento	4.065,90	12,51
Seguros	2.541,19	8,90
Suministros	2.294,00	11,09
Totales	20.689,68	100,00

Fuente: Cuentas de la carga fabril.

Elaborado por: La Autora, 2016

El rubro de los gastos indirectos asciende a la cantidad de **\$20.689,68**, de los cuales el 18,53% represente los materiales indirectos, el 35,03% a la depreciaciones, el 12,51% por concepto de seguros, y el 25,03% por el rubro reparación y mantenimiento, mientras que los suministros de fabricación representan el 8,90%.

4.2.4 Gastos administrativos.

Se refieren a los rubros de sueldos del personal administrativo y los gastos generales.

Sueldos al personal administrativo. – Se refieren a las remuneraciones que percibirá el personal que realiza labores administrativas, entre las que se mencionan al Gerente General y a la Secretaria. En el siguiente cuadro se presenta el detalle de dichos costos.

Tabla 65. Sueldos al personal administrativo.

Descripción	Salario Bás. Un. (\$)	Décim o Tercer o (\$)	Vacaciones (\$)	Fondo de Reserva (\$)	IESS (\$)	SECAP IECE (\$)
Gerente General	715,00	59,58	29,79	59,58	79,72	7,15
Secretaria – Recepcionista	375,00	31,25	15,63	31,25	41,81	3,75
Personal limpieza	355,00	29,58	14,79	29,58	39,58	3,55
TOTAL						

Concepto	Pago Por Colaborador (\$)	Cantidad Colaboradores	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
Gerente General	980,33	1	980,33	11.763,97
Secretaria – Recepcionista	528,19	1	528,19	6.338,25
Personal limpieza	501,59	1	501,59	6.019,09
Total				24.121,31

Fuente: Tabla de Sueldos y Salarios.
Elaborado por: La Autora, 2016

El rubro de sueldos del personal administrativo asciende a **\$24.121,31**.

Gastos generales. – Se refieren a los egresos percederos del área administrativa, entre las que se mencionan los costos de las depreciaciones de los equipos y mobiliario de oficina, el servicio de contaduría y los suministros de oficina.

Tabla 66. Gastos generales.

Activos	Costos (\$)	V. Util Años	Valor Residual (\$)	Valor a Depreciar (\$)	Depreciación Anual (\$)
Depreciación Muebles Oficina	2.973,00	5	594,60	2.378,40	475,68
Constitución de la sociedad	1.730,00	10	173,00	1.557,00	155,70
Servicios de Contaduría	85,00				1.020,00
Planilla telefónica e Internet	70,00				840,00
S. De oficina	30,00				360,00
Total					2.851,38

Fuente: Cuadro de Otros Activos.

Elaborado por: La Autora, 2016

El rubro gastos generales asciende a la cantidad de \$2.851,38.

Resumen de Gastos Administrativos. – Cuando se suman los sueldos del personal administrativo más los gastos generales, se obtiene el monto de los costos administrativos, cuyo detalle es presentado en el siguiente cuadro:

Tabla 67. Gastos administrativos.

Descripción	Valor Total (\$)	%
Gastos Generales	2.851,38	10,57
Personal Administrativo	24.121,31	89,43
Totales	26.972,69	100,00

Fuente: Cuadros de sueldos administrativos y gastos generales.

Elaborado por: La Autora, 2016

El rubro de gastos administrativos asciende al monto de **\$26.972,69**, de los cuales el 11,33% corresponde a los gastos generales y el 88,67% pertenece a los sueldos del personal administrativo.

4.2.5 Gastos de ventas.

Los gastos de ventas, son una cuenta contable que se refiere a los rubros de sueldos del personal de ventas y los gastos por concepto.

Sueldos al personal de ventas. – Se refieren a las remuneraciones que percibirá el personal del área de Ventas, es decir, el vendedor de la organización.

Tabla 68. Sueldos al personal de ventas.

Descripción	Salario Básico un. (\$)	Decimo Tercero (\$)	Decimo Cuarto (\$)	Vacaciones (\$)	Fondo de Reserva (\$)	IESS (\$)	SECAP IECE (\$)
Marketing y Publicidad	475,00	39,58	29,50	19,79	39,58	52,96	4,75

Concepto	Pago por Colaborador (\$)	Cantidad Vendedor	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
Vendedor	661,17	1	661,17	7.934,05
TOTAL				7.934,05

Fuente: Tabla de Sueldos y Salarios.

Elaborado por: La Autora, 2016

El rubro de sueldos del personal de ventas asciende a la cantidad de **\$7.934,05**.

Gastos publicitarios. – Son los gastos de la publicidad, promociones y otros vehículos relacionados con la difusión del producto en el mercado. En lo relacionado a los gastos publicitarios, estos se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 69. Gastos por concepto de publicidad y promoción.

Descripción	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Anual (\$)
Publicidad radio	48	15,00	720,00
Letreros	2		440,00
Promociones		220,00	784,08
Prensa escrito	36	10,00	1.872,00
Mensajería celular	12	220,00	120,00
Folletería	1.000	0,40	400,00
Trípticos	8.000	0,02	160,00
Total			4.496,08

Fuente: Investigación en medios de comunicación.

Elaborado por: La Autora, 2016

Los gastos por concepto de publicidad y promoción ascienden a la cantidad de **\$4.496,08**.

Resumen de Gastos de Ventas. – Los gastos de ventas están representados por la suma de los rubros sueldos al personal de ventas y gastos por concepto de publicidad y promoción, los cuales se detallan en el siguiente cuadro.

Tabla 70. Gastos de ventas.

Descripción	Valor Total (\$)	%
Publicidad, promoción y distribución	4.496,08	36,17
Personal de ventas	7.934,05	63,83
Totales	12.430,13	100,00

Fuente: Cuadros de sueldo a vendedor y costos publicitarios.

Elaborado por: La Autora, 2016

El rubro gastos de ventas asciende a la cantidad de **\$12.430,13**, de los cuales el 31,35% corresponde a los gastos por concepto de publicidad y promoción y el 68,65% al rubro sueldos del personal de ventas.

4.2.6 Inversión total.

El rubro del presupuesto de la inversión total se refiere a la suma de las cuentas, inversión fija y capital de operaciones.

Tabla 71. Inversión total.

Descripción	Valor Total (\$)	%
Inversión fija	102.803,98	96
Capital de operaciones	4.362,19	4
Totales	107.166,18	100
Capital propio	45.483,79	
Financiamiento	61.682,39	(60 IF)

Fuente: Capital de operación e Inversión fija.

Elaborado por: La Autora, 2016

La cuenta contable de la inversión total asciende al monto de \$107.166,18 perteneciendo a la inversión fija \$102.803,98 (96%) y a los costos de operación \$4.362,19 (4%).

4.2.7 Financiamiento

Para financiar el proyecto, se acogerá el sistema de conformación de una sociedad de responsabilidad limitada, el 60% de la inversión inicial requerida, correspondiente a \$61.682,39, será financiada mediante aportaciones de los socios, en proporciones iguales.

El proyecto requiere del financiamiento de \$61.682,39 para iniciar las operaciones productivas, por el cual se pagará un interés anual del 10,5% anual, pagadero con 12

dividendos trimestrales, es decir, en un plazo de 3 años. Los datos del crédito requerido son los siguientes:

$$\text{Pago} = \frac{C \times i}{1 - (1 + i)^{-n}} = \frac{\$61.682,39 \times 0,88\%}{1 - (1 + 0,88\%)^{-10}}$$

Pago = \$2.004,83

A continuación se presenta el cuadro de Amortización del crédito financiado:

Tabla 72. Amortización del crédito financiado.

n	FECHA	C (\$)	i 0,88% (\$)	P (\$)	(C+i)-P (\$)	Deuda pagada fin del trimestre (\$)
0	28/12/2014	61.682,39				
1	28/01/2015	61.682,39	539,72	2.004,83	60.217,28	1.465,11
2	28/02/2015	60.217,28	526,90	2.004,83	58.739,36	2.943,03
3	28/03/2015	58.739,36	513,97	2.004,83	57.248,50	4.433,89
4	28/04/2015	57.248,50	500,92	2.004,83	55.744,59	5.937,80
5	28/05/2015	55.744,59	487,77	2.004,83	54.227,53	7.454,86
6	28/06/2015	54.227,53	474,49	2.004,83	52.697,19	8.985,20
7	28/07/2015	52.697,19	461,10	2.004,83	51.153,46	10.528,93
8	28/08/2015	51.153,46	447,59	2.004,83	49.596,23	12.086,16
9	28/09/2015	49.596,23	433,97	2.004,83	48.025,37	13.657,02
10	28/10/2015	48.025,37	420,22	2.004,83	46.440,76	15.241,63
11	28/11/2015	46.440,76	406,36	2.004,83	44.842,29	16.840,10
12	28/12/2015	44.842,29	392,37	2.004,83	43.229,83	18.452,56
13	28/01/2016	43.229,83	378,26	2.004,83	41.603,26	20.079,13
14	28/02/2016	41.603,26	364,03	2.004,83	39.962,46	21.719,93
15	28/03/2016	39.962,46	349,67	2.004,83	38.307,31	23.375,08
16	28/04/2016	38.307,31	335,19	2.004,83	36.637,67	25.044,72
17	28/05/2016	36.637,67	320,58	2.004,83	34.953,42	26.728,97
18	28/06/2016	34.953,42	305,84	2.004,83	33.254,43	28.427,96
19	28/07/2016	33.254,43	290,98	2.004,83	31.540,58	30.141,81
20	28/08/2016	31.540,58	275,98	2.004,83	29.811,73	31.870,66
21	28/09/2016	29.811,73	260,85	2.004,83	28.067,76	33.614,63
22	28/10/2016	28.067,76	245,59	2.004,83	26.308,52	35.373,87
23	28/11/2016	26.308,52	230,20	2.004,83	24.533,89	37.148,50
24	28/12/2016	24.533,89	214,67	2.004,83	22.743,73	38.938,66
25	28/01/2017	22.743,73	199,01	2.004,83	20.937,91	40.744,48
26	28/02/2017	20.937,91	183,21	2.004,83	19.116,29	42.566,10
27	28/03/2017	19.116,29	167,27	2.004,83	17.278,73	44.403,66
28	28/04/2017	17.278,73	151,19	2.004,83	15.425,09	46.257,30
29	28/05/2017	15.425,09	134,97	2.004,83	13.555,23	48.127,16
30	28/06/2017	13.555,23	118,61	2.004,83	11.669,01	50.013,38
31	28/07/2017	11.669,01	102,10	2.004,83	9.766,29	51.916,10
32	28/08/2017	9.766,29	85,46	2.004,83	7.846,91	53.835,48
33	28/09/2017	7.846,91	68,66	2.004,83	5.910,75	55.771,64
34	28/10/2017	5.910,75	51,72	2.004,83	3.957,64	57.724,75
35	28/11/2017	3.957,64	34,63	2.004,83	1.987,44	59.694,95
36	28/12/2017	1.987,44	17,39	2.004,83	0,00	61.682,39
TOTALES			10.491,43	72.173,82		

Fuente: Crédito requerido.

Elaborado por: La Autora, 2016

De acuerdo al cuadro la empresa adquiere un pasivo corriente por la cantidad de **\$72.173,82** durante los tres años de pagos a la entidad bancaria, cuyo desglose anual de pago de intereses es el siguiente:

Tabla 73. Cuadro de intereses anuales que se debe abonar.

Periodo	Interés anual (\$)	%
1	5.605,38	52,37
2	3.571,85	33,97
3	1.314,21	13,66
Total	10.491,43	100,00

Fuente: Cuadro de amortización del crédito requerido.

Elaborado por: La Autora, 2016

En el primer año se debe abonar, por concepto de intereses, la cantidad de \$5.605,38(52,37%), y en el segundo año la suma de \$3.571,85 (33,97%).

4.3 Presupuesto de ingresos / Proyecciones de ventas.

Los ingresos por ventas se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 74. Ingreso por ventas primer año.

Descripción	Cant de visitantes locales	Precio (\$)	Ingresos visitantes locales (\$)	Cant de turistas nacionales	Precio (\$)	Ingresos turistas nacionales (\$)	Cant de turistas extranjeros	Precio (\$)	Ingresos turistas extranjeros (\$)	Valor total (\$)
Alojamiento (habitaciones dobles)				814	22,00	17.908,00	122	35,00	4.270,00	22.178,00
Alojamiento (habitaciones simples)				1.085	14,99	16.260,10	163	25,96	4.231,73	20.491,83
Alimentación	3.980	6,14	24.439,52	1.899	8,21	15.598,93	285	10,74	3.060,10	43.098,55
Ciclismo de montaña	992	10,54	10.459,42	511	10,69	5.464,47	44	12,12	533,08	16.456,96
Cabalgatas	359	11,30	4.056,60	157	11,77	1.847,12	51	17,02	867,98	6.771,71
Actividad de recreación	1.457	9,05	13.188,36	736	9,53	7.011,21	25	12,37	309,29	20.508,87
Otros (aviturismo, natación, etc.)	950	8,15	7.742,37	422	8,28	3.495,41	99	13,65	1.351,73	12.589,52
Senderismo	222	4,40	976,03	73	4,92	358,98	66	9,42	621,92	1.956,94
Total			60.862,31			67.944,22			15.245,83	144.052,37

Fuente: Cuadro de amortización del crédito requerido.

Elaborado por: La Autora, 2016

En el primer año de la implementación del proyecto se espera obtener un ingreso por ventas de \$144.052,37. El resumen de los ingresos por ventas en los siguientes cinco años de creación del sitio turístico se presenta en el siguiente cuadro:

Tabla 75. Ingreso por ventas.

Años	Ingresos esperados (\$)	% de incremento
1	144.052,37	
2	151.241,80	4,99
3	158.629,10	4,88
4	166.148,32	4,74
5	173.931,36	4,68

Fuente: Cuadro de amortización del crédito requerido.

Elaborado por: La Autora, 2016

En el primer año de implementación del proyecto, se percibirán **\$144.052,37** por concepto de ingresos obtenidos con la implementación del sitio turístico.

4.4 Balance General.

En el siguiente cuadro se presenta el detalle del balance general proyectado del proyecto presente.

Tabla 76. Balance General Proyectado.

Cuentas	Montos por cada periodo anual					
	2012 (\$)	2013 (\$)	2014 (\$)	2015 (\$)	2016 (\$)	2017 (\$)
Activos	124.359,02	138.078,09	133.772,16	129.670,57	125.008,52	119.590,64
Activo corriente	21.555,03	43.110,07	46.640,10	50.374,47	53.548,39	55.966,47
Caja - Bancos	21.555,03	21.555,03	25.085,06	28.819,43	31.993,35	34.411,43
Inventarios		21.555,03	21.555,03	21.555,03	21.555,03	21.555,03
Activos fijos y diferidos	102.803,98	94.968,02	87.132,06	79.296,10	71.460,14	63.624,18
Muebles de oficina	2.973,00	2.973,00	2.973,00	2.973,00	2.973,00	2.973,00
Depreciación acumulada		-475,68	-951,36	-1.427,04	-1.902,72	-2.378,40
Activos intangibles	4.271,19	4.271,19	4.271,19	4.271,19	4.271,19	4.271,19
Depreciación acumulada		-562,29	-1.124,58	-1.686,87	-2.249,16	-2.811,45
Terrenos y construcciones	44.736,00	44.736,00	44.736,00	44.736,00	44.736,00	44.736,00
Depreciación acumulada		-1.313,85	-2.627,70	-3.941,55	-5.255,40	-6.569,25
Maquinarias y equipos	37.823,79	37.823,79	37.823,79	37.823,79	37.823,79	37.823,79
Depreciación acumulada		-3.404,14	-6.808,28	-10.212,42	-13.616,57	-17.020,71
Vehículos	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00
Depreciación acumulada		-2.080,00	-4.160,00	-6.240,00	-8.320,00	-10.400,00
Pasivos	72.173,82	48.115,88	24.057,94	0,00	0,00	0,00
Obligación bancaria	61.682,39	43.229,83	22.743,73	0,00		
Intereses por pagar	10.491,43	4.886,05	1.314,21	0,00		
Patrimonio	52.185,20	89.962,21	109.714,22	129.670,57	125.008,52	119.590,64
Capital Social	52.185,20	89.962,21	109.714,22	129.670,57	125.008,52	119.590,64
Total Pasivo + Patrimonio	124.359,02	138.078,09	133.772,16	129.670,57	125.008,52	119.590,64

Fuente: Cuadro de amortización del crédito requerido.

Elaborado por: La Autora, 2016.

4.5 Estado de Resultados Proyectado.

Se constituye en uno de los estados financieros de mayor importancia para conocer la situación financiera de la futura empresa y evaluar la inversión del proyecto.

Tabla 77. Estado de Resultados Proyectado.

Descripción	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	\$144.052,37	\$151.241,80	\$158.629,10	\$166.148,32	\$173.931,36	\$173.931,36	\$173.931,36	\$173.931,36	\$173.931,36	\$173.931,36
Costos										
(-) Costos de producción	\$66.225,84	\$68.727,25	\$71.297,52	\$73.913,68	\$76.621,64	\$76.621,64	\$76.621,64	\$76.621,64	\$76.621,64	\$76.621,64
(-) Materiales Directos	\$18.928,00	\$19.872,67	\$20.843,33	\$21.831,33	\$22.854,00	\$22.854,00	\$22.854,00	\$22.854,00	\$22.854,00	\$22.854,00
(-) Mano de Obra Directa	\$25.672,16	\$26.953,42	\$28.269,94	\$29.609,97	\$30.997,02	\$30.997,02	\$30.997,02	\$30.997,02	\$30.997,02	\$30.997,02
(-) Materiales Indirectos	\$4.584,00	\$4.812,78	\$5.047,86	\$5.287,13	\$5.534,80	\$5.534,80	\$5.534,80	\$5.534,80	\$5.534,80	\$5.534,80
(-) Mano de Obra indirecta	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(-) Costos indirectos de fabricación	\$16.105,68	\$16.105,68	\$16.105,68	\$16.105,68	\$16.105,68	\$16.105,68	\$16.105,68	\$16.105,68	\$16.105,68	\$16.105,68
(-) Transporte en compra	\$936,00	\$982,71	\$1.030,71	\$1.079,57	\$1.130,14	\$1.130,14	\$1.130,14	\$1.130,14	\$1.130,14	\$1.130,14
Utilidad bruta	\$77.826,53	\$82.514,54	\$87.331,58	\$92.234,63	\$97.309,73	\$97.309,73	\$97.309,73	\$97.309,73	\$97.309,73	\$97.309,73
Margen bruto	54,03%	54,56%	55,05%	55,51%	55,95%	55,95%	55,95%	55,95%	55,95%	55,95%
(-) Costos Administrativos	\$26.972,69	\$26.972,69	\$26.972,69	\$26.972,69	\$26.972,69	\$26.972,69	\$26.972,69	\$26.972,69	\$26.972,69	\$26.972,69
(-) Costos de Ventas	\$12.430,13	\$13.050,49	\$13.687,94	\$14.336,76	\$15.008,35	\$15.008,35	\$15.008,35	\$15.008,35	\$15.008,35	\$15.008,35
Utilidad operativa	\$38.423,72	\$42.491,36	\$46.670,95	\$50.925,18	\$55.328,69	\$55.328,69	\$55.328,69	\$55.328,69	\$55.328,69	\$55.328,69
Margen operativo	26,67%	28,09%	29,42%	30,65%	31,81%	31,81%	31,81%	31,81%	31,81%	31,81%
(-) Costos financieros	\$5.605,38	\$3.571,85	\$1.314,21							
Utilidad Líquida	\$32.818,34	\$38.919,52	\$45.356,75	\$50.925,18	\$55.328,69	\$55.328,69	\$55.328,69	\$55.328,69	\$55.328,69	\$55.328,69
Margen Neto	22,78%	25,73%	28,59%	30,65%	31,81%	31,81%	31,81%	31,81%	31,81%	31,81%
(-) Participación de trabajadores (15%)	\$4.922,75	\$5.837,93	\$6.803,51	\$7.838,78	\$8.299,30	\$8.299,30	\$8.299,30	\$8.299,30	\$8.299,30	\$8.299,30
Utilidad antes de impuestos	\$27.895,59	\$33.081,59	\$38.553,24	\$43.286,41	\$47.029,38	\$47.029,38	\$47.029,38	\$47.029,38	\$47.029,38	\$47.029,38
Margen antes de imp.	19,36%	21,87%	24,30%	26,05%	27,04%	27,04%	27,04%	27,04%	27,04%	27,04%
(-) Impuesto a la Renta (25%)	\$6.973,90	\$8.270,40	\$9.638,31	\$10.821,60	\$11.757,35	\$11.757,35	\$11.757,35	\$11.757,35	\$11.757,35	\$11.757,35
Utilidad a distribuir	\$20.921,69	\$24.811,19	\$28.914,93	\$32.464,81	\$35.272,04	\$35.272,04	\$35.272,04	\$35.272,04	\$35.272,04	\$35.272,04
Margen a distribuir	14,52%	16,40%	18,23%	19,54%	20,28%	20,28%	20,28%	20,28%	20,28%	20,28%

Fuente: Determinación de ingresos y costos.

Elaborado por: La Autora, 2016

Los márgenes presentados en el Estado de pérdidas y ganancias ponen de manifiesto la factibilidad económica del proyecto.

4.6 Cálculo del punto de equilibrio.

El punto muerto o de equilibrio representa aquella situación, en la cual las utilidades equivalen a cero, es decir, no hay pérdidas ni ganancias, por esta razón en este punto se interceptan la línea de ingresos y la línea de costos totales. Los rubros que conforman los costos fijos y costos variables son los siguientes:

Tabla 78. Determinación de costos fijos y variables.

Costos	Fijos (\$)	Variables (\$)
Materiales directos		18.928,00
Mano de obra directa		25.672,16
Materiales indirectos		4.584,00
Mano de obra indirecta	0,00	
Reparación y mantenimiento	4.065,90	
Seguros	2.541,19	
Suministros	2.294,00	
Depreciaciones	7.204,58	
Gastos administrativos	26.972,69	
Gastos de ventas		12.430,13
Gastos financieros	5.605,38	
Totales	48.683,75	61.614,29

Fuente: Capítulo IV: Capital de operación y costos financieros.
Elaborado por: La Autora, 2016

De acuerdo al cuadro que se ha elaborado, los costos fijos suman la cantidad de **\$48.683,75** y los costos variables ascienden al monto de **\$61.614,29**. En el siguiente cuadro se calcula el punto de equilibrio:

Para obtener el punto de equilibrio se debe utilizar la siguiente ecuación financiera:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Ventas} - \text{costos variables}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 2.878,82 \text{ unidades}$$

Con esta ecuación se puede determinar el porcentaje del punto de equilibrio, sin embargo, este número que multiplicado por 100 da como resultado un porcentaje del 53,68%.

El punto de equilibrio puede ser observado en la siguiente gráfica ilustrativa:

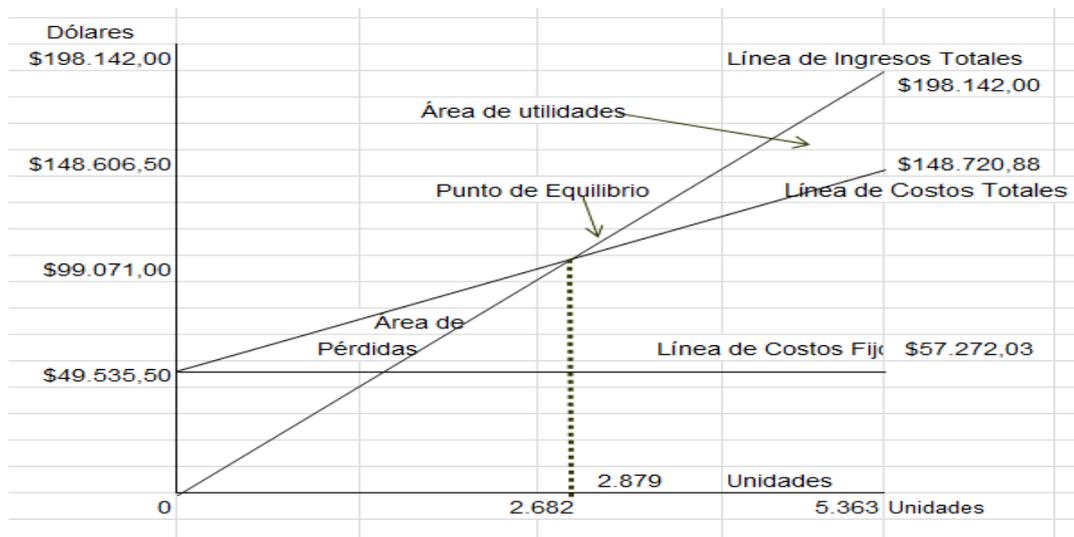


Figura 38. Gráfica del punto de equilibrio.
 Fuente: Determinación de costos fijos y variables.
 Elaborado por: La Autora, 2016

La construcción de la gráfica del punto de equilibrio, se realiza a través de un eje cruzado, en el eje de las X y de las Y, en la cual la intersección entre las líneas de ingresos y de costos totales, representa el punto de equilibrio.

4.7 Flujo de caja

El flujo de caja es un balance económico que al igual que el estado de pérdidas y ganancias considera los ingresos y los costos, en el siguiente cuadro se a elaborado el estado o balance económico de flujo de caja.

4.8 TMAR.

La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) es un indicador que indica cuál es la tasa mínima de ganancia que los inversionistas mantienen la expectativa de superar, la cual es menor al TIR, pero debe ser mayor a la tasa de descuento para que se determine su factibilidad, operando como sigue:

- $TMAR = i + f + if$

Donde: i = Premio por Riesgo y f = Tasa inflacionaria anual. Entonces, se tiene:

- $TMAR = 18\% + 4,5\% + (18\%) (4,5\%)$
- $TMAR = 0,18 + 0,045 + (0,18) (0,045)$
- $TMAR = 0,2331 = 23,31\%$

La TMAR mixta se calcula como un promedio ponderado de los costos de capital como se presenta en la siguiente operación:

$$TMAR = \frac{\text{Monto financiado}}{\text{Inversión total}} (i \text{ bancario}) + \frac{\text{Capital propio}}{\text{Inversión total}} (TMAR)$$

$$TMAR = \frac{\$61.682,39}{\$107.166,18} (10,50\%) + \frac{\$45.483,79}{\$107.166,18} (23,31\%)$$

- $TMAR = (0,5756) (0,1050) + (0,4244) (0,2331)$
- $TMAR = 0,0604356 + 0,09893$
- $TMAR = 0,1594 = 15,94\%$

La Tasa TMAR es igual a 15,94%, siendo el TIR obtenido de 31,54%, el doble de esta cifra, por lo tanto se comprueba la factibilidad del presente proyecto.

4.9 VAN.

Para la determinación del Valor Actual Neto (VAN) se ha utilizado la siguiente ecuación financiera:

$$P = \frac{F}{(1 + i)^n}$$

Dónde:

- P es el VAN.
- F son los flujos de caja anuales.
- i es la tasa de descuento del 10,50%.
- n es el número de años.

Tabla 80. Determinación del Valor Actual Neto (VAN).

Año	n	P (\$)	F (\$)	Ecuación	I (%)	P (VAN) (\$)
2009	0	107.166,18				
2010	1		28.757,65	$P = F / (1+i)^n$	10,50	26.025,03
2011	2		32.647,15	$P = F / (1+i)^n$	10,50	26.737,50
2012	3		36.750,89	$P = F / (1+i)^n$	10,50	27.238,36
2013	4		40.300,77	$P = F / (1+i)^n$	10,50	27.031,13
2014	5		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	10,50	26.166,55
2015	6		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	10,50	23.680,14
2016	7		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	10,50	21.429,99
2017	8		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	10,50	19.393,65
2018	9		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	10,50	17.550,82
2019	10		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	10,50	15.883,09
				Total		231.136,26

Fuente: Flujo de caja.

Elaborado por: La Autora 2016.

Como se puede comprobar, el criterio económico del Valor Actual Neto, VAN, es igual a \$231.136,26, es decir, la misma cifra obtenida a través de la ecuación financiera de Excel, por ser superior a la inversión inicial se pone de manifiesto la factibilidad del presente proyecto.

4.10 TIR.

Para la determinación de la Tasa Interna de Retorno se ha utilizado la siguiente ecuación financiera:

$$P = \frac{F}{(1 + i)^n}$$

Dónde:

- P es el valor de la inversión inicial.

- F son los flujos de caja anuales.
- i es la Tasa Interna de Retorno TIR que se desea comprobar **40,13%**.
- n es el número de años.

Tabla 81. Determinación de la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Año	n	P (\$)	F (\$)	Ecuación	i (TIR)(%)	P (\$)
2009	0	107.166,18				
2010	1		28.757,65	$P = F / (1+i)^n$	31,54	21.861,64
2011	2		32.647,15	$P = F / (1+i)^n$	31,54	18.867,04
2012	3		36.750,89	$P = F / (1+i)^n$	31,54	16.145,66
2013	4		40.300,77	$P = F / (1+i)^n$	31,54	13.459,55
2014	5		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	31,54	10.944,71
2015	6		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	31,54	8.320,20
2016	7		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	31,54	6.325,03
2017	8		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	31,54	4.808,31
2018	9		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	31,54	3.655,29
2019	10		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	31,54	2.778,76
				Total		107.166,18

Fuente: Flujo de caja.

Elaborado por: La Autora 2016.

Como se puede comprobar, la Tasa Interna de Retorno TIR del 31,54% produce la igualdad en la ecuación, es decir, que los valores acumulados de P en la ecuación financiera sean igual a la inversión inicial, por esta razón se manifiesta que este indicador económico es el correcto e indica su factibilidad.

4.11 Relación Beneficio Costo.

El indicador llamado coeficiente beneficio / costo es la relación entre el ingreso neto que genera el proyecto y los costos totales necesarios para su ejecución, como se puede apreciar en la siguiente ecuación:

$$\text{Coeficiente beneficio / costo} = \frac{\text{VAN}}{\text{Inversión inicial}}$$

$$\text{Coeficiente beneficio / costo} = \frac{\$231.136,26}{\$107.166,18}$$

Coeficiente beneficio / costo = 2,16

El coeficiente beneficio / costo manifiesta que por cada dólar invertido, serán generados

\$2,16 de ingresos, es decir, \$1,16 de beneficios, por esta razón se manifiesta la factibilidad de la inversión.

4.12 Análisis de Sensibilidad.

En el siguiente cuadro se presenta el análisis de sensibilidad con una reducción del 5% de los ingresos por ventas del servicio de alojamiento en cabañas ecológicas.

Tabla 82. Análisis de sensibilidad.

Descripción	Periodos anuales										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por Ventas (a)		\$106.849,75	\$143.679,71	\$160.697,64	\$157.840,90	\$165.234,90	\$165.234,90	\$165.234,90	\$165.234,90	\$165.234,90	\$165.234,90
Inversión Inicial (b)											
Inventario quincenal (capital de op											
Costos de Producción (d)		\$65.225,64	\$69.727,25	\$71.297,62	\$73.976,68	\$76.627,64	\$76.627,64	\$76.627,64	\$76.627,64	\$76.627,64	\$76.627,64
Costos Administrativos y de Ventas (e)		\$39.402,82	\$40.023,16	\$40.660,63	\$41.309,45	\$41.967,04	\$41.967,04	\$41.967,04	\$41.967,04	\$41.967,04	\$41.967,04
Costos financieros (Intereses) (f)		\$5.605,30	\$3.577,05		\$134,21						
Participación de trabajadores (g)		\$4.322,75	\$5.607,93	\$6.800,51	\$7.630,76	\$8.290,30	\$8.290,30	\$8.290,30	\$8.290,30	\$8.290,30	\$8.290,30
Impuesto a la renta (h)		\$6.973,30	\$8.270,40	\$9.690,31	\$10.821,60	\$11.757,35	\$11.757,35	\$11.757,35	\$11.757,35	\$11.757,35	\$11.757,35
Costos de Operación anuales (i) = (d) + (e) + (f)		\$123.190,68	\$126.430,61	\$129.714,17	\$133.683,51	\$138.659,33	\$138.659,33	\$138.659,33	\$138.659,33	\$138.659,33	\$138.659,33
Utilidad o Distribuir (j) = (a) - (i)		\$13.719,07	\$17.249,10	\$20.989,47	\$21.167,39	\$26.575,47	\$26.575,47	\$26.575,47	\$26.575,47	\$26.575,47	\$26.575,47
Resolución de Depreciación (k)			\$7.635,96	\$7.635,96	\$7.635,96	\$7.635,96	\$7.635,96	\$7.635,96	\$7.635,96	\$7.635,96	\$7.635,96
Flujo de Caja (l) = (j) + (k)		\$21.555,03	\$25.085,06	\$28.625,43	\$31.993,35	\$34.411,43	\$34.411,43	\$34.411,43	\$34.411,43	\$34.411,43	\$34.411,43
TIR											23,77%
VAN											\$181.937,58

Fuente: Determinación de ingresos y costos.
Elaborado por: La Autora 2016.

Del análisis efectuado se pudo observar que al reducirse los ingresos por ventas en 5%, la Tasa Interna de Retorno (TIR) cae al 23,77% mientras que el VAN es igual a \$181.937,58, es decir, que los indicadores financieros aún continúan siendo interesantes, evidenciando la factibilidad de la inversión.

4.13 Recuperación del Capital.

Para la determinación del tiempo de recuperación del capital, se ha utilizado la siguiente ecuación financiera:

$$P = \frac{F}{(1+i)^n}$$

Dónde:

- P es el VAN.
- F son los flujos de caja anuales.
- i es la tasa de descuento del 10,50%.
- n es el número de años.

Tabla 83. Determinación del Tiempo de Recuperación del Capital.

Año	n	P (\$)	F (\$)	Ecuación	I (%)	P (VAN) (\$)	P
2009	0	107.166,18					Acumulado (\$)
2010	1		28.757,65	$P = F / (1+i)^n$	10,50	26.025,03	26.025,03
2011	2		32.647,15	$P = F / (1+i)^n$	10,50	26.737,50	52.762,52
2012	3		36.750,89	$P = F / (1+i)^n$	10,50	27.238,36	80.000,89
2013	4		40.300,77	$P = F / (1+i)^n$	10,50	27.031,13	107.032,02
2014	5		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	10,50	26.166,55	133.198,57
2015	6		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	10,50	23.680,14	156.878,70
2016	7		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	10,50	21.429,99	178.308,69
2017	8		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	10,50	19.393,65	197.702,34
2018	9		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	10,50	17.550,82	215.253,16
2019	10		43.108,00	$P = F / (1+i)^n$	10,50	15.883,09	231.136,26
				Total		231.136,26	

Fuente: Flujo de caja.

Elaborado por: La Autora 2016.

Se observa que la inversión se la recuperará en 4 años, de acuerdo al análisis realizado con la ecuación financiera del valor futuro. Debido a que los activos fijos, tienen una vida útil de 10 años, entonces la inversión tiene factibilidad económica.

4.13.1 Resumen de criterios financieros.

Para determinar la factibilidad de la inversión se realiza la siguiente comparación con los indicadores obtenidos del proyecto de sillas metálicas:

- a) Si Tasa Interna de Retorno (TIR) > tasa / descuento, proyecto factible.
 - TIR: 31,54% > 10%: FACTIBLE.
- b) Si Valor Actual Neto (VAN) > Inversión Inicial, el proyecto es factible.
 - VAN: \$319.076,34 > \$140.987,03: FACTIBLE.
- c) Si Recuperación de la inversión < 10 años, el proyecto es factible.
 - Recuperación de inversión: 4 años < 10 años: FACTIBLE.
- d) Si coeficiente beneficio / costo > 1, el proyecto es factible.
 - Coeficiente beneficio / costo: 2,16 > 1, FACTIBLE.

Por este motivo el análisis de los indicadores financieros, indica la factibilidad económica del proyecto de un plan de negocios para la creación de un centro turístico en La Troncal.

CAPITULO V

5. Plan de organización

5.1 Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.

5.1.1 *Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto.*

El plan de negocios para la creación de las cabañas ecológicas en el sector de TuttiFrutti del cantón La Troncal de la provincia del Cañar, requerirá 6 personas para su operación, entre los que se citan los siguientes:

- Gerente.
- Contador (contratado, personal de staff).
- Secretaria – encargada de la recepción de la boletería.
- Chef.
- Camarero.
- Responsable del mantenimiento y limpieza de la infraestructura y activos, que también tiene labores de guardianía.
- Guía turístico, que sepa natación, ciclismo y que le guste el deporte.
- Instructor de yoga (contratado según la necesidad)
- Encargado de Marketing y Publicidad.

En el siguiente esquema se presenta el organigrama del plan de negocios para la creación de las cabañas ecológicas en esta localidad.

5.1.2 Organigrama.

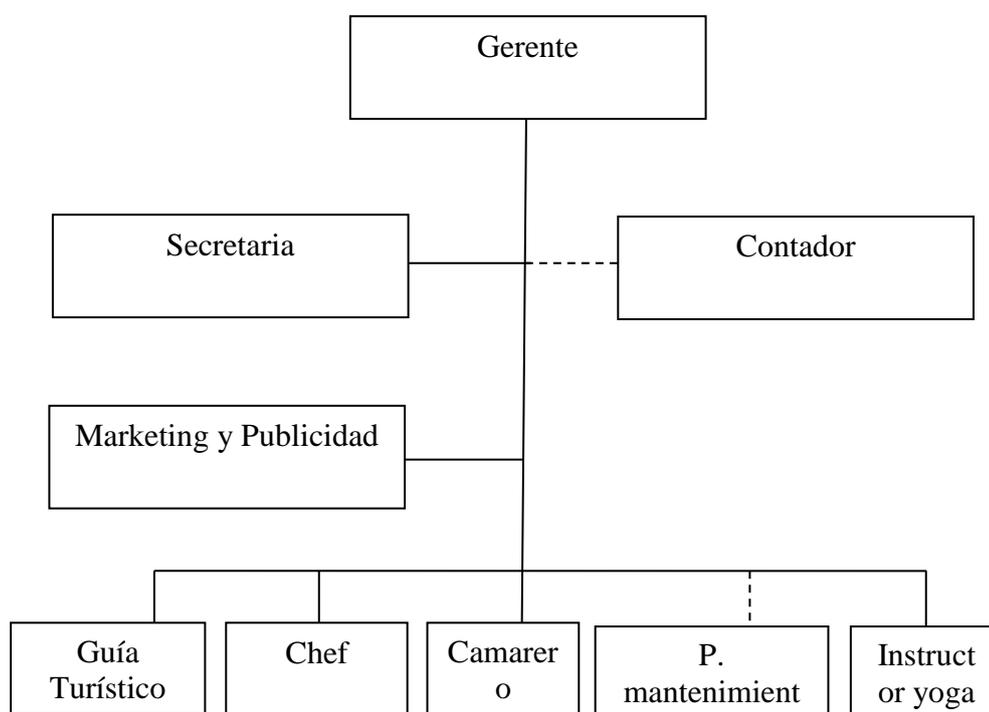


Figura 39. Organigrama del plan de negocios
Fuente: Propia.
Elaborado por: La Autora, 2016.

La estructura organizacional del plan de negocios es de tipo plana, es decir, que la fluencia de la comunicación será fluida, ágil y favorecerá el contacto directo con los clientes que decidan aceptar la propuesta turística ecológica del proyecto.

5.1.3 Funciones.

- **Gerente.** Es el representante legal de la empresa, responsable por la planificación, organización, dirección y control de la futura empresa.
- **Secretaria.** Colabora con el Gerente General, en actividades netamente administrativas.
- **Contador.** Lleva el procedimiento contable y elabora estados financieros.
- **Vendedor.** Tiene a su cargo la función de Marketing, teniendo contacto directo con los canales de distribución.
- **Guía turístico.** Orienta a los turistas en su recorrido por la localidad troncaleña.
- **Chef.** Efectúa los diversos menús para servir a los turistas.
- **Camarero.** Sirve a los clientes directamente, llevando todo lo que necesita para tomar, comer o servirse.

- **Instructor de yoga.** Efectúa el proceso de yoga para beneficio de los turistas y visitantes.
- **Personal de mantenimiento.** Tiene la función de la conservación y prevención de fallas en activos fijos.

5.2 Distribución de empresas.

5.2.1 Legal.

En el aspecto jurídico, la empresa será una compañía de responsabilidad limitada, como lo refiere el Art. 113 de la Ley de Compañías, donde los principales socios de la empresa son el Gerente, el Guía Turístico y el Vendedor, para cumplir con lo que dice la legislación vigente en esta materia en el país.

El plan de negocios adquirirá todos los permisos municipales, de las Direcciones de Turismo y de Salud, para la construcción de las cabañas ecológicas y de las piscinas, así como la adecuación de la seguridad del área donde se practicará el ecoturismo.

5.2.2 Constitucional

El proyecto se rige bajo los preceptos de los artículos 14 y 15 de la Constitución de la República, debido a que se lleva a cabo un plan de negocios de orden ecológico en el mayor porcentaje, con práctica de deportes como el ciclismo, caminatas, cabalgatas y la natación, que se realizan en escenarios naturales.

5.2.3 Ambiental

Además, se respeta la normativa del Texto Unificado de Legislación Secundaria de Medio Ambiente, por ello se reciclan todos tipos de ingredientes, suministros e insumos, que puedan causar contaminación ambiental, como es el caso de las botellas plásticas y todos los desechos orgánicos sirven para la elaboración de abonos para continuar con la forestación del lugar eco-turístico.

CAPITULO VI

6. Plan de Marketing

El Marketing es una disciplina científica que fue creada con la finalidad de que las empresas puedan satisfacer adecuadamente las necesidades de sus clientes, para que cumplan a cabalidad con la misión para las que fueron creadas.

(Kotler, 2009), considera que “el plan de marketing es una actividad sistemática, coherente, creativa, mediante la cual se pueden identificar acertadamente las oportunidades y amenazas en un determinado mercado, para cumplir con la misión organizacional”. (Pág. 120).

En el Plan de Marketing intervienen cuatro componentes de suma importancia, que son el precio, la plaza o canal de distribución, producto, promoción y publicidad, a través de cuyo análisis se describen las principales estrategias que se denominan las 4 P.

En los siguientes numerales se describen las principales estrategias relacionados con las 4 P del Marketing, que fueron citadas en el párrafo anterior, las cuales guardan plena concordancia con lo establecido en el estudio de mercado y en el estudio técnico.

6.1 Precio.

En el cuadro No. 44 se hizo referencia a los precios del servicio que ofrecerán las cabañas eco-turísticas del plan de negocios que se ubicará en el cantón La Troncal, la cual concierne al uso de la técnica del precio promedio.

De acuerdo a lo señalado en el numeral 2.5, los siguientes son los precios promedios, que serán fijados por cada uno de los servicios que ofrezca el plan de negocios, dependiendo del tipo de usuario.

Tabla 84. Precio Promedio del servicio de alimentación.

Descripción	Población La Troncal (\$)	Turistas nacionales (\$)	Turistas extranjeros (\$)
Alojamiento (habitaciones dobles)		22,00	35,00
Alojamiento (habitaciones simples)		14,99	25,96
Alimentación	6,14	8,21	10,74
Ciclismo de montaña	10,54	10,69	12,12
Cabalgatas	11,30	11,77	17,02
Actividad de recreación	9,05	9,53	12,37
Otros (aviturismo, natación, etc.)	8,15	8,28	13,65
Senderismo	4,40	4,92	9,42

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan La Troncal: Pregunta 21.
Elaborado por: La Autora, 2016.

Los visitantes locales son quienes pagarán el menor precio por concepto de los servicios turísticos que se ofrezcan en el plan de negocios, mientras que los turistas nacionales cancelarán un porcentaje adicional, pero en el caso de los extranjeros, ellos cancelarán porcentajes superiores desde el 50% hasta el 100% del precio que pagan los de nacionalidad ecuatoriana.

6.2 Plaza o comercialización.

El servicio que prestarán las cabañas eco-turísticas, se lo comercializará en un lugar fijo, debido a la inexistencia de agencias de viaje en La Troncal. Según la encuesta aplicada en la pregunta número 11 las personas se enteraron de los atractivos turísticos de La Troncal por medio de recomendaciones de familiares y amigos, pero se abre la posibilidad de realizar la promoción y venta en las Agencia de viajes de Guayaquil: Ecuador Expedition de Viaja Primero Ecuador, con islas y oficinas en los lugares de mayor afluencia turística de Guayaquil como Centros Comerciales, Malecón 2000, Centro de la ciudad. Natuaventura Eco, que también promueve el turismo ecológico dentro y fuera de Guayaquil, Agencia Tecnoviajes ubicada en el Aeropuerto José Joaquín de Olmedo para turistas nacionales o extranjeros. También se realizará preventa en los centros turísticos cercanos que no cuenten con alojamiento, se recibirán reservaciones vía telefónica y online. Además se promocionará mediante aplicaciones digitales, medios de comunicación masiva, internet y publicidad volante.

Las ventas del servicio eco-turístico y de sano esparcimiento, será realizado por una colaboradora que se encontrará en una ventanilla receptando los tickets y manejando los ingresos por ventas del mismo.

6.3 Promoción y Publicidad.

Las principales estrategias publicitarias y de promoción para la introducción al mercado turístico, serán en primer lugar la difusión en medios masivos de información, la publicidad estática y por sobre todo el uso del internet y las redes sociales como una ventana ideal para explotar los recursos naturales del cantón La Troncal. (Ver tabla No. 69).

En lo relacionado a la publicidad en medios masivos de información se identifican la radio y los principales diarios que circulan a nivel local y nacional, cuya estrategia será la difusión de los atractivos turísticos de La Troncal, para lo cual se establecerá un logotipo y un eslogan llamativo para que el turista pueda apreciarlo y motivarlo de manera acertada a acudir a sus instalaciones.

En lo relativo a la publicidad estática se cita el uso de los letreros y vallas publicitarias que deben ser ubicados en el sector turístico de La Troncal y lugares aledaños, preferiblemente a los lados de la carretera de la localidad, que conduce hacia la Costa por el norte y hacia la Sierra por el sur.

No obstante, es necesario aprovechar la gran oportunidad que representa el Internet para el negocio turístico, debido a que a través de las páginas web, los anuncios publicitarios en la web, aplicaciones o metabuscadores en internet (trivago.com, despegar.com) y las redes sociales (Facebook, Twitter y Youtube), se puede difundir el mensaje de las cabañas ecológicas en el cantón La Troncal, para captar una mayor cantidad de turistas que se movilicen hacia este lugar, para el éxito del plan de negocios.

En los casos de Facebook y Twitter, se deben crear páginas, cuyo control se realizará a través de los likes y visitas a estas páginas, así como los comentarios acerca de lo que ésta contiene, mientras que en youtube se pueden subir los videos del atractivo turístico en La Troncal, en calidad de video promocional, para contribuir con el fomento del conocimiento de las bondades naturales que ofrece este cantón a visitantes y turistas, siendo los comentarios y los likes de quienes visiten estas videos, los instrumentos para la medición del cumplimiento de los objetivos en materia publicitaria.

En el caso de las aplicaciones o metabuscadores trivago.com y despegar.com, en la actualidad es fundamental lograr una buena posición en estas web ya que el usuario no busca directamente en las páginas de las cadenas hoteleras sino que se hace mucho más

fácil y cómodo visitar los buscadores de hoteles. En estos sitios web se puede promocionar los servicios como se desee, ofertando tarifas especiales, descuentos, etc. El cliente puede dejar sus opiniones y comentarios sobre el servicio, lo que sirve de referente para futuros clientes que precisamente buscan estas opiniones para la elección. Se buscará contar con la Marca Primero Ecuador mediante el trámite requerido por el Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (Ministerio de Coordinación de Producción Empleo y Competitividad, 2016), Importante para fomentar el consumo interno y la preferencia del producto ecuatoriano.

Tabla 85. Plan anual de marketing.

Día	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1		Diano 1	Diano 2		Emisora 1				Volantes		Emisora 1	
2	Emisora 1		Cupones	Cupones	Diano 1				Tripticos	Emisora 1		
3	Diano 1		Cupones		Diano 2			Volantes	Folletos		Diano 1	
4	Diano 2		Cupones	Emisora 2	Cupones		Emisora 1	Tripticos	Volantes	Diano 1	Diano 2	Emisora 2
5	Volantes	Emisora 2	Cupones	Cupones	Cupones	Volantes		Folletos	Tripticos	Diano 2	Cupones	
6	Tripticos	Cupones	Emisora 2	Diano 2	Cupones	Tripticos	Diano 1	Volantes			Cupones	Diano 1
7	Folletos	Diano 1	Oferta 2x1	Volantes	Emisora 2	Folletos	Diano 2	Tripticos			Cupones	Diano 2
8	Volantes	Diano 2	Oferta 2x1	Tripticos	Cupones						Emisora 2	
9	Emisora 2	Cupones	Volantes	Folletos	Sorteo, 2x1				Volantes	Emisora 2	Sorteo, 2 x1	
10	Diano 1	Cupones	Tripticos	Volantes					Tripticos		Diano 1	
11	Diano 2	Cupones	Folletos	Tripticos			Emisora 2		Folletos	El Universo	Diano 2	Emisora 1
12	Volantes	Cupones	Volantes	Diano 1					Volantes	El Universo		
13	Tripticos	Emisora 1	Emisora 1	Diano 2			El Universo		Tripticos			Diano 1
14	Folletos	Diano 1	Diano 1				El Universo					Diano 2
15	Volantes	Diano 2	Diano 2			Volantes					Emisora 1	Cupones
16	Emisora 1	Volantes	Volantes			Tripticos				Emisora 1		
17	Diano 1	Tripticos	Tripticos			Folletos					Diano 1	
18	Diano 2	Folletos	Folletos	Emisora 1			Emisora 1		Volantes	Diano 1	Diano 2	Emisora 2
19	Volantes	Volantes	Volantes	Diano 1					Tripticos	Diano 2	Volantes	
20	Tripticos	Emisora 2	Emisora 2	Diano 2			Diano 1		Folletos		Tripticos	Diano 1
21	Folletos	Diano 1	Diano 1				Diano 2		Volantes		Folletos	Diano 2
22	Volantes	Diano 2	Diano 2						Tripticos		Emisora 2	Cupones
23	Emisora 2	Volantes	Volantes							Emisora 2		
24	Diano 1	Tripticos	Tripticos			Vallas	Sorteo, 2 x1				Diano 1	Sorteo, 2 x1
25	Diano 2	Folletos	Folletos	Emisora 2			Sorteo, 2 x1		Volantes	Diano 1	Diano 2	Emisora 1
26	Volantes	Volantes	Volantes	Diano 1			Emisora 2		Tripticos	Diano 2	Volantes	
27	Tripticos	Emisora 1	Emisora 1	Diano 2		Letreos	Diano 1		Folletos		Tripticos	Diano 1
28	Folletos	Diano 1	Diano 1				Diano 2		Volantes		Folletos	Diano 2
29	Volantes		Diano 2						Tripticos		Emisora 1	
30	Emisora 1											

Fuente: Propia.

Elaborado por: La Autora, 2014.

6.4 Producto.

Varias de las estrategias relacionadas con el producto corresponden a la elaboración del logotipo, eslogan de la marca, que en este caso será Huasipungo Lodge, el cual proviene como una iniciativa de la emprendedora.

Nombre: Huasipungo Lodge

Slogan: "Encanto natural"



Figura 40. Logotipo
Fuente: Propia.
Elaborado por: La Autora, 2016.

El logotipo del color verde, enfoca la naturaleza y el eslogan también evoca el amor hacia lo natural y la protección del medio ambiente, como base fundamental para el accionar del plan de negocios.

El ciclo de vida del Servicio que ofrecen las cabañas ecológicas, se presenta en el siguiente gráfico:

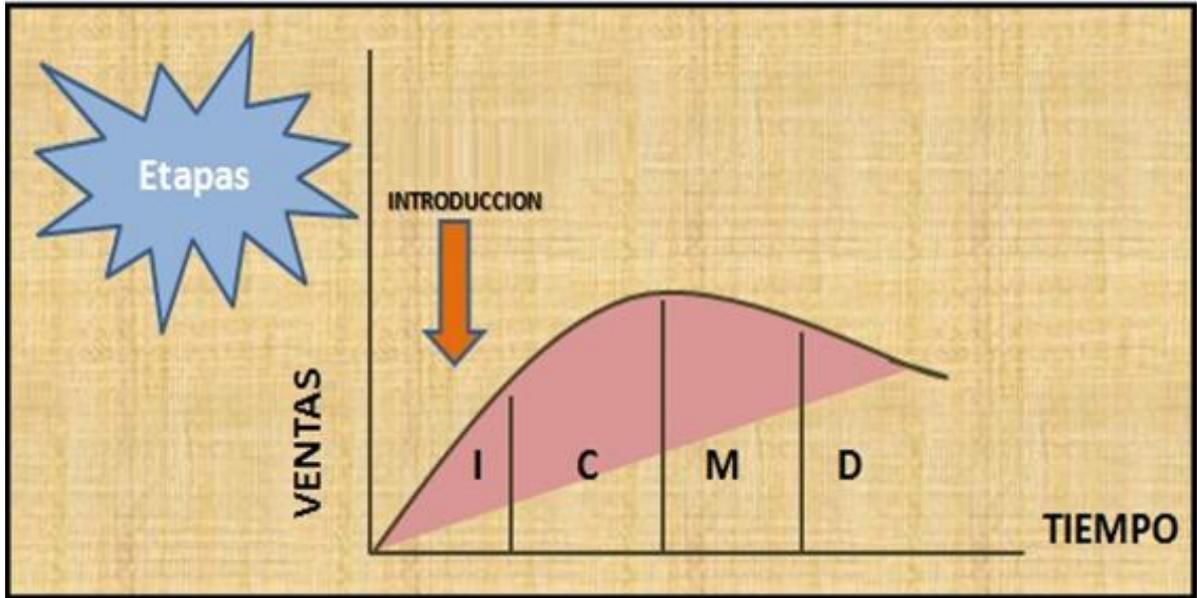


Figura 41. Ciclo de vida del producto
Fuente: Propia.
Elaborado por: La Autora, 2016.

La estrategia de penetración del servicio eco-turístico será precisamente con las cabañas eco-turísticas, para ir paulatinamente incrementando otras actividades, especialmente deportivas como la natación, cabalgatas, caminatas, ciclismo de montaña, yoga, entre las más importantes.

CONCLUSIONES

El entorno macro y micro del proyecto, presenta un crecimiento poblacional del 2% anual que favorece su ejecución. Se encontró escasa infraestructura hotelera, existiendo una demanda potencial insatisfecha igual a 35.462 turistas, de los cuales el plan de negocios aspira a captar el 7%, es decir 2.482 turistas, con una producción del servicio del 80% en el primer año, para servir a 2.184 turistas.

El estudio técnico del proyecto, determinó que se debe construir por lo menos 8 habitaciones sencillas y 2 familiares, a quienes además se les debe atender en 2 piscinas (una para niños y otra para adultos) con aguas termales con transferencia de temperatura a través de paneles solares; caminatas, paseos a caballos, prácticas de ciclismo etc.

El Plan de Marketing constó de la elaboración de un logotipo y un eslogan que reflejan el verdor de la naturaleza y también se evoca el amor hacia lo natural y la protección del medio ambiente, se planteó un plan publicitario de difusión en medios masivos, publicidad estática y digital, mientras que la comercialización se realizará a través de tickets en el establecimiento donde se recepte a los clientes, o a través de reservaciones vía online o telefónica.

En el estudio económico del proyecto, los resultados indicaron que la inversión total ascendió a \$107.166,18 con inversión fija de \$102.803,98 (96%) y costos de operación \$4.362,19 (4%), requiriéndose un financiamiento igual a \$61.682,39 para obtener un ingreso anual en el primer año de \$144.052,37 con incrementos esperados del 4% al 5% de las ventas.

En la evaluación económica y financiera del proyecto, se verificó que la inversión se puede recuperar en el periodo de 4 años, con una tasa TIR de 31,54% que superó a la tasa de descuento del proyecto del 10,50%, un VAN igual a \$231.136,26 superior a la inversión inicial requerida de \$107.166,18 y un coeficiente beneficio de 2,16 que superó a la unidad, lo que evidencia la factibilidad económica del plan de negocios.

RECOMENDACIONES

Se sugiere a las autoridades de la Dirección Provincial de Turismo del Cañar, que aprovechen las riquezas y atractivos que ofrece el entorno macro y micro del cantón La Troncal, para mejorar el flujo de turistas de los cantones de la provincia del Cañar, así como aquellas zonas geográficas de la provincia del Guayas aledañas a esta localidad, para promover el desarrollo de la actividad eco-turística.

Con base en la investigación del mercado, no solo se puede determinar la demanda potencial del proyecto, sino también aquellas necesidades que los turistas palpan cuando visitan el cantón La Troncal, las cuales se transforman en sugerencias dentro de la retroalimentación, entre las cuales se cita la infraestructura hotelera, de allí que este plan de negocios debe ser apoyado por las autoridades del cantón La Troncal, para incrementar la infraestructura hotelera, en este caso eco-turística, a favor de la localidad.

Se sugiere que como mínimo se construyan 8 habitaciones sencillas y 2 familiares para atender a los turistas que demandan este tipo de servicios de alojamiento eco-turístico, donde el uso de los recursos naturales reemplace a la tecnología, por ello se plantea la posibilidad de emplear paneles solares en lugar del suministro eléctrico y que las cabañas sean fabricadas con materiales autóctonos del cantón La Troncal.

El Plan de Marketing debe incluir estrategias publicitarias, donde el logotipo y el eslogan enfoquen los recursos eco-turísticos del cantón La Troncal y este pueda dar a conocer sus atractivos turísticos a nivel nacional con el apoyo de la marca Primero Ecuador y la posición en los metabuscadores web.

Se sugiere que el financiamiento requerido para conseguir los recursos necesarios para la implementación del plan de negocios, provengan de entidades financieras estatales, para disminuir los gastos financieros por concepto de intereses por pagar.

Los indicadores financieros sustentan la puesta en marcha del plan de negocios, por ello se recomienda a las autoridades que apoyen de manera decidida la propuesta.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. (2013). *Ecuador mejora sus indicadores de seguridad ante la delincuencia*. ANDES: Quito, Ecuador:
<http://www.andes.info.ec/es/sociedad/ecuador-mejora-sus-indicadores-seguridad-ante-delincuencia.html>.
- Baca Urbina. (2010). *Evaluación de proyectos*. Bogota, Colombia: Editorial Pearson Education.
- Baca, G. (2015). *Evaluación de Proyectos*. Bogotá, Colombia: Editorial Mc Graw Hill. Tercera Edición.
- Biblian, G. M. (2014). *La provincia del Cañar y sus atractivos turísticos. (5 de junio del 2011)*. Obtenido de
<http://www.biblian.gob.ec/biblian/index.php/atracciones/santuario-de-la-virgen-del-rocio>
- Ceballos, H. (2015). *El ecoturismo y las áreas protegidas*. Estados Unidos: Kusler: Primera edición. Vol. 1.
- CONADE. (2013 - 2017). *Mapa del cantón La Troncal*. La Troncal, Ecuador:
www.googlemap.com.
- Corporación Financiera Nacional. (09 de 05 de 2016). *Corporación Financiera Nacional*. Recuperado el 2016, de www.cfn.fin.ec
- Dirección Nacional de Migración. (2014). *Dirección Nacional de Migración*. Recuperado el 2015, de
http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/estadisticas_hoteleras.html
- Dirección Provincial de Turismo. (2013). *Catastro de Servicios Turísticos, Alojamiento*. La Troncal, Ecuador:
<http://www.latroncal.gob.ec/TURISMO/GRAFICOS2/ALOJAMIENTO.PDF>.

- GAD Municipal La Troncal. (2014). *GAD Municipal La Troncal*. Recuperado el Enero de 2015, de <http://www.latroncal.gob.ec/WEB17/VARIOS/CIUDAD.PHP>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón La Troncal. (2014). *División Político Administrativa del cantón La Troncal*. La Troncal, Ecuador: <http://www.turismo.gob.ec>.
- Gobierno Municipal Autónomo del Cantón La Troncal. (Enero de 2015). *Ciudad de La Troncal*. Recuperado el 27 de 01 de 2015, de Ciudad de La Troncal: http://www.latroncal.gob.ec/WEB14/CIUDAD/CIUDAD_INICIO.PHP
- Gobierno Municipal Autónomo Descentralizado del cantón La Troncal. (2014). *Turismo La Troncal*. La Troncal, Ecuador: <http://www.latroncal.gob.ec/TURISMO/TUR01.HTML>.
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (2014). *Censo económico: establecimientos hoteleros y restaurantes*. Quito, Ecuador: www.inec.gov.ec.
- Instituto Ecuatoriano Estadísticas y Censos, I. (2014). *VII Censo de Población y VI de Vivienda*. Quito, Ecuador:: www.inec.gob.ec.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/canar.pdf>
- Kasperek, M. (2016). *El agroturismo y la variedad agropecuaria*. Alemania: Editado por Proyecto "People and Biodiv. Primera Edición.
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. Estados Unidos: Kellogg School.
- Levine, D. K. (2012). *Estadística para administración*. México: Prentice Hall. Cuarta Edición.
- Martín, R. (2015). *Cuestiones actuales de la teoría del turismo*. La Habana: Editado por CETUR. Primera Edición.

Ministerio de Coordinación de Producción Empleo y Competitividad. (Noviembre de 2016). *Ministerio de Coordinación de Producción Empleo y Competitividad*.

Recuperado el 01 de Noviembre de 2016, de

<http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/AGENDA-TERRITORIAL-CA%C3%91AR.pdf>

Ministerio de Turismo. (2014). Recuperado el 2015, de

<http://www.turismo.gob.ec/catastro/>

Ministerio de Turismo. (2014). Recuperado el 2015, de <http://www.turismo.gob.ec>

MINTUR. (Septiembre de 2014). *Ministerio de Turismo del Ecuador*. Recuperado el Enero de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/ingreso-de-divisas-por-turismo-crecio-en-un-21-hasta-septiembre-del-2014/>

Orduño, M. (2016). *Introducción al Estudio del Turismo*. México: Editorial Porrúa. 1996, pág. 38.

http://www.umar.mx/tesis_HX/TESIS_UMAR_HUATULCO/REYES-BAEZ-%20AT/REYES-BAEZ-AT.pdf.

Quito, A. (23 de Marzo de 2015). *Bali's bamboo architecture is sustainable- and spectacular*. Recuperado el 28 de Abril de 2015, de

<http://qz.com/367284/spectacular-bamboo-architecture/>

Revista Forbes. (2015). *Turismo y servicios*. Mexico: Fobres Editorial.

Rodríguez, M., & Galarza, F. (2015). *Comunicación médico - paciente y la satisfacción de los usuarios que asisten al servicio de hospitalización en el Hospital Darío Machuca Palacios*. La Troncal. Babahoyo, Ecuador:

<http://190.63.130.199:8080/bitstream/123456789/1799/1/TESIS%20COMUNICACION%20M%C3%89DICO-PACIENTE.pdf>.

Santos, J. (2014). *El Marketing de los Servicios Turísticos y la Formulación del Producto*. México: Editorial Mc Graw Hill. Sexta Edición.

<http://externos.uma.es/cuadernos/pdfs/pdf466.pdf>.

Secretaría del Buen Vivir. (11 de Enero de 2016). *La Nueva forma de hacer turismo que propone Ecuador*. Recuperado el 30 de Enero de 2016, de [http://11-01-2016\). /www.secretariabuenvivir.gob.ec/la-nueva-forma-de-hacer-turismo-que-propone-el-ecuador/](http://11-01-2016). /www.secretariabuenvivir.gob.ec/la-nueva-forma-de-hacer-turismo-que-propone-el-ecuador/)

SENPLADES. (21 de 02 de 2014). *Sistema Nacional de Infomación*. Recuperado el 2015, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0304_LA%20TRONCAL_CA%C3%91AR.pdf

Servicio de Rentas Internas. (2011). *Censo económico: establecimientos hoteleros y restaurantes*. Quito, Ecuador: www.sri.gov.ec.

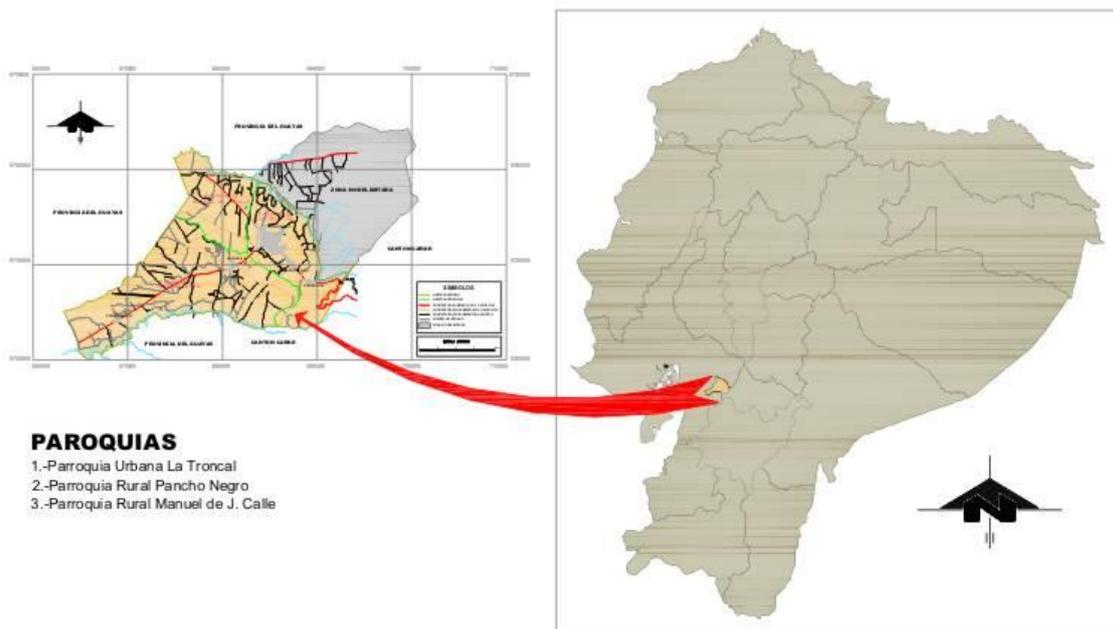
Servidatos. (2014). *Ecuador Online*. Recuperado el 2015

Turism & Leisure Advisory Services, M. d. (Julio de 2014). *Ministero de Turismo del Ecuador*. Recuperado el Enero de 2015, de http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf

Turismo La Troncal. (10 de 11 de 2014). *Lugares Turísticos*. Recuperado el 15 de 12 de 2014, de Lugares Turísticos: <http://turismolatroncal.blogspot.com/p/lugares-turisticos-de-la-troncal.html>

ANEXOS

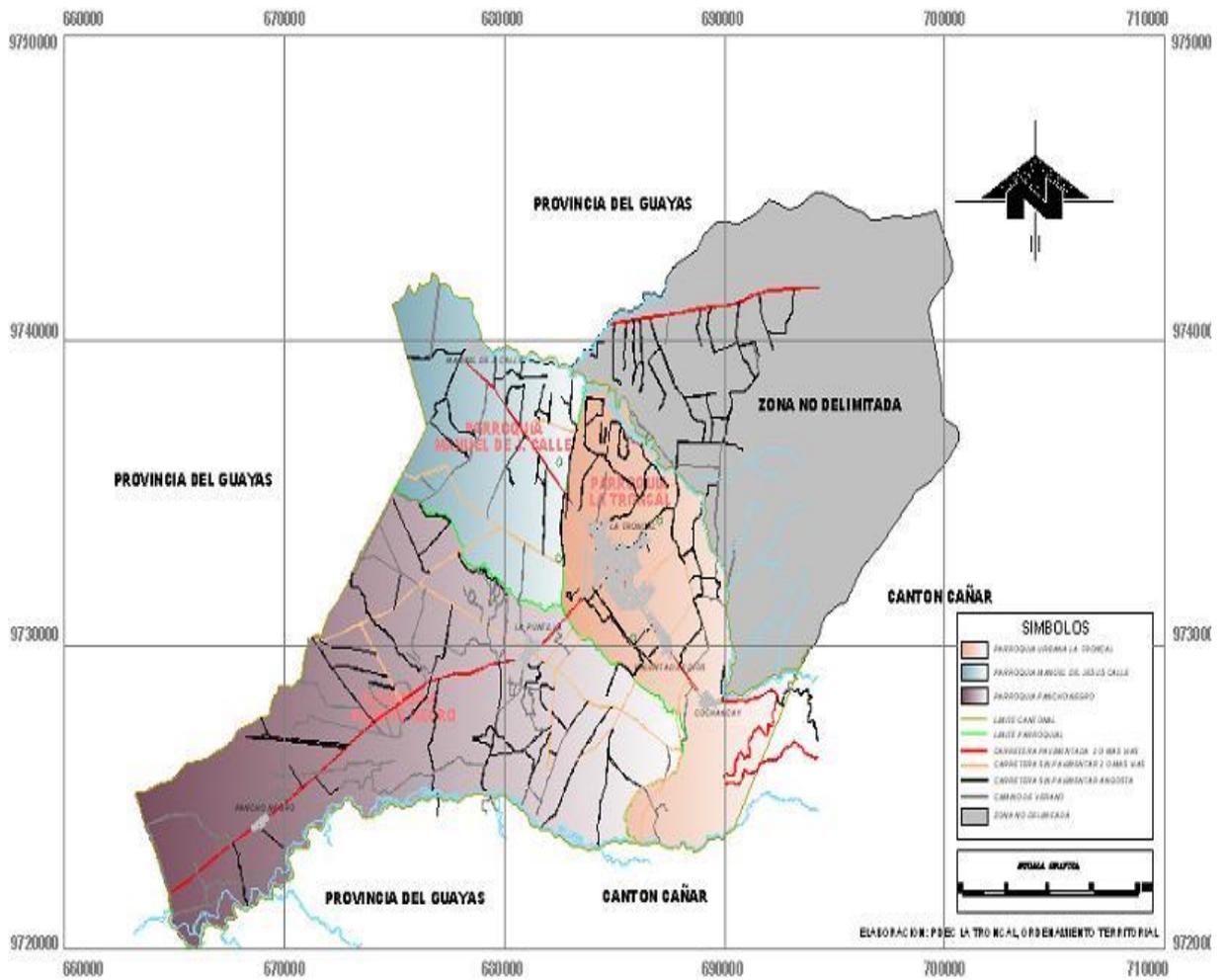
ANEXO No. 1. Localización y ubicación del cantón La Troncal.



Fuente: Gobierno Municipal Autónomo Descentralizado del cantón La Troncal. (2012). Obtenido de <http://www.latroncal.gob.ec/LATRONCAL/DATOSGENERALES.HTML>

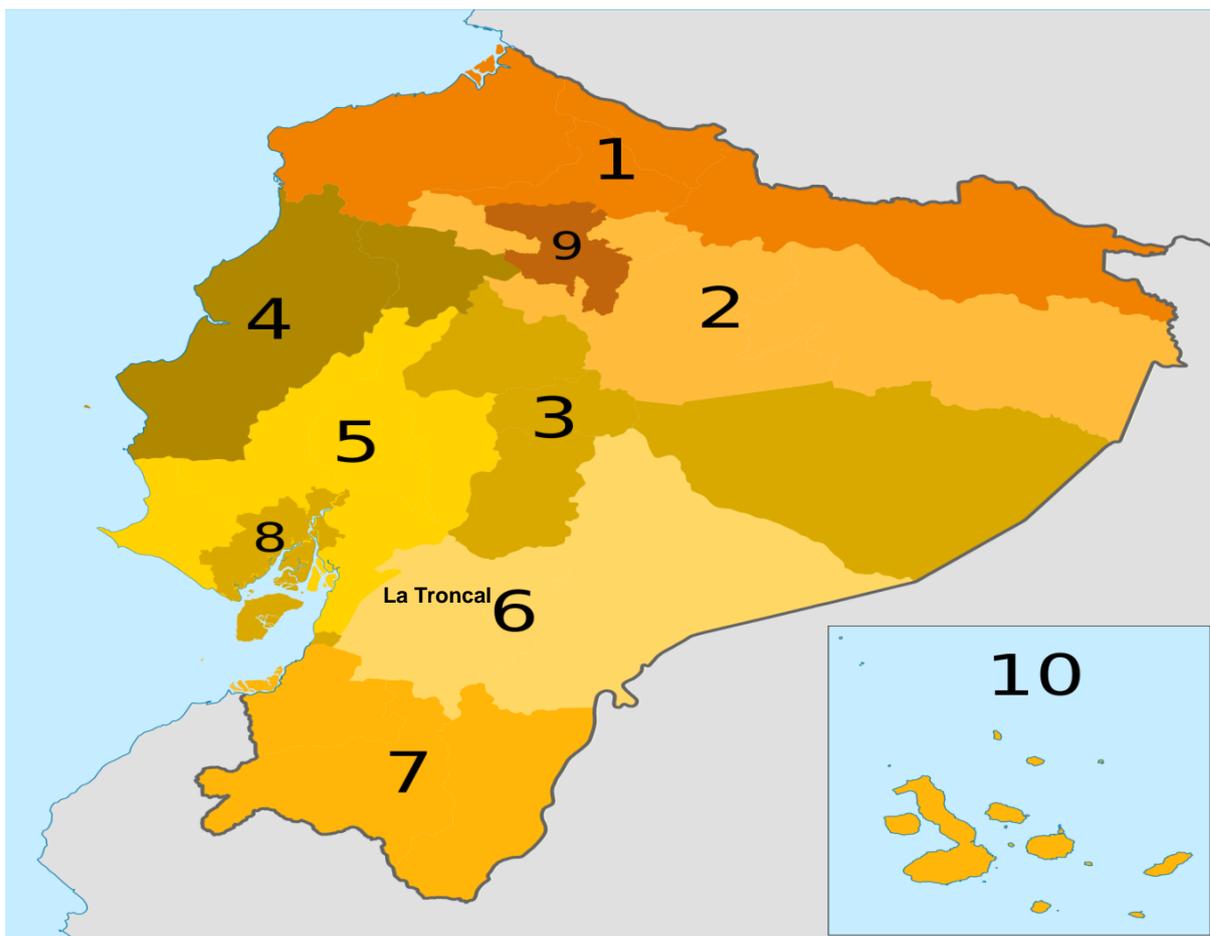
Elaborado por: Gobierno Municipal Autónomo Descentralizado del cantón La Troncal. (2012)

ANEXO No. 2. Mapa político del cantón La Troncal.



Fuente: Gobierno Municipal Autónomo Descentralizado del cantón La Troncal. (2012) Obtenido de <http://www.latroncal.gob.ec/LATRONCAL/DATOSGENERALES.HTML>
 Elaborado por: Gobierno Municipal Autónomo Descentralizado del cantón La Troncal. (2012)

ANEXO No. 3. Ubicación del cantón La Troncal.



Fuente: CONADE, 2012, www.googlemap.com

Elaborado por: CONADE. (2012)

ANEXO No. 4. Catastro turístico del cantón La Troncal

Actividad Turística	Tipo de Actividad	Registro	Nombre	Dirección	Categoría	Habitaciones	Mesas Total	Plazas Mesas	Hombres Total	MUJERES TOTAL
AGENCIAS DE VIAJES	AGENCIAS DE VIAJE	304500661	FLIGHTLAND X TOURS	ELOY ALFARO Y ALFONSO ANDRADE	OPERADORA	0	0	0	2	1
ALOJAMIENTO	MOTEL	304500631	MEDIA NARANJA	VÍA DURÁN TAMBO A 200M DE GASOLINERA VALLE VERDE	SEGUNDA	44	0	0	0	0
ALOJAMIENTO	MOTEL	304500363	CUPIDO	VÍA DURAN TAMBO A UNA CUADRA DEL DESTACAMENTO DE POLICÍA	SEGUNDA	16	0	0	1	2
ALOJAMIENTO	MOTEL	304500667	PK2	VÍA DURAN TAMBO DIAGONAL A GASOLINERA VALLE VERDE	SEGUNDA	22	0	0	2	2
ALOJAMIENTO	MOTEL	304500724	24 HORAS	VÍA A LA PUNTILLA	TERCERA	6	0	0	0	0
ALOJAMIENTO	MOTEL	304500656	EL DESEO	VÍA LA TRONCAL PUERTO INCA	TERCERA	8	0	0	0	2
ALOJAMIENTO	MOTEL	304500547	OLIMPO	COCHANCAY	TERCERA	10	0	0	0	0
ALOJAMIENTO	HOSTAL	304500149	BRISTOL	JOSE PERALTA S/N Y CALLE DEL ZAFRERO	SEGUNDA	12	8	32	3	4
ALOJAMIENTO	HOSTAL	304500765	SAN ANDRES BELO	MANABI Y EL MAESTRO DIAGONAL A LA CECILIA	TERCERA	16	0	0	2	0
ALOJAMIENTO	HOSTAL	304500505	HORIZONTE	VÍA LA TRONCAL PANCHO NEGRO	TERCERA	16	0	0	1	0
ALOJAMIENTO	HOSTAL	304500542	CONDE REAL	ÁNGEL MARÍA IGLESIAS Y GALÁPAGOS	TERCERA	12	0	0	1	1
ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	304500151	SIETE LETRAS	PRIMERO DE MAYO Y JOSE PERALTA	TERCERA	24	6	24	1	2
ALOJAMIENTO	HOSTERIA	304500275	LA CASCADA INN	COCHANCAY VÍA DURÁN TAMBO KM75	SEGUNDA	14	0	0	4	5
ALOJAMIENTO	HOSTERIA	304500153	MERCED LA	VIA DURAN TAMBO KM.78	SEGUNDA	14	9	36	0	0
ALOJAMIENTO	HOSTERIA	304500565	PARQUE ECOLOGICO MONTAÑA LA SU	COCHANCAY	SEGUNDA	12	0	0	0	0
ALOJAMIENTO	HOTEL	304500155	MAJESTAD	AV.25 DE AGOSTO 14-31	SEGUNDA	32	6	6	0	0
ALOJAMIENTO	HOTEL	304500157	DINO'S	AV. 25 DE AGOSTO 12-49	TERCERA	8	0	0	0	0
ALOJAMIENTO	HOTEL	304500150	AZUCENAS LAS	AV.25 DE AGOSTO Y JULIO MARIA MATOVELLE	TERCERA	15	8	32	0	0
ALOJAMIENTO	HOSTERIA	304500156	LAS CABAÑAS DEL SOL	VIA DURAN TAMBO ' COCHANCAY	TERCERA	12	0	0	0	0
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	304500159	JOUSIE	ALFONSO ANDRADE S/N	TERCERA	0	0	0	0	0
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	304500621	HORA LIBRE	PRIMERA SUR Y QUINCEAVA ESTE CIUDADELA UNIVERSITARIA	CUARTA	0	2	8	0	1
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	304500580	MC MELO'S	ALFONSO ANDRADE Y VELASCO IBARRA	SEGUNDA	0	16	64	1	1
COMIDAS	FUENTE	30450	YULI'S	AV. 25 DE	TERCERA	0	5	20	0	0

Y BEBIDAS	E DE SODA	0168		AGOSTO Y 10 DE AGOSTO	A						
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	30450 0746	PIZZERIA NINO	AV. 25 DE AGOSTO Y 24 DE MAYO	TERCERA	0	7	28	0	0	
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	30450 0634	LA CABAÑITA	TERCERA SUR Y HEROES DE PAQUISHA	TERCERA	0	4	16	0	2	
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	30450 0635	GENESIS	AV. 25 DE AGOSTO Y 10 DE AGOSTO	TERCERA	0	8	32	0	3	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0175	ALEGRIALA	AV.25 DE AGOSTO 13-20	SEGUNDA	0	0	0	0	0	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0177	ANITA	ALFONSO ANDRADE 8-48 Y ELOY ALFARO	TERCERA	0	0	0	0	0	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0186	GAVIOTALA	VIA DURAN TAMBO	TERCERA	0	8	32	0	0	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0188	MARIGABIS	AV.25 DE AGOSTO	TERCERA	0	2	8	0	0	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0192	ORO NEGRO	AV.25 DE AGOSTO 10-13	TERCERA	0	9	36	0	0	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0576	CASA DEL MARISCO	AV.25 DE AGOSTO 933 Y GUAYAS	TERCERA	0	7	28	0	4	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0178	CLARITA	VIA DURAN TAMBO	TERCERA	0	0	0	0	0	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0180	CHAMAQUITO	AV.25 DE AGOSTO 15-12	TERCERA	0	0	0	0	0	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0197	SAN RAFAEL	VIA DURAN TAMBO	TERCERA	0	10	40	0	0	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0349	DON MANUEL	AV. 25 DE AGOSTO	TERCERA	0	12	48	1	2	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0630	DON QUIJOTE	MANUEL J CALLE Y 4 DE NOVIEMBRE	TERCERA	0	8	32	1	2	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0573	COSITAS RICAS	AV. 25 DE AGOSTO Y 24 DE MAYO	TERCERA	0	10	40	1	1	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0224	SU MAJESTAD	25 DE AGOSTO Y HEROES DE VERDELOMA	TERCERA	0	15	60	2	2	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0585	GIRASOL ES LOS	AV. 25 DE AGOSTO	TERCERA	0	10	40	1	3	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0588	ASADERO LA CHOZA	VIA DURÁN TAMBO COCHANCAY	TERCERA	0	7	28	0	3	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0763	SCARLETHS	ALFONSO ANDRADE 9-22 Y AV. 25 DE AGOSTO	TERCERA	0	8	32	0	3	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0715	NEW YORK CITY	ALFONSO ANDRADE Y ONCEAVA SUR	TERCERA	0	10	40	2	1	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0185	FERNANDITA	ALFONSO ANDRADE 9-16	TERCERA	0	11	44	0	0	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0187	LEONORCITA	AV. 25 DE AGOSTO Y SEXTA OESTE	TERCERA	0	10	10	0	0	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0189	MARTHITA	VIA DURAN TAMBO	TERCERA	0	6	24	0	0	
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	30450 0190	MAYRA	VIA DURAN TAMBO	TERCERA	0	9	36	0	0	

BEBIDAS	E									
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500570	ASADERO SUPER POLLO	AV. 25 DE AGOSTO Y 24 DE MAYO	TERCERA	0	6	24	1	2
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500579	MING YUE	ALFONSO ANDRADE Y SAN PABLO	TERCERA	0	6	24	1	1
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500582	BELLA ITALIA	AV. ALFONSO ANDRADE Y SAN PABLO	TERCERA	0	7	28	1	2
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500594	WAN LUI	AV. 25 DE AGOSTO Y 10 DE AGOSTO	TERCERA	0	10	40	1	1
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500603	EL CHE GAUCHO	10 DE AGOSTO 8-11 Y ABDÓN CALDERÓN	TERCERA	0	11	44	2	2
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500761	TRADICIONES	VÍA DURÁN TAMBO KM 76	TERCERA	0	10	40	1	2
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500701	ORO VERDE	AV. 25 DE AGOSTO 1273 Y ALFONSO ANDRADE	TERCERA	0	12	48	1	2
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500743	EL CHE GAUCHO	10 DE AGOSTO 5-17 Y MANUEL J. CALLE	TERCERA	0	0	0	0	0
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500176	ALEXANDRA	AV.25 DE AGOSTO	TERCERA	0	0	0	0	0
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500183	DON BOLI	AV. 25 DE AGOSTO	TERCERA	0	6	24	0	0
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500184	DON CHIRI	AV. 25 DE AGOSTO	TERCERA	0	0	0	0	0
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500191	MI CUCHITO	ALFONSO ANDRADE Y 25 DE AGOSTO	TERCERA	0	13	52	0	0
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500198	SUPER POLLO	AV.25 DE AGOSTO	TERCERA	0	5	20	0	0
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500199	VALERIA	AV. 25 DE AGOSTO N.- 14--45	TERCERA	0	5	20	0	0
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500571	PICO-TEO	AV. 25 DE AGOSTO 1332 Y ALFONSO ANDRADE	TERCERA	0	6	24	2	1
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500574	LOS GERANIOS	ALFONSO ANDRADE Y AV. 25 DE AGOSTO	CUARTA	0	7	28	0	2
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500575	ADRIANITA	VÍA DURÁN TAMBO BARRIO 31 DE DICIEMBRE	CUARTA	0	5	20	1	2
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500577	LOLITA	AV.25 DE AGOSTO Y 15 DE ABRIL	CUARTA	0	6	24	1	2
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500578	RINCON TRONCAL EÑO	ELOY ALFARO YALFONSO ANDRADE	CUARTA	0	5	20	2	2
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500745	RICO PAN	4 DE NOVIEMBRE Y JOSÉ PERALTA	CUARTA	0	10	40	0	3
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500748	CHIFA YANGHUA	AV. 25 DE AGOSTO Y ALFONSO ANDRADE	CUARTA	0	6	24	0	1
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500744	SAZÓN DE MARY LA	ALFONSO ANDRADE Y ARTESANO	CUARTA	0	9	36	0	0
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	304500756	EL CHANITO N° 1	AV. 25 DE AGOSTO Y 1 DE MAYO	CUARTA	0	7	28	1	1

ION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	S Y BALNEARIOS	0664	ANGELES	LA TRONCAL PUERTO INCA	A						
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	304500592	PARAISO EL	VÍA TRONCAL - PUERTO INCA - ENTRADA SAN LUIS	SEGUNDA	0	0	0	1	1	
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	304500593	FUENTE DE AGUA VIVA	VÍA LA TRONCAL PUERTO INCA KM 4	SEGUNDA	0	5	20	1	1	
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCO TECA	304500714	THE PUMA	4 DE NOVIEMBRE Y LUIS CORDERO	SEGUNDA	0	12	48	3	0	
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE BAILE	304500205	HOLLYWOOD	V.25 DE AGOSTO 15-26	SEGUNDA	0	12	48	0	0	
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE BAILE	304500204	CABAÑA LA COSTEÑITA	VIA LA PUNTILLA 24 DE MAYO ENTRE ELOY ALFARO Y PRESIDENTE VELASCO	SEGUNDA	0	8	32	0	0	
TRANSPORTE TURISTICO	TRANSPORTE TERRESTRE	304500709	CALLE PESANTEZ S.A	MANUEL J CALLE	SERVICIO TRANSP. TERRES. TURIS.	0	0	0	0	1	
ALOJAMIENTO	MOTEL	304510406	SUNRISE	MANUEL J CALLE	TERCERA	20	0	0	0	3	

Fuente: Ministerio de Turismo. (2013). www.sri.gov.ec, <http://www.turismo.gob.ec/catastro/>

Elaborado por: La Autora, 2014.

**ANEXO No. 5. FORMULARIO DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS TURISTAS QUE VISITAN
LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN LA TRONCAL.**

OBJETIVO: Determinar el perfil de las personas que visitan el cantón La Troncal y su opinión acerca de los servicios turísticos.

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

A. DATOS DEL TURISTA

1 Nacionalidad _____

2 Lugar de residencia habitual _____

3 Sexo: **1. Femenino** _____ **2. Masculino** _____

4 Seleccione su rango de edad:

1 20-25 años	
2 26- 35 años	
3 36 - 45 años	
4 50 - 60 años	
5 mayor a 60 años	

5 Seleccione su ocupación

1 Dirección de las empresas y de las administraciones públicas	
2 Técnicos y profesionales, científicos e intelectuales	
3 Empleados de tipo administrativo	
4 Trabajadores de los servicios de restauración y comercio.	
5 Artesanos y trabajadores cualificados de industrias	
6 Trabajadores no cualificados	
7 Fuerzas armadas	
8 Desempleado	
9 Ama de casa	
10 Jubilado/Retirado/Pensionista	
11 Estudiante	
12 Otros	
Especifique _____	

6 Seleccione su rango promedio de ingresos mensuales

1 Menor a 340,00		4 670,00 a 820,00	
2 350,00 a 500,00		5 830,00 a 980,00	
3 510,00 a 660,00		6 990,00 a 1140,00	

7 Mayor a 1150

7 Seleccione cuál es su nivel de instrucción

1 Primaria

2 Secundaria

3 Superior

4 Posgrado

5 Sin instrucción

B ASPECTOS RELACIONADOS CON LA VISITA AL DESTINO TURÍSTICO

8 ¿Cuántas veces ha visitado La Troncal?

1 Primera vez

2 Entre 2 y 5 veces

3 Entre 5 y 10 veces

4 más de 10 veces

9 ¿Con quién visita/ó La Troncal?

1 Solo

2 Acompañado

Nro. Acompañantes incluido Ud.

10 ¿Cuál es su motivo de visita a La Troncal?

1 Vacación, recreo y ocio

2 Visitas a familiares o amigos

3 Educación y formación

4 Atención médica y de salud

5 Religión y peregrinaciones

6 Compras

7 Transito

8 Negocios y motivos profesionales (fin de encuesta)

9 Negocios y motivos profesionales (No remunerados)

10 Reuniones y eventos

11 Otros motivos

Especifique

11 ¿Utiliza/ó los servicios de agencias de viaje u operadoras de turismo para visitar el cantón La Troncal?

1 Si

2 No

Pase a la preg. 14

12 ¿Cuáles servicios incluye/incluyó el paquete contratado en la agencia de viajes?

1 Alojamiento

2 Transporte de ida

3 Transporte de retorno

4 Alimentos y bebidas

5 Tours

6 Traslados in/out

7 Seguro

8 Otros

Especifique:

13 ¿Cómo calificaría la asistencia recibida por las agencias de viaje que le promocionaron el cantón La Troncal como destino turístico?

1 Excelente

2 Muy bueno

3 Bueno

4 Regular

5 Malo

14 ¿Por qué medio se enteró de la existencia de La Troncal como destino turístico?

1 Televisión

4 Redes sociales

2 Prensa	<input type="text"/>	5 Recomendaciones	<input type="text"/>
3 Anuncios internet	<input type="text"/>	6 Otros	<input type="text"/>

Especifique _____

15 ¿Cuál fue el factor que predominó en su elección, para que escogiera a La Troncal como su destino turístico?

1 Cercanía a mi ciudad	<input type="text"/>	6 Información disponible	<input type="text"/>
2 Actividades recreativas	<input type="text"/>	7 Publicidad	<input type="text"/>
3 Flora y fauna del sector	<input type="text"/>	8 Costo	<input type="text"/>
4 Infraestructura turística	<input type="text"/>	9 Servicios disponibles	<input type="text"/>
5 Recomendaciones	<input type="text"/>	10 Otros	<input type="text"/>

Cual? _____

16 ¿Cuál es la duración total (número de noches) de este viaje?

<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------

C EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

17 ¿Cuál es el medio de transporte para llegar y salir del destino turístico?

	IDA	REGRESO
1 Transporte público carretera	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2 Movilidad propia (terrestre)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3 Otro	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Especifique _____

18 ¿Cuánto gastó diariamente en transporte en su visita al destino turístico?

1 Menos de 5 dólares	<input type="text"/>	3 De 11 a 15 dólares	<input type="text"/>
2 Entre 6 y 10 dólares	<input type="text"/>	4 Más de 15 dólares	<input type="text"/>

19 ¿Cómo calificaría el servicio de transporte desde y hacia el destino turístico?

1 Excelente	<input type="text"/>	3 Bueno	<input type="text"/>
2 Muy bueno	<input type="text"/>	4 Regular	<input type="text"/>
		5 Malo	<input type="text"/>

20 ¿Uso el servicio de alimentos y bebidas en el destino turístico?

1 Si	<input type="text"/>	2 No	<input type="text"/>
------	----------------------	------	----------------------

Pase a la preg. 23

21 ¿Cuánto gastó diariamente por concepto de alimentos y bebidas en su visita al destino turístico?

1 Menos de 5 dólares	<input type="text"/>	4 Entre 31 a 45 dólares	<input type="text"/>
2 Entre 6 y 15 dólares	<input type="text"/>	5 Más de 45 dólares	<input type="text"/>
3 Entre 16 y 30 dólares	<input type="text"/>	6 No gastó en este rubro	<input type="text"/>

22 ¿Cuál es su percepción sobre el servicio de alimentos y bebidas en el destino turístico?

1 Excelente	<input type="text"/>	3 Bueno	<input type="text"/>
2 Muy bueno	<input type="text"/>	4 Regular	<input type="text"/>
		5 Malo	<input type="text"/>

23 ¿Visitó lugares de recreación y esparcimiento en su estadía en el destino turístico?

1 Si	<input type="text"/>	2 No	<input type="text"/>
------	----------------------	------	----------------------

Pase a la preg. 27

24 ¿Qué lugares de recreación visitó en su estadía?

1 Río Bulubulu	<input type="text"/>	5 Balneario Pedregal	<input type="text"/>
2 Balneario Yanayacu	<input type="text"/>	6 Senderos	<input type="text"/>
3 Cascadas Parque Ecológico	<input type="text"/>	7 Deportes Extremos	<input type="text"/>
4 Montañita	<input type="text"/>	8 Otros _____	

25 ¿Qué actividades de recreación practicó en su visita a La Troncal?

1 Canopy y canyoning	<input type="text"/>	5 Motociclismo	<input type="text"/>
2 Ciclismo	<input type="text"/>	6 Natación	<input type="text"/>
3 Caminatas	<input type="text"/>	7 Ciclismo	<input type="text"/>
4 Parapente	<input type="text"/>	8 Otros , Cuales _____	

26 ¿Cuánto gastó diariamente por concepto de estas actividades de recreación?

1 Menos de 10 dólares	<input type="text"/>	3 Entre 20 y 30 Dólares	<input type="text"/>
2 Entre 10 y 20 dólares	<input type="text"/>	No gastó en este 4 rubro	<input type="text"/>

27 ¿Usó hospedaje en su estadía en el destino turístico?

1 Si	<input type="text"/>	2 No	<input type="text"/>
------	----------------------	------	----------------------

Pase a la preg. 31

28 ¿En qué tipo de establecimiento se alojó?

1 Hotel	<input type="text"/>	5 Vivienda propia	<input type="text"/>
2 Hostal	<input type="text"/>	6 Casa familiar/amigos	<input type="text"/>
3 Hostería	<input type="text"/>	7 Casa alquilada	<input type="text"/>
4 Cabañas	<input type="text"/>	8 Ninguno _____	

29 ¿Qué servicios adicionales le ofrecía el lugar que eligió para hospedarse?

1 Internet	<input type="text"/>	5 Alquiler bicicletas	<input type="text"/>
2 Telefonía fija	<input type="text"/>	6 Alquiler caballos	<input type="text"/>
3 Servicios Médicos	<input type="text"/>	7 Spa	<input type="text"/>
4 Guianza	<input type="text"/>	8 Otros , Cuales _____	

30 ¿Qué servicios adicionales a los que su hotel le ofreció le gustaría recibir?

31 ¿Cuánto gastó diariamente por concepto de alojamiento en su visita?

1 Menos de 15 dólares	<input type="text"/>	3 Entre 31 a 45 dólares	<input type="text"/>
2 Entre 16 y 30 dólares	<input type="text"/>	4 Más de 46 dólares	<input type="text"/>
		No gastó en este 5 rubro	<input type="text"/>

32 ¿Cuál es su percepción sobre la infraestructura de alojamiento en el destino turístico?

1 Excelente	<input type="text"/>	3 Bueno	<input type="text"/>
2 Muy bueno	<input type="text"/>	4 Regular	<input type="text"/>
		5 Malo	<input type="text"/>

D PERCEPCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO

33 ¿Está complacido con la visita al cantón La Troncal?

1 Si	<input type="text"/>	2 No	<input type="text"/>
------	----------------------	------	----------------------

34 ¿Cuál es su percepción sobre los servicios en general recibidos en La Troncal?

1 Excelente	<input type="text"/>	3 Bueno	<input type="text"/>
2 Muy bueno	<input type="text"/>	4 Regular	<input type="text"/>
		5 Malo	<input type="text"/>

35 ¿Qué le hace falta al destino turístico para convertirse en un destino más atractivo para los visitantes?

1 Infraestructura pública (Agua, Energía Eléctrica, Telecomunicaciones)	<input type="text"/>
2 Infraestructura turística (Alojamiento, Alimentación, Recreación)	<input type="text"/>
3 Vías de acceso	<input type="text"/>
4 Promoción y Publicidad	<input type="text"/>
5 Organización comunitaria	<input type="text"/>
6 Servicios complementarios (Guianzas)	<input type="text"/>
7 Formación / Capacitación	<input type="text"/>
8 Seguridad	<input type="text"/>
9 Otro, Cual? _____	<input type="text"/>

36 ¿Volvería a visitar el cantón La Troncal por turismo?

1 Si	<input type="text"/>	2 No	<input type="text"/>
------	----------------------	------	----------------------

E ANÁLISIS DEL PRODUCTO

37 ¿Ha escuchado términos que hacen referencia a cabañas ecológicas?

1 Si	<input type="text"/>	2 No	<input type="text"/>
------	----------------------	------	----------------------

38 ¿Estaría dispuesto a visitar La Troncal para alojarse en cabañas ecológicas?

1 Si	<input type="text"/>	2 No (finaliza encuesta)	<input type="text"/>
------	----------------------	--------------------------	----------------------

39 ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ésta hostería le brindara?

1. Cabalgatas	<input type="text"/>	4. Ciclismo de montaña	<input type="text"/>
2. Senderismo	<input type="text"/>	5. Activad. de recreación	<input type="text"/>
3. Aviturismo	<input type="text"/>	Otros,	
		6. cuáles? _____	

40 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por hospedaje en estas cabañas ecológicas?

1 Menos de 20 dólares	<input type="text"/>	3 Entre 30 a 50 dólares	<input type="text"/>
2 Entre 20 y 30 dólares	<input type="text"/>	4 Más de 50 dólares	<input type="text"/>

41 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios adicionales que ofrecerá la hostería, coloque el valor en dólares que Ud. considere?

	< 5 dólares	5 y 10 dól.	10 y 20 dólares	> 20 dólares
1 Ciclismo de montaña	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2 Cabalgatas	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3 Senderismo	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4 Actividades recreación	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
5 Otro, Cual? _____	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

42 ¿Con qué frecuencia haría uso de estas cabañas ecológicas?

1 Cada 15 días	<input type="text"/>	Cada 2 a 4 meses	<input type="text"/>
2 Cada mes	<input type="text"/>	Cada 6 a 8 meses	<input type="text"/>