



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
HOTELERAS**

TÍTULO:

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA ECO - HOSTERÍA CON LA
FINALIDAD DE PROMOVER EL AGROTURISMO, LA PRÁCTICA DE
DEPORTES EXTREMOS Y EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LOS
RECINTOS RÍO BLANCO Y SUNCAMAL EN EL CANTÓN CUMANDA DE
LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

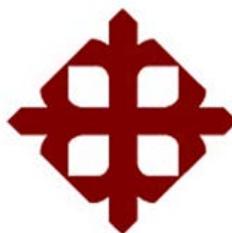
AUTORA:

RAIZZA BELÉN MAQUIZACA NÁJERA.

TUTOR:

**ING. RICARDO VILLACRES ROCA, MGS
GUAYAQUIL, ECUADOR**

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Raizza Belén Maquizaca Nájera como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

TUTOR (A)

Ing. Ricardo Villacrés Roca, Mgs

REVISOR(ES)

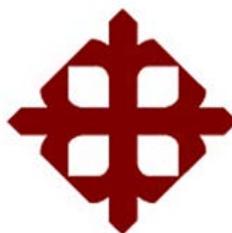
Lcda. Mirtha Mora Verdesoto, Mgs

Econ. Luis Albán Alaña, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 31 días del mes de enero del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Raizza Belén Maquizaca Nájera

DECLARO QUE:

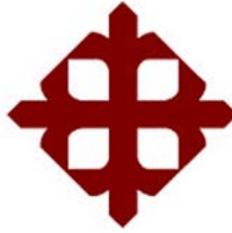
El Trabajo de Titulación **Propuesta para la creación de una Eco - Hostería con la finalidad de promover el agroturismo, la práctica de deportes extremos y el desarrollo económico de los recintos Río Blanco y Suncamal en el Cantón Cumandá de la Provincia de Chimborazo**, previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 31 días del mes de enero del año 2014

EL AUTOR (A)

Raizza Belén Maquizaca Nájera



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS

AUTORIZACIÓN

Yo, **Raizza Belén Maquizaca Nájera**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta para la creación de una Eco - Hostería con la finalidad de promover el agroturismo, la práctica de deportes extremos y el desarrollo económico de los recintos Río Blanco y Suncamal en el Cantón Cumandá de la Provincia de Chimborazo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 días del mes de enero del año 2014

LA AUTORA:

Raizza Belén Maquizaca Nájera

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme concedido vida y salud para alcanzar este sueño que sería egoísta decir que solo fue mío. Es un logro en conjunto de todas aquellas personas que hicieron posible que mi paso por esta universidad sea un éxito, no me alcanzaría una carilla para nombrar todo lo vivido y aprendido.

Quisiera comenzar por mis Padres, Gorky y Yolanda; que con su amor infinito me guiaron, formaron y gracias a ellos soy lo que soy!

A mis queridas abuelas Olga, Angelita y mi abuelo Mateo que desde un lugar cerca de Dios han protegido mis días, tardes y noches.

Mi abuelo Juan Nájera muy agradecida por su ejemplo de vida, tenacidad y a su obsequio desde el cual estoy realizando este proyecto.

A mi familia, tías Cecilia y Maribel y a mi princesa Isabella por el amor, la paciencia que me dedicaron, yo sé que sienten mis logros como propios.

Un inesperado encuentro, se convirtió en una gran historia, con la venia de Dios permitió que dos personas imperfectas sean perfectamente compatibles para apoyarse incondicionalmente, Gracias Ricardo.

Mis hermanas Ojonas, Criss, Cristina, Kate y Pao sin ellas este paso por la universidad no hubiese sido el mismo, juntas, crecimos, reímos, rabiamos, lloramos y descubrimos la magia de la amistad.

También quisiera agradecer a mis maestros que no solo fueron de clase sino que con su mano amiga me enseñaron lecciones de vida: Martha, Rocío, Jacinto, Nadia, Shirley, Louisa, Ingrid, Catalina, Carmen, Viviana, Ricardo, Verónica y Gabriel.

Un agradecimiento especial a un gran profesor y guía quien me apoyo durante estos meses, Eduardo Guzmán, gracias por su tiempo y dedicación.

A mis compañeros de clase (B) y promoción, tal vez no todos estemos en esta graduación pero compartimos momentos inolvidables.

Siempre existirá en mi corazón esos momentos revolucionarios que marcaron mi vida política con un Tres Adelante Independientes...si señor!

Pues bien gracias a esta universidad, alma mater que me acogió durante estos años sin su aceptación yo no estaría escribiendo estas líneas, en sus aulas culmina un sueño ahora hecho realidad no me queda más que decir, QUIEN NO ESPERA VENCER, YA ESTA VENCIDO! SOY INGENIERA.

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres Gorky y Yolanda que sin ellos, sencillamente yo no existiera.

Raizza Maquizaca Nájera

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	18
CAPÍTULO 1	19
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	19
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.2. FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	20
1.3. JUSTIFICACIÓN	20
1.4. OBJETIVOS	22
1.4.1. Objetivo General	22
1.4.2. Objetivos Específicos	22
CAPITULO 2	
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	23
2.1 ANTECEDENTE HISTÓRICOS	23
2.1.1 Antecedentes históricos del Cantón Cumandá	23
2.1.2 Antecedentes históricos del Recinto Suncamal	24
2.2 MARCO REFERENCIAL	25
2.2.1 Eco-hosterías a nivel nacional	25
2.3 MARCO CONCEPTUAL	29
2.4 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	32
2.4.1 Ecoturismo	32
2.4.2 Formas de hacer turismo	32
2.4.3 Teorías acerca del turismo	34
2.4.4 El agro-turismo como tendencia de desarrollo	36
2.4.5 Importancia del Agro-turismo en el Ecuador	37
2.5 GENERALIDADES DEL CANTÓN CUMANDÁ	37
2.6 GENERALIDADES DEL RECINTO SUNCAMAL	40
2.7 MARCO LEGAL	41

CAPÍTULO 3	46
3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO	46
3.1 INTRODUCCIÓN	46
3.1.1 Tipo y Diseño de la Investigación	46
3.1.2 Método de investigación	47
3.2 UNIDADES DE OBSERVACIÓN	47
3.2.1 Tipo de muestreo a utilizar	47
3.2.2 Tamaño de la Muestra	47
3.3 ANÁLISIS PEST	49
3.3.1 Análisis del entorno Político	49
3.3.2 Análisis del entorno Económico	52
3.3.3 Análisis del entorno Cultural y Social	53
3.3.4 Análisis Tecnológico	54
3.4 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER	59
3.4.1 Poder de negociación de los Clientes / Compradores	59
3.4.2 Poder de negociación de los proveedores	61
3.4.3 Grados de amenaza de nuevos competidores	61
3.4.4 Grado de rivalidad de los competidores	62
3.4.5 Conclusiones del análisis	62
3.5 ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN	63
3.6 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	63
3.7 TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	64
3.8 MERCADO OBJETIVO	64
3.9 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	65
CAPÍTULO 4	84
4. PLANIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	84
4.1 ANÁLISIS FODA	84
4.1.1. Análisis de las Fortalezas	84
4.1.2 Análisis de las oportunidades	85
4.1.3 Análisis de las debilidades	85
4.1.4 Análisis de las amenazas	85
4.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	85

4.2.1	Logo de la empresa	86
4.2.2	Slogan de la empresa	86
4.2.3	Principios y valores institucionales	87
4.2.4	Estructura Organizacional del Rancho “SAN FRANCISCO”	88
4.2.5	Manual de funciones	89
4.2.6	Descripción de los servicios del Rancho San Francisco	90
4.2.7	Las “P” del marketing Mix: Precio; Producto, Plaza, Promoción.	97
4.3	ANÁLISIS FINANCIERO DE LA PROPUESTA	103
4.3.1	Activos Fijos de Eco-hostería Rancho San Francisco	103
4.3.2	Cuadro de Gastos	106
4.3.3	Cuadro de financiamiento	107
4.3.4	Tabla de amortización	108
4.3.5	Cuadro de ingresos	109
4.3.6	Punto de equilibrio	110
4.3.7	Estado de Situación Financiera	111
4.3.8	Estado de Resultados Integral	112
4.3.9	Flujo de caja proyectado	113
4.3.10	TIR, VAN, Ratios financieros	114
4.4	IMPACTOS ECONÓMICOS DERIVADOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	116
4.5	CONCLUSIONES	119
4.6	RECOMENDACIONES	120
	BIBLIOGRAFÍA	121
	ANEXOS	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.- Población Cumandá, Censo 2010	39
Tabla 2.- Fórmula de la población finita	48
Tabla 3.- Componentes de la formula	48
Tabla 4.- Cantones de la Provincia de Chimborazo	49
Tabla 5.- División Política del Cantón Cumandá	50
Tabla 6.- Distribución de PEA en el Cantón Cumandá	52
Tabla 7.- Situación de Pobreza en el Cantón Cumandá	52
Tabla 8.- Distribución de grupos socio culturales	53
Tabla 9.- Distribución de grupos socio culturales	54
Tabla 10.- Técnicas e instrumentos para la recopilación de datos	64
Tabla 11.- ¿Qué relación existe la edad y sexo de los encuestados?	65
Tabla 12.- Ocupación del encuestado	66
Tabla 13.- Nacionalidad del encuestado	67
Tabla 14.- Viajar fuera de la ciudad	68
Tabla 15.- Acostumbra a viajar fuera o dentro del País	69
Tabla 16.- ¿Qué regiones dentro del País le gusta visitar?	70
Tabla 17.- ¿Ha visitado el Cantón Cumandá?	71
Tabla 18.- Variedades del Cantón Cumandá	72
Tabla 19.- Turismo de aventura	73
Tabla 20.- Deportes extremos	74
Tabla 21.- Deportes que le gustaría practicar	75
Tabla 22.- Actividades cercanas a su residencia	76
Tabla 23.- Hospedaje de vacaciones	78
Tabla 24.- Tiempo de hospedaje	79
Tabla 25.- Ruta agro – turística	80
Tabla 26.- Conocer actividades productivas	81
Tabla 27.- Paquetes turísticos	82
Tabla 28.- Análisis FODA de la empresa	84
Tabla 29.- Manual de funciones de la empresa	89
Tabla 30.- Precio de los paquetes turísticos	97

Tabla 31.- Posición geográfica del Cantón Cumandá	99
Tabla 32.- Activos de la empresa	103
Tabla 33.- Activos de la empresa	104
Tabla 34.- Activos de la empresa	105
Tabla 35.- Detalle de gastos de la empresa	106
Tabla 36.- Financiamiento de proyecto	107
Tabla 37.- Tabla de amortización	108
Tabla 38.- Cuadro de ingresos	109
Tabla 39.- Estado de situación financiera	111
Tabla 40.- Estado de resultados integral	112
Tabla 41.- Flujo de caja proyectado	113
Tabla 42.- TIR, VAN, Ratios Financieros	114
Tabla 43.- Razones financieras	115

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.- Escudo y Bandera del Cantón Cumandá	23
Gráfico 2.- Eco-hostería Toa Toa	25
Gráfico 3.- Mapa de la Eco hostería	26
Gráfico 4.- Laguna de Jumandy	27
Gráfico 5.- Hotel hacienda Abraspungo	28
Gráfico 6.- Cumandá, Provincia del Chimborazo	38
Gráfico 7.- Población Cumandá, Censo 2010.	40
Gráfico 8.- División Política del Cantón Cumandá	50
Gráfico 9.- Sr. Hernán Vique Villacres: Alcalde del Cantón Cumandá	51
Gráfico 10.- Concejales del Cantón Cumandá	51
Gráfico 11.- Trapiche y motor para molienda de caña	55
Gráfico 12.- Bagazo de caña y horno para calentar panela	56
Gráfico 13.- Panela orgánica granulada y empacada	56
Gráfico 14.- Central panelera bío caña, Asociación de mujeres productivas de Suncamal	57
Gráfico 15.- Fábrica de quesos, Asociación de mujeres productivas de Suncamal	57
Gráfico 16.- Plantación de guineo orito orgánico en la ruta agro turística	58
Gráfico 17.- Plantación de guineo orito orgánico en la ruta agro turística	58
Gráfico 18.- La cinco Fuerzas de Porter	59
Gráfico 19.- ¿Qué relación existe entre la edad y sexo de los encuestados?	65
Gráfico 20.- Ocupación del encuestado	66
Gráfico 21.- Nacionalidad del encuestado	67
Gráfico 22.- Viajar fuera de la ciudad	68
Gráfico 23.- ¿Acostumbra a viajar fuera o dentro del País?	69
Gráfico 24.- ¿Qué regiones dentro del País le gusta visitar?	70
Gráfico 25.- ¿Ha visitado alguna vez el Cantón Cumandá?	72
Gráfico 26.- Variedades del Cantón Cumandá	73
Gráfico 27.- Turismo de aventura	74
Gráfico 28.- Deportes extremos	75
Gráfico 29.- Deportes que le gustaría practicar	76

Gráfico 30.- Actividades cercanas a su residencia	77
Gráfico 31.- Hospedaje de vacaciones	78
Gráfico 32.- Tiempo de hospedaje	79
Gráfico 33.- Ruta agro – turística	80
Gráfico 34.- Conocer actividades productivas	81
Gráfico 35.- Paquetes turísticos	82
Gráfico 36.- Logo de la empresa	86
Gráfico 37.- Estructura organizacional de la empresa	88
Gráfico 38.- Producto de la bío caña, panela granulada	90
Gráfico 39.- Central panelera bío caña Suncamal	91
Gráfico 40.- Fábrica de quesos Recinto Suncamal	91
Gráfico 41.- Plantación de orito orgánico en Suncamal	92
Gráfico 42.- Ingreso a Eco-hostería rancho San Francisco	92
Gráfico 43.- Interior de Eco-hostería rancho San Francisco	93
Gráfico 44.- Oficina administrativa de la empresa	93
Gráfico 45.- Cocina campestre de la empresa	94
Gráfico 46.- Equipo para práctica de Canopy	95
Gráfico 47.- Trekking	95
Gráfico 48.- Ciclismo de montaña	96
Gráfico 49.- Cabalgatas	96
Gráfico 50.- Cuadrones	97
Gráfico 51.- Distribución del Rancho San Francisco	99
Gráfico 52.- Página web de la empresa	101
Gráfico 53.- Carro para perifonear	102
Gráfico 54.- Tarjetas de presentación	102
Gráfico 55.- Punto de equilibrio	110

RESUMEN

El diseño y la implementación de una eco hostería situada en el Rancho San Francisco ubicado en el Recinto Río Blanco surgió de la oportunidad de aprovechar un sitio con alto poder turístico al mismo tiempo que la propuesta contribuirá sinérgicamente en la economía del sector. Río Blanco y Suncamal son Recintos pertenecientes al Cantón Cumandá en la provincia de Chimborazo. Estos sitios fueron considerados en el presente estudio por tener características diversas y la intención de la autora del presente proyecto fue fusionar el potencial agrícola y productivo del Recinto Suncamal con el potencial turístico del Recinto Río Blanco (Rancho San Francisco). Para lograr la propuesta, se inició con la identificación de la situación problemática, plantear objetivos y emitir propuestas. Estas hipótesis fueron verificadas mediante el uso de la encuesta como técnica de investigación y cuyos datos al ser tabulados confirmaron lo antes planteado. La propuesta es muy dinámica y beneficia a ambas comunidades, es decir, que la afluencia de visitantes y/o turistas será bien aprovechada por parte de los pobladores del Recinto Suncamal cuando la Asociación de Mujeres Productivas del sector ofrezcan sus productos tales como la panela granulada elaborada con caña orgánica, los quesos que también ofrece otra empresa del Recinto y por último el cultivo orgánico del guineo orito (Musa acuminada AA). Por lo tanto se planteó en este estudio la creación de la **“Ruta Agro-turística”**, esta ruta conducirá posteriormente a las instalaciones de la Eco hostería Rancho San Francisco la cual ofrecerá a sus visitantes un ambiente muy agradable en comunión con la naturaleza, así, se podrá disfrutar de las comodidades de las instalaciones para descansar o las alternativas de prácticas deportes extremos o deportes de montaña, siendo los más solicitados: El Canopy, cabalgatas, motocross, bicicleta de montaña entre otros.

Luego de haber realizado el análisis financiero a la propuesta y determinar que la misma es viable en base a los índices financieros, queda en consideración de los inversores llevarla a la realidad.

Palabras clave: Eco-hostería, Río Blanco, Suncamal, Sinergia, ruta agro turística, deportes extremos.

ABSTRACT

The design and implementation of an eco- lodge located in the Rancho San Francisco located on the campus of Rio Blanco came the opportunity to build a site with tourist high power while the proposal will contribute synergistically sector in the economy. Rio Blanco and Enclosures Suncamal are Cumandá belonging to the province of Chimborazo. These sites were considered in this study have different characteristics and the intention of the author of this project was to merge and productive agricultural potential with Suncamal Campus tourism potential Rio Blanco (Rancho San Francisco). To accomplish the proposal, began with the identification of the problem situation, set objectives and issue proposals. These hypotheses were verified by using the survey as a research technique and whose tabulated data to be confirmed as soon raised. The proposal is very dynamic and benefits both communities , ie the influx of visitors and / or tourists will be well used by the residents of the enclosure Suncamal when Productive Women's Association offer their products sector such as granulated sugar made with organic cane , cheese company also offers another enclosure and finally organic farming orito banana (*Musa acuminata* AA). Therefore in this study raised the creation of the "Route Agro tourism," eventually drive this route facilities Echo Rancho San Francisco hostel which offer visitors a pleasant atmosphere in communion with nature, and, you can enjoy the comforts of the facilities to rest or practice alternative or extreme sports mountain sports, the most requested: the Canopy, horseback riding, motocross, mountain biking and more. After completing the financial analysis of the proposal and determined that it is feasible based on financial ratios, is in consideration of investors bring to reality.

Keywords: Eco-lodge, Rio Blanco, Suncamal, Synergy, agro tourist route, extreme sports.

INTRODUCCIÓN

El Cantón Cumandá en la provincia del Chimborazo, posee sitios realmente fantásticos, en ellos la naturaleza de conjuga con la laboriosidad de su gente. Sus condiciones climáticas así como su hidrografía y relieve cautivan a propios y extraños, es un sitio donde el potencial turístico está latente.

Sin embargo, como sucede en la mayoría de los cantones del Ecuador, existe un gran problema de índole socio-económico, la mala distribución de la riqueza, la presencia de pobreza y la falta de recursos necesarios para la prosperidad de sus habitantes.

En el Cantón Cumandá existen dos Recintos muy cerca entre sí los cuales requieren de ayuda para mitigar las necesidades latentes en el medio.

El propósito, es contribuir de alguna manera para que estas poblaciones puedan hallar en la propuesta alternativas que mejoren su actual situación socio económico.

La alternativa de propuesta que se planteará en el presente trabajo consistirá en la creación de una empresa eco turístico, la cual estará ubicada en el Recinto Río Blanco. Este proyecto posee a su vez dos finalidades, ser un centro de esparcimiento para turistas y también contribuirá con el Recinto Suncamal mediante la visita de los turistas a las áreas productivas que posee el sector.

Se plantea entonces hacer sinergia entre las poblaciones vecinas, entre las variedades de productos y la diversidad de actividades recreacionales. La propuesta planteada conlleva la rentabilidad de los inversores y a mejorar la calidad de vida de algunos pobladores del sector.

CAPÍTULO 1

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente trabajo de investigación científica tiene lugar en el Cantón Cumandá, provincia de Chimborazo, el sector Recintos Suncamal y Río Blanco.

Este sector de la provincia es tradicionalmente agrícola y ganadero, estas son sus mayores fuentes de ingreso y producción de la zona, también presente en su geografía una posición geográfica única, capaz de albergar varios microclimas, lo que permite cultivar muchos productos tradicionales tanto de la costa como de la sierra ecuatoriana.

Sin embargo los pobladores y autoridades del sector, no han aprovechando a plenitud el gran potencial que posee el Cantón el cual consiste en el aprovechamiento del relieve del Recinto Río Blanco y de la productividad del Recinto Suncamal.

En la actualidad en los Recintos antes mencionados existe el escaso aprovechamiento de las áreas potencialmente turísticas, generado por el bajo nivel de conocimiento técnico de sus habitantes.

Otras situaciones problemáticas que también se han detectado que tienen mucha relación con el problema principal es el poco conocimiento agro turístico que poseen muchos de los pobladores del sector.

Ciertos pobladores de estos Recintos y del Cantón están interesados en invertir en proyectos turísticos, sin embargo existe desconocimiento de la inversión y rentabilidad de un negocio agro-turístico, debido a la inexistencia de la información de inversión financiera.

Los múltiples atractivos turísticos y potencial productivo que poseen estos Recintos del Cantón Cumandá podrían ser aprovechados por los inversionistas

locales, nacionales e internacionales, sin embargo esto no sucede ya que existen pocos planes promocionales y publicitarios.

Las autoridades de turno no han aplicado planes de capacitación a los habitantes del sector, los mismos que pudieran beneficiar al desarrollo de ideas y proyectos relacionados con la producción y el turismo.

1.2. FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Frente a todas estas situaciones adversas que anteriormente se han mencionado, es necesario plantear una pregunta, que de una u otra manera servirá de base para una futura solución a los problemas planteados:

¿La implementación de una Eco-hostería ubicada en el Recinto Río Blanco podría contribuir al desarrollo de las actividades productivas y turísticas de este Recinto y del Recinto Suncamal, Cantón Cumandá?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Ecuador es uno de los países de América Latina y el mundo con mayor biodiversidad biológica del mundo, por tal motivo es un destino turístico para los visitantes nacionales y extranjeros (MEJÍA LÓPEZ, 2009).

Estas ventajas geográficas y climatológicas, acompañadas por un relieve extraordinario son factores que contribuyen a que las tierras ecuatorianas en su mayoría sean muy productivas.

En el Ecuador, la mayoría de la población luego de su jornada laboral realiza actividades de esparcimiento de forma individual o familiar, es decir, destina el fin de semana para trasladarse a sitios donde poder descansar o realizar algún tipo de actividad para olvidar el estrés laboral.

En la provincia del Chimborazo, Cantón Cumandá, existen recintos donde se conjuga la actividad productiva con el turismo, un caso muy puntual involucra las poblaciones de Río Blanco y Suncamal. Ambas poblaciones poseen atractivos turísticos que convierte a estos Recintos en sitios con gran potencial para actividades turísticas y productivas.

Es importante aprovechar los recursos naturales de estas zonas del Cantón Cumandá y explotar el potencial, esta intención tiene como principal objetivo incentivar la actividad productiva y turística de la zona, así los habitantes tendrán la oportunidad de mejorar sus ingresos y su calidad de vida.

La escasez de fuentes de trabajo obliga a los pobladores de las zonas, emigrar a otros puntos del país en busca de los recursos económicos que requieren para el sustento familiar, muchas familias se disgregan a causa del éxodo.

Una alternativa para muchos problemas hallados en el presente trabajo investigativo, sería la creación de una empresa que a más de dedicarse a la actividad turística, también beneficie a los pobladores del sector.

La creación de una Eco-hostería ubicada en el Recinto Río Blanco podría ser la solución a estas adversidades, la intención sería que aparte de promover el turismo a los visitantes, también se dé a conocer las actividades productivas del Recinto Suncamal, actividades tales como la elaboración de panela, la elaboración de quesos u el cultivo de orito (*Musa acuminata* AA) de manera orgánica.

La Eco-hostería estará ubicada en el Recinto río Blanco, en la propiedad del Ing. Gorky Maquizaca, este visionario está seguro que la implementación de un negocio de este tipo no sólo favorecerá sus intereses personales, también es beneficioso colectivamente a atraer turistas, inversores, productores y otros empresarios para adquirir los productos que se elaboran en la zona.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Diseñar la propuesta para la implementación de una Eco-hostería en el Recinto Río Blanco, con la finalidad de promover el agro-turismo y la práctica de deportes extremos en beneficio de los habitantes del sector.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Determinar la potencialidad turística que posee el Recinto Río Blanco para la realización de eco-turismo y deportes extremos.
- Indagar información específica de los temas y detalles relacionados con el turismo de montaña.
- Determinar la viabilidad técnica, de gestión, de mercado y legal que requiere la investigación necesaria como base para algún tipo de propuesta que se pretenda plantear en el sector.
- Diseñar la propuesta para la creación de una Eco-hostería, con la finalidad de beneficiar tanto a los inversores como a la comunidad aledaña.
- Estimar el nivel de inversión y la rentabilidad esperada que representa una Eco-hostería en el Recinto Río Blanco.

CAPITULO 2

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 ANTECEDENTE HISTÓRICOS

2.1.1 Antecedentes históricos del Cantón Cumandá

De acuerdo al Honorable Municipio de Cumandá, la misma como Parroquia se creó el 4 de Diciembre de 1968 por decreto del Ministerio de Gobierno publicado en el registro oficial N° 67 y con acuerdo ministerial N° 95, siendo Alausí su cabecera cantonal (CHIMBORAZO, MUNICIPIO CUMANDÁ, 2013).

El 8 de Agosto de 1985, el Señor Edgar Maquisaca Bermeo, presidente del Comité pro-Cantonización¹, expone la solicitud de cantonización al Honorable Congreso Nacional, siendo esta moción negada en primera instancia. Luego se presenta una demanda de inconstitucional ante el Tribunal de Garantías Constitucional, el primero de Septiembre de 1987. Posteriormente, el 8 de Noviembre de 1989 el tribunal Constitucional acepta la demanda (MUNICIPIO DE CUMANDÁ).

Finalmente, el 28 de Enero de 1992 se crea el Cantón Cumandá por mandato del Honorable Congreso Nacional, mediante ley 138, publicada en el registro oficial, N° 862.



Gráfico 1.- Escudo y Bandera del Cantón Cumandá

¹ Abuelo de la Autora del presente trabajo

2.1.2 Antecedentes históricos del Recinto Suncamal

El Recinto Suncamal, perteneciente al cantón Suncamal antiguamente era conocido como Yunga, en honor a la gran cantidad de aves denominadas princesas, de las cuales su nombre científico es (*Pharomachrusauriceps*). En el año de 1699 esta zona pertenecía al Cantón Alausí, justamente en el año del hundimiento de Carihuirazo (ESPOL, 2009) .

El cantón Alausí y todo su territorio incluido el recinto Suncamal fueron unas de las primeras tierras que conquistaron los españoles y fundaron en el sector del antiguo Reino de Quito, ceremonia que realizó Sebastián de Benalcázar el 9 de junio de 1534. En los primeros periodos de la conquista fue erigida en Tenencia y conservaba bajo su competencia a los pueblos de Chunchi, Guasuntos, Sibambe y Tixán.

Debido a sus ventajas geográficas, en el período de la colonia se constituyó como una zona de coyuntura que unía a pueblos de la Costa y Sierra y al comenzar las reyertas por la libertad fue una de las principales que plegaron a la Revolución del 9 de Octubre de 1820, anunciando su independencia el 13 de noviembre del mismo año, luego de conocer la conquista heroica en la lucha del Camino Real.

El Capitán Valdés se adjudicó con el cantón General Antonio Elizalde (Bucay) y Milagro, el capitán Dávalos se quedó con lo que actualmente es conocido como El Triunfo y por último el Capitán Fiallos se confirió el recinto de Suncamal, con el transcurrir del tiempo ellos comenzaron a vender esos terrenos y los primeros compradores provenían de Sibambe, cuando todo lo que rodeaba al lugar era montañas y árboles muy frondosos, situación que era similar a una selva, y es así como paulatinamente la población fue llenando el recinto Suncamal (CHIMBORAZO, MUNICIPIO CUMANDÁ, 2013).

Los primeros habitantes se esforzaron en conjunto para engrandecer el recinto, a través de la realización de mingas en el sector, abriendo caminos para llevar el agua de los páramos, para obtener energía eléctrica, etc. Por otra parte también se sabe de la existencia ya de grandes plantaciones de caña de azúcar, la cual era molida con los

primeros trapiches movido por una yunta, es así como empezó la tradición de la panela y el agua ardiente.

La mayor parte de la población realiza esta actividad como fuente de ingresos a pesar de que en estos tiempos actuales esta tradición ha ido disminuyendo, es así que desde el año 2001 se instituyeron fábricas de producción de panela, azúcar morena y productos lácteos que favorece a los habitantes del sector.

2.2 MARCO REFERENCIAL

2.2.1 Eco-hosterías a nivel nacional

En base a proyectos similares y que se encuentran ya establecido a nivel nacional, se procederá a realizar una breve investigación acerca de sus servicios y actividades de distracción que ofrecen a los visitantes.

Es importante conocer la experiencia de este tipo de negocios orientados hacia el turismo dentro de la naturaleza con conciencia ambiental, para poder contar con información real y verídica que aporte a la visualización y proyección de una Eco-hostería y la práctica del agroturismo y deportes extremos dentro del Cantón Cumandá.

a) Eco-hostería Toa Toa



Gráfico 2.- Eco-hostería Toa Toa

La Eco-hostería Toa Toa está situada en la Isla Jambelí, a 20 minutos de la Ciudad de Machala, Es un primordial atractivo turístico que se encuentra en la costa

de la provincia de El Oro, caracterizada por la hermosura de su paisaje y su biodiversidad (ECOSTRAVEL, 2010)

Entre las comodidades que brinda esta Eco-hostería se encuentra 11 cabañas elaboradas con caña guadúa o bambú y puede albergar a 50 personas aproximadamente, acopladas a las demandas de los clientes en temas de espacio y comodidad.

Este sitio se encuentra rodeado por los bosques del Manglar dentro del Archipiélago de Jambelí, y su la majestuosidad de su paisaje es uno de los pocos que hay a nivel mundial. En Toa Toa se realizan varias actividades entre las cuales la visita a los observatorios naturales de iguanas, pelicanos, visita al museo marino en donde se combinan la biodiversidad y el entretenimiento (ECOSTRAVEL, 2010).

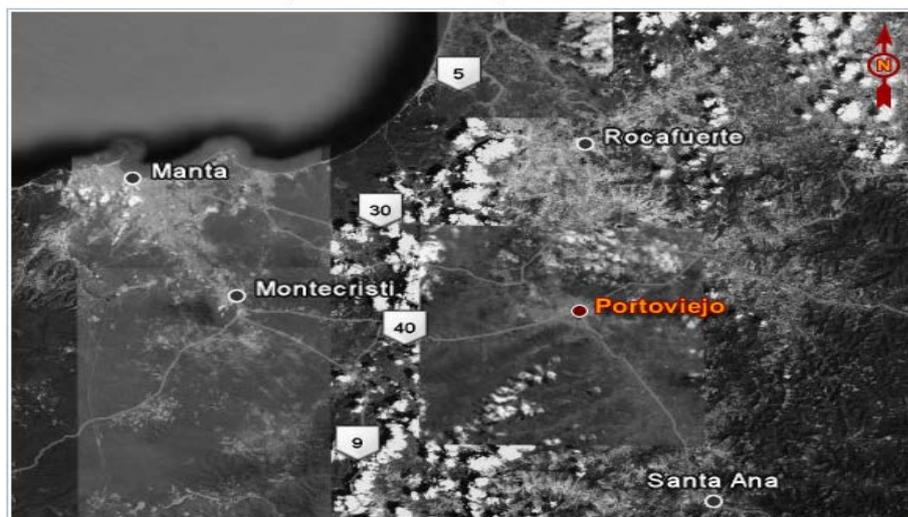


Gráfico 3.- Mapa de la Eco hostería

a) Las Cavernas de Jumandy

Denominadas así en honor a un guerrero de una leyenda amazónica, el cacique que levantó una revolución frente a los españoles en el año de 1578. El indio Jumandy resistió a la rebelión española delimitando un campamento y refugiándose en estas cavernas cuando el español Francisco de Orellana y su tripulación buscaban el oro de este país.

También estas cuevas fueron sitio escogido por los shamanes para realizar ritos espirituales y ayunos. Jumandy el cacique es considerado como un emblema de la amazonia y símbolo de valor y lucha constante.



Gráfico 4.- Laguna de Jumandy

Las Cavernas de Jumandy se encuentran situadas a 2 km de la Ciudad de Archidona, sus cuevas tienen aproximadamente 1900 metros de longitud y de 5 metros de ancho y 7 de alto. Su temperatura alcanza los 23° Centígrados.

Las Cavernas o Lagunas de Jumandy es uno de los sitios turísticos más representativos de la Provincia del Napo.

Su recorrido dura aproximadamente una hora, en donde se puede observar la afluencia gran cantidad de agua subterránea que forma una laguna de 8 metros de largo y 4 de profundidad, y las extraordinarias estalactitas y estalagmitas², que han surgido a través del tiempo, son concreciones calcáreas de origen natural y forman curiosos gráficos que se han diseñado con una sorprendente distribución.

Estas cuevas se dividen en 2: La cueva del Río, que es la más visitada y se transita por la rivera del río. Y la Cueva de agua mineral que emana del interior de la misma, de la cual también se abastece la piscina que se encuentra en la entrada de la Eco-hostería. Se pueden tomar fotografías, filmar el recorrido o formar excursiones para alguna entidad en especial.

² Son formaciones de roca que se encuentran dentro de las cuevas.

Adicional a esto la Eco-hostería Toa Toa posee piscinas, tobogán, y canchas deportivas, bar y restaurante (ECOSTRAVEL, 2010).

b) Hotel Hacienda Abraspungo

El Hostal Abraspungo, una empresa hotelera ubicada en la Provincia de Riobamba que se caracteriza por estar a 2,754 msnm, cerca de los Andes ecuatorianos. Su nombre proviene de dos palabras indígenas, “ABRAS” que significa abertura profunda en la cangahua originada por la erosión de las aguas y la palabra “PUNGO”: que significa “la puerta de entrada”.



Gráfico 5.- Hotel hacienda Abraspungo

Presenta un estilo arquitectónico colonial. También ofrece servicios personalizados en sitios con agradables paisajes.

Posee 42 habitaciones con modernos elementos de diseño interior, además cada habitación lleva el nombre de una de las montañas ecuatorianas. Entre los servicios que la hostería ofrece están:

- Bar Restaurante
- Salón principal
- Servicio de Internet
- Teléfono
- Lavandería

- Salón de masajes
- Juegos de salón
- Amplios parqueaderos
- Tiendas
- Etc.

Actividades en Hacienda Abraspungo

- Paseo a los hieleros del Chimborazo
- Tours
- Paseos en bicicleta.
- Paseos en tren
- Trekking
- Paseo a caballo
- Etc.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Análisis Pest.- Este análisis se enfoca en el estudio del entorno exterior de la empresa y sus siglas corresponden a los factores político, económico, social y tecnológico que influyen en la organización. Mediante este análisis se puede monitorear a la competencia.

Biodiversidad.- Es el grupo de especies vegetales y animales, de los microorganismos, entornos naturales, y la conservación de la flora y fauna que asegura la sobrevivencia y el bienestar de la naturaleza.

Conciencia Turística.- Es el despertar de la responsabilidad que tenemos todos los seres humanos en proteger el entorno natural y reflejar positivismo a los turistas internos y externos.

Consumidores.- Conjunto de individuos que cubre sus demandas mediante la adquisición de bienes y servicios resultado de un proceso productivo, dentro de un mercado y de acuerdo a sus preferencias (PORTER, 2009).

Demanda.- Demanda es la cantidad de bienes y servicios que adquiere un sector determinado de la población, a los diversos precios que ofrece el mercado.

El ecoturismo.- Se trata del turismo que se lleva a cabo en lugares biológicos en donde la naturaleza es el principal motivo de atracción y objeto de estudio para algunos científicos cuyo objetivo es el cuidado de la flora y fauna.

FODA.- Es un método de diagnóstico de las empresas, para estudiar la competitividad de la misma realizando combinaciones de factores internos y externos y así delinear estrategias apropiadas para afrontar a la competencia (KRUGMAN & WELL, 2007).

Fuerzas de Porter.- Método muy popular y valioso para formular estrategias corporativas, para generar una cadena de valor eficaz, ventajas competitivas a largo plazo de un mercado o de un área en específico (PORTER, 2009).

Mercado turístico.- Es el conjunto global de demandas turísticas sea de bienes o servicios requeridos a los operadores de turismo sea esto de algún lugar fuera o dentro del país.

Mercado.- Lugar donde convergen tanto compradores como ofertantes. Es necesario diferenciar el concepto entre mercado e industria, ya que el mercado es más amplio que una industria. (KRUGMAN & WELL, 2007).

Muestra.- Es una cantidad significativa que se extrae de una población total y que tienen que poseer características importantes y ajustadas a lo que el estudio requiere para obtener resultados efectivos.

Oferta.- Cantidad de bienes y servicios ofertados por una empresa, en un mercado a un precio y periodo de tiempo determinado, para suplir las necesidades de un sector de la población en específico.

Orografía.- Es una rama de la geografía, que detalla los relieves y superficies externas de la tierra. Estudia la geografía física a nivel general y de un país o zona específica.

Precio.- Valor monetario que posee un bien o servicio, que el demandante debe pagar por las características y ventajas que le dan el valor a dicho producto o servicio (KRUGMAN & WELL, 2007).

Segmentación de mercado.- Partiendo de que un mercado es demasiado amplio como para satisfacer todas las necesidades en general, es de vital importancia la división de este en segmentos de acuerdo a variables específicas como la edad, sexo, gustos, etc. A esta división se le denomina segmentación de mercado, luego de este importante proceso se puede ofertar de manera eficaz (Paul R. Krugman, 2007).

Turismo místico o religioso.- Hace referencia a la visita de algún lugar en épocas de celebraciones religiosas o peregrinaciones.

Turismo rural.- Es el que se realiza en el medio de montañas y vegetación. Lo prefieren especialmente las personas que desean alejarse de la contaminación y ruido de la ciudad y los que desean conocer las labores del campo de una zona determinada (ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, 2013).

Turismo Sostenible o Sustentable. Como su nombre lo indica es el turismo que genera beneficios tanto para los visitantes como para los lugareños y la naturaleza misma, ya que los turistas conocen el lugar, aportan a las comunidades del sector y lo hacen de manera que su paso no destruya el ecosistema (ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO, 2013).

2.4 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Para la elaboración del presente proyecto es importante conocer los diversos conceptos y enfoques de temas relacionados al mismo, para poder establecer similitudes y diferenciaciones, ventajas y desventajas, y así también poder realizar un análisis de su situación actual.

2.4.1 Ecoturismo

El Ecoturismo propicia la conservación y el uso sostenible del medio ambiente y ayuda al desarrollo económico de las comunidades locales. Costa Rica y Panamá son los principales países que fomentan esta clase de turismo, y son los países más accionados a nivel mundial (JIMENEZ BULLA, 2013).

En el ecoturismo se da importancia al cuidado del espacio natural en donde se realiza la actividad turística, el paisaje que ofrece la flora y fauna del lugar es el principal protagonista, en este tipo de turismo se busca acercar al visitante con su ecosistema y ayudar a las comunidades del sector.

2.4.2 Formas de hacer turismo

El turismo, como uno de los rubros que más ha aportado al incremento de la renta a nivel internacional, se ha visto explotado principalmente por los países del primer mundo para atraer la inversión extranjera y aumentar sus divisas (JIMENEZ BULLA, 2013).

El sector turismo no es la excepción, pues un gran número de empresas y organizaciones le han dado este sentido a su oferta.

Es así como han surgido diversos nombres que dan cuenta de un mínimo impacto ambiental, estos son: turismo ecológico, turismo verde, turismo ambiental y ecoturismo.

Turismo deportivo

Por lo general, esta clase de turismo se la realiza en el área rural, la realizan tanto las que viajan como espectadores de un evento deportivo como las que van a realizar actividades deportivas. Estas actividades pueden ser: pesca deportiva, caza, ciclismo de montaña, etc. (OLMOS JUÁRES & GARCÍA CABRIAN, 2011).

Turismo cultural

Este tipo de turismo utiliza todos los recursos culturales existentes en una población generalmente rural, entre ellos tenemos los recursos históricos, los recursos artísticos, las costumbres, y otros, el objetivo principal es valorar los orígenes y mantener la tradición por muchos años más (OLMOS JUÁRES & GARCÍA CABRIAN, 2011).

Turismo de aventura

Generalmente este tipo de turismo se caracteriza por ser de alto riesgo, ya que se practica actividades como Trekking, overlanding, expediciones, etc. El objetivo de esta clase de turismo se basa en descubrir sitios naturales nuevos, y generar en el visitante adrenalina y curiosidad por conocer un lugar poco explotado por la actividad turística (OLMOS JUÁRES & GARCÍA CABRIAN, 2011).

Los deportes que se realizan en ríos, que pertenecen al turismo de aventura, así como el senderismo, trecking, escalada, etc., son los mas opcionados por una gran cantidad de turistas que gustan de hacer actividades deportivas de montaña” (OLMOS JUÁRES & GARCÍA CABRIAN, 2011) .

Turismo Sostenible

A medida que pasa el tiempo y desde hace una década atrás hemos sido partícipes y testigos del evidente cambio climático y la extinción de animales silvestres a nivel mundial.

El turismo a pesar de ser un rubro que se posiciona entre las principales generadoras de divisas a nivel mundial, es también sinónimo de problemas ambientales.

Es así que: *“De una parte, su dimensión lo convierte en uno de los primeros agentes de impacto ambiental, de otra parte, los cambios en el ambiente condicionan su viabilidad (GONZÁLES & LEÓN, 2010)”*.

También posee una desventaja de tipo climático, ya que el calentamiento global y los pronósticos sobre el paulatino deterioro y escasez de los recursos naturales hacen que esta actividad tenga un futuro incierto o poco favorable. Su principal atracción es la biodiversidad y si esta desaparece o disminuye, el turismo también se volvería poco factible (GONZÁLES & LEÓN, 2010).

Este fenómeno mundial es llamado “Desarrollo Sostenible”. Esto es que la sostenibilidad representa la construcción de un modelo de desarrollo mundial que vaya de la mano con los límites de la naturaleza.

2.4.3 Teorías acerca del turismo

1) La teoría compensatoria

Consideran a la actividad del ocio y turismo como elementos compensatorios para la funcionalidad de la sociedad entera y como forma de equiparar la vida productiva y las consecuencias de esta. Entre ellas están:

Teorías humanistas.- Enfocan al ocio y al turismo como actividades recreacionales propias del ser humano. No representa solamente a actividades que ayudan al hombre a descansar y recrearse por un periodo de tiempo fuera de las actividades laborales, sino también a actividades que sirven para descubrirse a uno mismo y expresar lo mejor de sí (BASTIDAS, 2007).

De la alineación.- Que pone énfasis en la dominación de sus propios receptores. El auge del turismo, interviene en la desestimación de los recursos naturales, cultura y costumbres de los lugareños del sitio turístico (BASTIDAS, 2007).

2) Teoría de la motivación turística

La actividad turística es un compendio de experiencias que se viven en un periodo determinado, por lo tanto este es un servicio que no se puede almacenar, es algo abstracto que motiva al turista a consumir y ser consumido.

Es por esto que algunos autores descifran al turismo como una actividad que constituye un conjunto de motivaciones que se fraccionan en diversas etapas. La motivación turística se da como parte de la libertad para elegir, de para estimar y, para realizar las actividades predilectas de cada uno.

La motivación son todos aquellos procesos encargados de la necesidad del ser humano de realizar un gran esfuerzo con el fin de alcanzar las metas corporativas, dependiendo siempre de la magnitud del esfuerzo para suplir dicha necesidad personal.

3) Teoría económica del turismo

El turismo como empresa o institución posee un dinamismo tal que puede ser considerado como una fuerza productiva debido a su actividad. Es decir manifiesta muchas relaciones directas e indirectas con otros gremios productivos, industriales y de servicios (LOZANO RODRÍGUEZ, 2006).

Es un sector capaz de proveer de fuentes de trabajo sean eventuales (por temporada) o permanentes, de tal manera que contribuye a minimizar el índice de desempleo.

Por ende se considera al sector turístico como una industria, pues presenta oferta de bienes y servicios a los consumidores y clientes y demanda de ingresos económicos para su existencia (LOZANO RODRÍGUEZ, 2006).

Para el MINTUR 2002, existen tres elementos que interactúan entre sí:

- a) El turista, que es considerado el cliente o el demandante de bienes y servicios.
- b) El elemento geográfico, que lo constituye todos los sitios o lugares de una región o País.
- c) La industria o el sector turístico, empresa que oferta los servicios que el turista demanda (LOZANO RODRÍGUEZ, 2006).

2.4.4 El agro-turismo como tendencia de desarrollo

Etimológicamente, el término compuesto agroturismo proviene de los dos vocablos agro que significa campo y turismo que significa desplazamiento de personas.

El agroturismo es también denominado como agro-ecoturismo, esta práctica consiste en brindar al visitante las facilidades para que pueda observar y participar de la elaboración de los productos y procesos agrícolas que se realizan en las fincas del sector. (IICA, 2008).

Este tipo de turismo se caracteriza por visitar a emprendimientos de actividad agropecuaria generalmente desconocida por los ciudadanos, teniendo como principal fortaleza el hecho de involucrar a los visitantes en las mismas.

Estas pueden ser pesca y paga, alojamiento, restaurante con comidas típicas de la zona, oferta de artesanías o compra de artículos directamente de manos del productor, intervenir en la cosecha de frutas, experimentar el ordenamiento de una vaca, ayudar en la elaboración de la panela, quesos etc. Y por último conocer las actividades y proceso de plantas ornamentales en un vivero (IICA, 2008).

Los demandantes de este servicio están ansiosos por experimentar las técnicas productivas, participar de todo lo que incluye la vida del área rural, conocer cómo se expone la historia, cultura y tradiciones del sector. Las ventajas más notorias que produce del agroturismo es que ayuda a combinar las actividades agrarias y la conservación del ecosistema.

2.4.5 Importancia del Agro-turismo en el Ecuador

En la última década el agroturismo se ha venido desarrollando internacionalmente; por las circunstancias geográficas, topográficas, y socio-económicas que mantiene el Ecuador podría convertirse en uno de los países latinoamericanos más escogidos como destino turístico por los extranjeros.

Si se aprovecha estas ventajas competitivas tanto en esta categoría así como también lo sería en el ecoturismo y lo relacionado al medio natural que es el ámbito de mayor conservación para este milenio según la Organización Mundial de Turismo (O.M.T. 2013).

El rubro agropecuario del país aporta al Producto Interno Bruto (PIB)³ con un porcentaje del 16.5% de manera directa, dicho índice es mayor que el del sector manufacturero, de servicios gubernamentales y el petróleo, mientras que el turismo contribuye con el 8% al PIB.

Si se asocian los sectores turismo y agro, la relevancia de este sector en la economía del Ecuador sería aún más trascendental, ya que se conoce que la agricultura y el turismo al ser explotados apropiadamente se transformarían en las fuentes de ingresos para el país en el futuro.

El progreso del agro-turismo en el país, ayudaría a reducir significativamente el desempleo y la pobreza de los ecuatorianos que habitan en el sector rural los cuales son quienes más conocen las labores del campo.

2.5 GENERALIDADES DEL CANTÓN CUMANDÁ

a) Localización física

El siguiente mapa muestra la localización del Cantón Cumandá, sus límites con los demás cantones de la Sierra y de la Costa. Como se puede observar, la zona marcada

³ Producto Interno Bruto (PIB): *Es el valor monetario de todos los bienes y servicios finales generados por un país en un período determinado.*

con color naranja es donde está situado el cantón Cumandá, lugar donde se implementará la propuesta. (Ver Gráfico #10)



Gráfico 6.-Cumandá, Provincia del Chimborazo

Cumandá es un cantón que se encuentra ubicado en la parte sur-occidental de la Provincia del Chimborazo posee una extensión de 158.7 km², fue canonizado el 28 de enero de 1992. El Cantón Cumandá se encuentra a unas 2.45 horas de Riobamba y su cabecera cantonal se encuentra ubicada a orillas del Río Chimbo que la separa del vecino Cantón General Antonio Elizalde (Bucay).

b) Climatología

El cantón Cumandá debido a su ubicación geográfica posee una variedad de microclimas que van desde Cálido Tropical al Templado Subtropical lo cual ha permitido el cultivo y desarrollo de toda clase de productos, posee el clima de la costa en el sector de La Isla y el clima de la Sierra que empieza a raíz de la cabecera cantonal es así que su temperatura promedio oscila entre los 20 y 26 grados centígrados. Y se ubica a una altitud de 300 a 1900 msnm y con una precipitación anual que varía de 600 a 2000 mm (ROMERO, ALARCÓN, & SEGOVIA, 2009).

c) Características hidrográficas

Cumandá tiene una importante fuente fluvial, sus principales ríos son el Chimbo, San Pablo, Sacramento y Chanchán los cuales provienen de los páramos del cantón Guamate, Alausí y Chunchi. Además existen cuerpos de agua que surgen de las micro cuencas Curiquina, Achin, Shirín y Gulaguayaco.

Esta es una de las ventajas del cantón ya que sus abundantes cuerpos de agua ayudan a incrementar su producción agrícola (ROMERO, ALARCÓN, & SEGOVIA, 2009).

d) Demografía

El cantón Cumandá tiene 12.922 habitantes los cuales constituyen el 2,82% de la totalidad de la población provincial, en el casco urbano la población se aproxima a 8.626 habitantes que componen el 66,8%, de la población general de Cumandá (ROMERO, ALARCÓN, & SEGOVIA, 2009).

En la zona rural habitan 4.296 personas, que constituyen el 33,2% de su población. Respecto al porcentaje entre población masculina y femenina, se puede concluir que se sitúa en un 50/50 ya que el 50,9% lo componen las mujeres y el 49,1% a los varones. (Ver Tabla #1)

SEXO	POBLACIÓN CENSO 2010	PORCENTAJE
HOMBRES	6.343	49,1
MUJERES	6.579	50,9
TOTAL	12.922	100%

Tabla 1.- Población Cumandá, Censo 2010

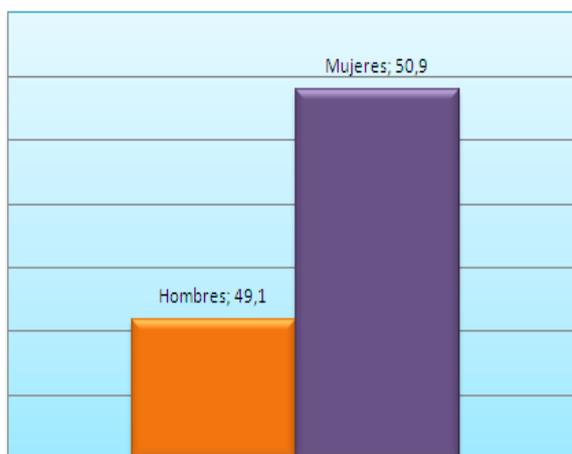


Gráfico 7.- Población Cumandá, Censo 2010.

2.6 GENERALIDADES DEL RECINTO SUNCAMAL

a) Biodiversidad

En el recinto Suncamal se puede hallar una gran gama de plantas tanto nativas como para la alimentación o fabricación de adornos, es decir para el uso decorativo de las viviendas del sector.

b) Actividad Agraria

Como en todo el cantón su principal fuente de ingreso es la agricultura, como se ha mencionado antes la siembra de caña de azúcar, papa china, pasto, plátano y diferentes clases de frutos cítricos.

c) Microempresas

El recinto Suncamal posee varios sitios en donde se elabora la panela y miel de panela de forma artesanal, contando con aproximadamente 60 hectáreas de caña de azúcar, también se elabora alcohol, y productos lácteos (IBID, 2010).

La característica del recinto Suncamal la tradicional elaboración del aguardiente y la panela, existen varias fincas como la Fábrica y San Vicente quienes cumplen con

exposiciones sobre el proceso para la transformación de la caña de azúcar en sus correspondientes derivados.

También se puede realizar visitas a la cascada Chiclay que se encuentra a 3 km del recinto Suncamal.

d) Ríos Chimbo Y Chanchán

Por sus importantes recursos hídricos, el cantón Cumandá cuenta con dos grandes Ríos que sirven para realizar deportes extremos, estos son el Rio Chimbo y Chanchán. En ellos se puede realizar actividades como Kayak, Tubing y rafting. Estos deportes se pueden llevar a cabo en la zona de Cascajal y Naranjapata.

e) Educación

Una gran parte de los habitantes de Suncamal poseen solo instrucción primaria, esto es debido a que en la mayoría de los casos los lugareños no poseen los recursos económicos básicos para seguir con su educación y por lo tanto han resuelto dedicarse a las actividades agropecuarias. En la actualidad muchos jóvenes han terminado la instrucción secundaria a través de las facilidades que ofrece el estudio a distancia, y muy pocos han tenido una instrucción académica de tercer nivel.

2.7 MARCO LEGAL

Para iniciar un negocio relacionado con el turismo, es necesario que entre las planificaciones generales se incluyan los aspectos legales, es decir todo lo inherente a los permisos de funcionamiento, los requisitos legales de instituciones rectoras que ejercen control sobre el giro del negocio (LEY DE TURISMO, 2013).

Sí se menciona turismo en cualquiera de sus clasificaciones, la primera ley que se debe atender es la ley de Turismo, en ella expresa claramente quien o quienes están facultados para ejercer esta actividad, que requisitos se requieren, y de qué manera el usuario o turista debe ser tratado, es decir los derechos del consumidor.

LEY DE TURISMO

Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic-2002

Última modificación: 06-may-2008

Estado: Vigente

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.

Inversores del Recinto Río Blanco del Cantón Cumandá pretenden implementar un negocio relacionado con el turismo ecológico y el agro turismo, por tal motivo el art. 12 de la ley de turismo indica:

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

Es importante determinar cuál es el órgano rector de la actividad turística y que facultades le son atribuidas:

CAPITULO IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO (MINISTERIO DE TURISMO, 2013)

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del País;
3. Planificar la actividad turística del País
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información; ENTRE OTRAS

La empresa que se pretende implementar está ubicada en el Recinto río Blanco perteneciente al cantón Cumandá, es un área netamente natural y ecológica (MAQUIZACA, 2013), por tal motivo es importante entender las disposiciones en el siguiente capítulo de la Ley de Turismo (LEY DE TURISMO, 2013).

CAPITULO VI

ÁREAS TURÍSTICAS PROTEGIDAS

Art. 20.- Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso, y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley (MINISTERIO DE TURISMO, 2013).

El Ministerio de Turismo deberá sujetarse a los planes de manejo ambiental de las áreas naturales protegidas, determinadas por el Ministerio del Ambiente.

El cliente o turista, persona que pretende hacer uso de los servicios que una entidad dedicada a la actividad turística, está amparado en el capítulo X de la Ley de turismo, el cual garantiza sus derechos.

CAPÍTULO X

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Art. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

- a. El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;
- b. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;
- c. El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material; ENTRE OTRAS

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR (ASAMBLEA NACIONAL, 2008)

En la Constitución Política de la República del Ecuador, reformada en el año 2008 se establecen claramente parámetros que deben ser observados para no caer en ilegalidades respecto a la implementación de negocios relacionados con el eco turismo (ASAMBLEA NACIONAL, 2008).

También la Constitución señala la importancia de preservar la naturaleza, por tal motivo la planificación de los inversores debe contemplar estos argumentos constitucionales para no infringir la ley.

Sección II

AMBIENTE SANO

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, Sumak kawsay.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados (ASAMBLEA NACIONAL, 2008).

Capítulo VII

DERECHOS DE LA NATURALEZA

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

CAPÍTULO 3

3 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN

La investigación de mercado se realizará con el fin de obtener información acerca de las preferencias o gustos del consumidor en lo que a actividades de recreación y lugares turísticos se refiere.

También se persigue la recolección de datos cuantitativos, es decir el porcentaje de visitantes nacionales, extranjeros, con capacidad de pago, etc., factores que puedan confirmar la hipótesis propuesta sobre la posibilidad de crear una Eco-hostería para promover el agroturismo y la práctica de deportes extremos en el Recinto Río Blanco y Suncamal en el Cantón Cumandá de la Provincia del Chimborazo.

A continuación se expresarán las técnicas e instrumentos a utilizar para la consecución de datos.

3.1.1 Tipo y Diseño de la Investigación

Investigación correlacionar: Como su nombre lo indica se refiere a la relación que puede existir entre dos o más variables que incidan fuertemente en torno al problema o fenómeno de estudio. Esta investigación es de gran importancia ya que el objeto de estudio tiene múltiples variables causales (GÓMEZ, 2006).

Para el presente trabajo investigativo es necesarios el análisis de muchas variables que intervienen en el contexto del proyecto, es decir, se debe tomar en cuenta todos los aspectos básicos que de manera intrínseca conforman el entorno de la investigación, así, relacionará en primer lugar las características de las personas con la necesidad de hacer uso de servicios turísticos.

Otra relación es la simbiosis que habría ente las actividades productivas de una región con las actividades turísticas de otra (Recinto Suncamal y Río Blanco).

3.1.2 Método de investigación

Método Analógico

Como su nombre lo indica, se refiere a la analogía o similitud que puede existir entre un fenómeno social y otro.

Este método se aplicará para establecer comparaciones entre los objetos de estudio que aquí se exponen, es decir, las diferencias o similitudes entre la clase de turismo que el presente proyecto plantea confrontado con las demás clases de turismo existentes a nivel nacional y mundial (GÓMEZ, 2006).

La actividad turística como se manifestó en el capítulo anterior del presente proyecto, presenta tipos y clasificaciones de la misma, lo que obliga al investigador a estudiar cada una de ellas para poder aplicar el mejor tipo de turismo al trabajo investigativo.

3.2 UNIDADES DE OBSERVACIÓN

3.2.1 Tipo de muestreo a utilizar

La muestra que se empleará es de tipo **no probabilística**, esto quiere decir que las personas a encuestar o consultar serán elegidas a criterio de la investigadora. Esto se debe a que el perfil del encuestado debe ajustarse a la naturaleza del tema o de la investigación que se está realizando, para poder generar información importante y confiable.

3.2.2 Tamaño de la Muestra

Población.- Según la información obtenida en el Diagnóstico de la promoción turística del Cantón Cumandá, la mayoría de los visitantes al cantón provienen de la

Ciudad de Guayaquil, por lo tanto la población que se escogerá para obtener información será la Población de esta Ciudad (ESPOL, 2009).

La Muestra.- Sin embargo la población total de Guayaquil es de 2'278.691 habitantes⁴, por lo tanto es necesario extraer una muestra representativa de la misma según los aspectos requeridos por la investigadora del presente trabajo estén dentro de los parámetros requeridos, es decir, personas con poder adquisitivo, mayores de edad, no mayores a 80 años.

Los datos de una muestra siempre son inciertos, pero cuando provienen de todos los elementos de una población, la certidumbre es posible.

Por tal motivo se trabajará con la Población Económicamente Activa de la Ciudad en cuestión, así son 1.510.312 de habitantes (47,8%)⁵ la cual representa a una población finita, es decir que se conoce con exactitud la cantidad sobre la cual se calculará el tamaño de la muestra según la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2 + pq}{Z^2}}$$

Tabla 2.- Fórmula de la población finita

n:	Tamaño de la muestra
N:	Tamaño de la población
P:	Posibilidad de que ocurra un evento, p=0,5
q:	Posibilidad de no ocurrencia de un evento, q=0,5
E:	Error, se considera el 5%, E=0,05
Z:	Nivel de confianza, que para el 95%, Z=1,96

Tabla 3.- Componentes de la formula

⁴ CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA, *Instituto ecuatoriano de estadísticas y Censos INEC 2010*

⁵ CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA, *Instituto ecuatoriano de estadísticas y Censos INEC 2010*

La toma de la muestra fue realizada en distintos sitios de la ciudad, con preferencia al sector centro de la urbe, por la cantidad de habitantes por área de encuesta y presumiblemente con poder adquisitivo.

Otros sitios como la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, El Aeropuerto José Joaquín de Olmedo y la Terminal Terrestre de Pasajeros Ab. Jaime Roldós Aguilera también fueron sitios de encuesta.

Las horas escogidas para realizar dichas encuestas fueron repartidas entre lunes miércoles y viernes de 9:00 a 13:00 y martes y jueves de 14:00 a 18:00. Obteniendo un total de 385 encuestados (tamaño de la muestra), esto es 135 mujeres y 250 hombres estratificados por edad, de 18 a 24, 25 a 44, 45 en adelante.

3.3 ANÁLISIS PEST

3.3.1 Análisis del entorno Político

La provincia del Chimborazo está ubicada en la región sierra en el denominado Callejón Interandino del suelo ecuatoriano. Los Cantones que conforman esta provincia son:

	Cantón	Pob. (2013)	Área (km ²)	Cabecera Cantonal
	Alausí	58.518	1.614	Alausí
	Chambo	12.515	168	Chambo
	Chunchi	15.382	270	Chunchi
	Colta	44.202	820	Cajabamba
	Cumandá	13.104	169	Cumandá
	Guamote	41.376	1.216	Guamote
	Guano	48.127	480	Guano
	Pallatanga	12.151	385	Pallatanga
	Penipe	9.565	375	Penipe
	Riobamba	263.412	990	Riobamba

Tabla 4.- Cantones de la Provincia del Chimborazo

El Cantón Riobamba es la capital de la Provincia del Chimborazo, es ella se halla ubicado el volcán Chimborazo, es más alto de los nevados del Ecuador.

LIMITES	PARROQUIAS	CANTONES	PROVINCIAS
NORTE	Multitud Sibambe	Alausí	Chimborazo
SUR	Ventura	Cañar	Cañar
ESTE	Huígra	Alausí	Chimborazo
OESTE	Chillanes	Chillanes Bycay	Bolívar Guayas

Tabla 5.- División Política del Cantón Cumandá

El Cantón Cumandá, centro de la investigación se encuentra ubicado en el sector sur de la Provincia, a casi 3 horas de Riobamba.

También se halla a orilla de Río Chimbo, a pocos metros del vecino Cantón General Elizalde (Bucay), perteneciente a la Provincia del Guayas (ESPOL, 2009).



Gráfico 8.- División Política del Cantón Cumandá

En la actualidad la alcaldía del Gobierno autónomo descentralizado GAD del Cantón Cumandá la ejerce el Sr. Hernán Vique Villacrés, este a su vez con un quipo de 7 concejales dirigen y administran las acciones necesarias para sacar adelante a este importante rincón de la Patria.



Gráfico 9.- Sr. Hernán Vique Villacres
ALCALDE DEL CANTÓN CUMANDÁ

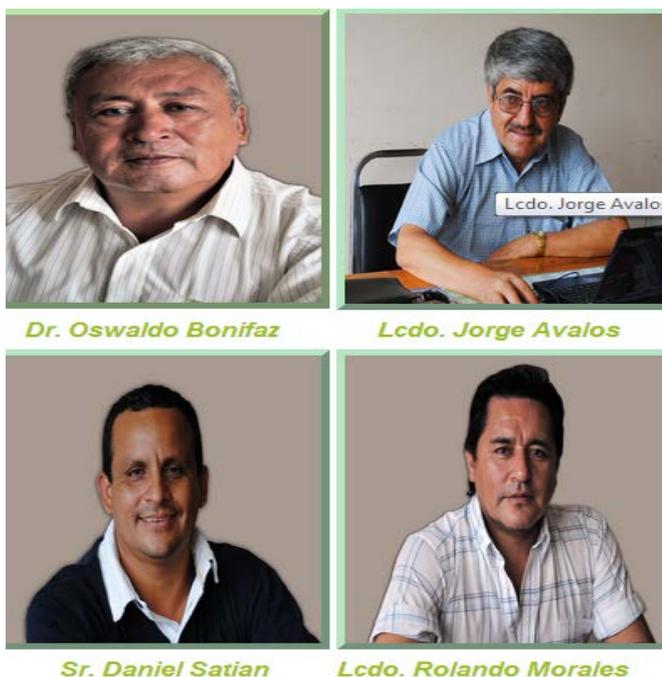


Gráfico 10.- Concejales del Cantón Cumandá

El Cantón Cumandá no posee Parroquias, la mayoría de las poblaciones son Recintos, entre ellos el Recinto Río Blanco a cargo del Jefe Político Sr. Alex Rodríguez presenta un alto potencial de índole agrícola, gadero, ecológico y turístico. Otro Recinto muy cercano a Río Blanco es el Recinto Suncamal, que también posee similares características que el anterior.

3.3.2 Análisis del entorno Económico

La investigación parte en primer lugar de la determinación de la cantidad de hombres y mujeres que existen e el Cantón Cumandá, según el ultimo Censo Nacional de Población y Vivienda realizado por el INEC en el año 2010. Se establece que existen en el Cantón 3.278 hombres (66,20%), y 1.673 mujeres (33,79%) con una población total de 4.951 habitantes.⁶ En cuanto a la distribución, la gran mayoría se halla asentada en el área urbana.

El censo del INEC 2010 tambien revela que la mayor actividad productiva del Cantón se centra en la actividad agropecuaria, luego actividades de comercio y por ultimo otras actividades como transportes, manufacturas, almacenaje, etc.

SECTOR	POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA	GRUPOS PORCENTUALES
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	1.931	39,0%
Industrias manufactureras, construcción, explotación minera, etc.	700	14,1%
Servicios: Comercio al por mayor y menor, enseñanzas, transporte, etc.	1.778	36,22%

Tabla 6.- Distribución de PEA en el Cantón Cumandá

SITUACIÓN DE POBREZA		
Pobres por NBI extremo	3.056	23,60 %
Pobres por NBI no extremo	5.799	44,90 %
No pobre	3.984	30,80 %
Sin definir	83	0,60 %
Total	12.922	100,00 %

Tabla 7.- Situación de Pobreza en el Cantón Cumandá

⁶ Último censo de Población y vivienda INEC 2010

El sistema de alcantarillado también es un servicio bastante aceptable, aunque aun el 12 de los hogares tanto del sector urbano como rural deficiente en el Cantón, tanto en el sector urbano como el el sector rural, no presentan conexión a sistemas de eliminación de excretas (alcantarillado)⁷

El 10.9% de la población tanto urbana como rural reside en viviendas tipo mediagua, ranchos, covachas u otras. Alrededor 0,6% de la población del sector urbano y rural, hay no tiene electricidad.⁸

3.3.3 Análisis del entorno Cultural y Social

El Cantón Cumandá presenta alto índice de analfabetismo, esta situación adversa es latente en todos los grupos étnicos y raciales del Cantón.

GRUPOS SOCIO CULTURALES	PORCENTAJE
INDÍGENA	4,5 %
MONTUBIA	1,6 %
AFROECUATORIANA	4,2 %
MEZTISA Y OTRA	89,7 %

Tabla 8.- Distribución de grupos socio culturales.

Muchos de los pobladores aun mantienen sus hábitos y costumbres, sin embargo muy pocos de los grupos auto considerados indígenas hablan la lengua kichwa.

⁷ Censo de población y vivienda INEC 2010

⁸ Censo de población y vivienda INEC 2010

INCIDENCIA DE ANALFABETISMO	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN
Población indígena	24, 50 %
Área rural	12, 70 %
Pobres extremos	16, 40 %
Mujeres	10, 70 %

Tabla 9.- Distribución de grupos socio culturales

La escolaridad promedio de la población es de 8 años, así, las mujeres en promedio alcanzan 7,8 años de escolaridad, mientras que los hombres alcanzan 8,2 años.

De acuerdo con el SIISE en año 2012, la pobreza por necesidades básicas insatisfechas, alcanza el 68,08% de la población total del Cantón, y el 29,76% de extrema pobreza. El analfabetismo en el Cantón es el 8,77 % y el referente Nacional 9% lo que indica que en el Cantón existe alto porcentaje de analfabetismo.⁹

3.3.4 Análisis Tecnológico

El aspecto tecnológico en el Cantón Cumandá es limitado, esta población requiere del aporte de instituciones tanto públicas como privadas para que puedan en primera instancia crear centros de estudios técnicos y superiores. Dichos centros si bien es cierto no podrían establecerse en la cabecera Cantónal, por lo menos deben estar en las cercanías del Cantón (ESPOL, 2009).

El nivel educativo y cultural de la población es la limitante para el desarrollo tecnológico del sector. Sus habitantes en su mayoría no poseen nivel de educación superior, por ende no resultan ser un aporte positivo en el plano tecnológico, mas bien constituyen la mano de obra de la producción.

⁹ Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador

Durante la visita al Cantón y específicamente a los Recintos Suncamal y Río Blanco, la investigadora pudo detectar tecnología en procesos de producción alimentarios, es decir, elaboración de derivados de la materia prima.

En esta “ruta agro-turística” se visitaron empresas de producción , las cuales están bajo la organización de la Asociación de Mujeres productivas de Sumcamal. Así se mencionan empresas tales como:

1.- Central panelera BÍO – CAÑA (ASO. MUJERES PRODUCTIVAS SUMCAMAL, 2013)

Esta empresa ubicada en el Recinto Suncamal, consiste en la siembra de caña de azúcar con procesos 100% orgánico, es decir sin ningún tipo de preservantes, insecticidas y demás agentes químicos o de alta toxicidad.

El proceso de la panela granulada.- Para lograr la producción o elaboración de la panela granulada se deben contemplar algunos pasos o procesos, entre ellos:

- a) **Tranporte de la caña.-** Las cañas cortadas de los canteros son transportadas hacia la planta, generalmente se usan asémilas o burros para esta labor (ASO. MUJERES PRODUCTIVAS SUMCAMAL, 2013).
- b) **Proceso de molienda o triturado.-** Las cañas son trituradas por el trapiche el cual extrae su jugo o guarapo y este se transporta hacia el interior de la fábrica.



Gráfico 11.- Trapiche y motor para molienda de caña

La caña triturada toma en nombre de bagazo y esta sirve como fuente de combustión para el hormo.



Gráfico 12.- Bagazo de caña y horno para calentar panela.

El guarapo es sometido a altas temperaturas dentro de tinajas metálicas, allí se procede a extraer las impurezas que flotan en la superficie.

- a) **Amercochado del guarapo.-** El guarapo permanece en las tinajas por el lapso de tres a cuatro horas, tiempo en el cual pierde agua por efecto de la alta temperatura y resulta un caramelo líquido de alta densidad (panela).

- b) **Moliendo la panela.-** Luego que la panela está fría se procede a moler manualmente, este producto es depositado dentro de las fundas promocionales, el peso del producto final es de 500 gramos (ASO. MUJERES PRODUCTIVAS SUMCAMAL, 2013).



Gráfico 13.- Panela orgánica granulada y empacada

- c) La funda con la panela granulada es sellada con una máquina selladora (ASO. MUJERES PRODUCTIVAS SUMCAMAL, 2013).



Grafico 14.- Central panelera bío caña, Asociación de mujeres productivas de Suncamal

2.- Fábrica de queso:

También ubicada en el Recinto Suncamal, es donde se elabora el queso a base de la leche que se obtiene en la zona. La cantidad del producto es bastante limitada, ya que no existe suficiente ganado vacuno que proporcione grandes cantidades de leche.

Los quesos elaborados son comercializados en el mercado local.



Grafico 15.- Fábrica de quesos, Asociación de mujeres productivas de Suncamal

3.- Cultivo de Orito (*Musa acuminata* AA) orgánico:

El orito (*Musa acuminata* AA) o guineo enano, es una fruta de buen sabor, su tamaño pequeño lo hace muy atractivo , en especial para el mercado de los Países orientales.

En el Cantón Cumandá se cultiva el orito de una manera orgánica, es decir, no se aplican no fungisidas ni pesticidas ni otro producto químico, es cien por ciento natural, su grado de técnificación es bajo.



Grafico 16.- Plantación de guineo orito orgánico en la ruta agro turística.



Grafico 17.- Plantación de guineo orito orgánico en la ruta agro turística.

3.4 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

Qué son Las Fuerzas de Porter

El método examina la empresa en interacción con sus competidores y con cuatro fuerzas más de su entorno (SINERGIA CREATIVA).

Así para el presente trabajo investigativo es necesario investigar cuales son los competidores o empresas turísticas que ofrecen servicios similares en la actualidad, cuales serán las barreras de entrada, el poder de los compradores y proveedores y con que otros productos sustitutos podrías reemplazar en su momento a la propuesta (PORTER, 2009).

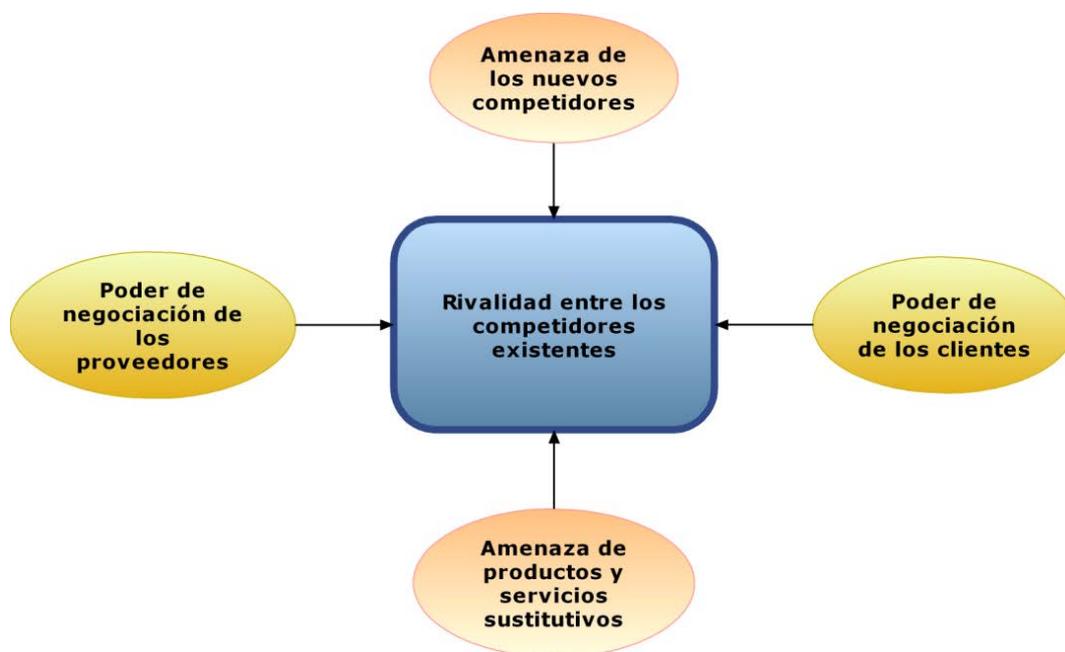


Gráfico 18.- La cinco Fuerzas de Porter

3.4.1 Poder de negociación de los Clientes / Compradores

El Cantón Bucay, posee componentes naturales acompañados de un clima muy acogedor los cuales se conjugan para que los turistas tanto nacionales como internacionales puedan disfrutarlo.

Grado de concentración de los compradores:

Muchas son las personas que acuden al Cantón Cumandá, ya sea por actividades como paseo, negocios, comercio, transporte, educación, etc. (ESPOL, 2009).

De esta población un alto número de visitantes vienen por el turismo, ellos provienen de sitios cercanos a la zona, es decir poblaciones como Milagro, Guayaquil, Bucay, Naranjito, Marcelino Maridueña, sin embargo muy pocos provienen de la Sierra ya que sus motivos son más de índole comercial que turística.

Grado de información del comprador

La información que concierne al Cantón Cumandá es bastante limitada, en la página web del GAD¹⁰ de Cumandá se evidencia una información a medias, es decir, no está completa la página, esta página se lo podría catalogar como la información oficial del Cantón.

Sensibilidad al precio

La autora del presente trabajo deja en claro, que respeta las opiniones y criterios del manejo del dinero por parte de la población, eso es un aspecto muy persona de cada persona.

Existen turistas y/o visitantes que valoran lo que se ofrece, ellos están dispuestos a pagar por la calidad de un bien o servicio, de esto muy pocas empresas dedicadas al turismo aprovechan la situación, ya que existen factores limitantes que les impide desarrollar una eficiente técnica de venta y atención al cliente. Por lo tanto la sensibilidad al precio es alta.

¹⁰ Gobierno Autónomo Descentralizado, antes Municipios

3.4.2 Poder de negociación de los proveedores

Grado de diferenciación: Dentro del sector del Cantón Cumandá, las empresas proveedoras de bienes y servicios son muchas, estas disponen de los elementos y materiales necesarios para poder desarrollar la actividad.

Número de proveedores: Como se mencionó en el párrafo anterior, el número de proveedores cercanos es bajo suficiente para atender al turismo local.

Importancia del negocio del proveedor: Para el proveedor todos los clientes son importantes, sin embargo deben estar atentos con el crecimiento de los mismo o su declive, pues el descuido de la curva podría ocasionar pérdidas de productos y dinero.

3.4.3 Grados de amenaza de nuevos competidores

Barreras de entrada

Para el presente trabajo, las barreras de entrada son de índole legal. Entre ellas constan:

- Constitución de la compañía
- Permisos Ambientales
- Permisos Municipales
- Permiso del cuerpo de Bomberos
- Inscripción en el Ministerio de turismo del GAD Cumandá
- Inscripción en el Servicios de rentas Internas SRI
- Etc.

Requerimientos de Capital

Este proceso se verá reflejado más adelante de la investigación. Sin embargo es necesario mencionar que los rubros de inversión son altos, pues en esta propuesta se pretende ofertar servicios con alta calidad y calidez.

Políticas gubernamentales

En su mayoría están contempladas en la Constitución Política del Ecuador, en la Ley de Turismo y de Medio Ambiente.

3.4.4 Grado de rivalidad de los competidores

Para la investigadora del presente trabajo, la competencia es buena, es decir contribuye al crecimiento de los demás negocios, es decir crea un nicho mayor, con alternativas para los consumidores al tiempo que beneficia al sector (PORTER, 2009).

Por ellos mientras más cantidad de sitios turísticos haya, mayor será la cantidad de visitantes y mayor la rentabilidad. Sin embargo se debe esclarecer que la limitante para tener mayor clientela está en el servicio que cada uno de los negocios pudiera ofrecer.

La presencia de servicios o alternativas sustitutas siempre serán parte de la competencia de una organización que provea bienes y servicios

3.4.5 Conclusiones del análisis:

- | | |
|--|------|
| a) Poder negociador de los proveedores: | alto |
| b) Poder negociador de los compradores: | bajo |
| c) Amenaza de nuevos competidores: | alto |
| d) Amenaza de productos sustitutos: | bajo |
| e) Amenaza de nuevos competidores: | alto |
| f) Rivalidad de competidores existentes: | alto |

3.5 ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

La importancia de la investigación permite determinar la potencialidad de un sector donde se pretende implementar una propuesta, es decir, que para la investigadora del presente trabajo, es relevante entender muchos aspectos de una región para poder mocionar alguna alternativa de solución a las problemáticas del mismo.

Es necesario investigar para conocer las características generales de un determinado sector, en este caso la del Cantón Cumandá, de ella reconocer las características geográficas del lugar, de la población y el grado de inter relación entre ambas.

Describir cada una de los aspectos encontrados en la investigación, es decir, mediante el diálogo con las personas de las comunidades de los recintos Suncamal y Río Blanco determinar sus necesidades y problemas, entender que la realidad actual podría cambiar favorablemente con la aplicación del conocimiento de la investigadora, sin embargo eso no es suficiente, se requiere el compromiso de ambas partes para tener éxito en la gestión.

3.6 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El fin de la investigación es determinar las necesidades y problemas que experimentan los pobladores de los recintos Suncamal y Río blanco en materia de producción y turismo, y de qué manera los conocimientos académicos y técnicos de la investigadora podrían contribuir a minimizar estas situaciones adversas que se presenta actualmente en el sector.

De manera Cualitativa se describe a la población y su entorno, los aspectos geográficos y climatológicos de la región, el potencial turístico y productivo de la zona y las necesidades o problemas hallados en la investigación.

En cuanto al aspecto cuantitativo, se menciona la población de estos sectores, le índice de analfabetismo, la tasa de desempleo y posteriormente la inversión

económica necesaria para la implementación de un proyecto eco turístico y su rentabilidad.

Todos lo antes expuesto constituye el planteamiento de la solución a un problema hallado en una localidad del Cantón Cumandá

3.7 TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

La encuesta.- La encuesta realizada a la Población Económicamente activa PEA de Guayaquil necesitará el uso de un cuestionario elaborado de tal manera que las respuestas obtenidas de los interlocutores sirvan de base en la investigación.

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Encuesta	Se trata de un formulario de preguntas cerradas y objetivas. Es la técnica mas empleada en las Investigaciones debido a que esta recopila información específica y primordial de naturaleza demográfica, sociológica, socio económica.
Observación Directa	Se reconocerá visualmente lo que ocurre en el sector objeto de investigación, se captará imágenes, Se tomará apuntes, documentos y demas elementos que tengan relación al estudio para luego registrarlos y realizar su respectivo análisis.

Tabla 10.- Técnicas e instrumentos para la recopilación de datos

3.8 MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo es la población de la Ciudad de Guayaquil, específicamente la PEA (Población económicamente activa) por ser la zona más poblada de la costa y a nivel nacional y según información son estos habitantes quienes concurren en mayor número hacia sitios turísticos en la cercanía del Cantón Cumandá.

Lo que se pretende con el pasar del tiempo es poder acoger a turistas de todo el Ecuador y también del exterior. Para esto es necesario incrementar la existencia de sitios de alojamiento que ofrezcan mayor calidad tanto en su infraestructura como en la atención al turista y la tecnificación de las plantas de elaboración de los productos típicos del sector.

La técnica seleccionada, es decir la encuesta, comprende 17 preguntas cerradas y objetivas. Se ha relacionado la edad con el sexo ya que es la forma de estratificación que se ha escogido, a continuación se exponen el proceso de tabulación de las encuestas realizadas y su respectivo análisis.

3.9 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Pregunta 1: Estratificación de la muestra por edad y sexo (interrelación)

EDAD	SEXO		TOTAL	PORCENTAJE
	FEMENINO	MASCULINO		
18 a 24	36	92	128	33,25
25 a 44	87	120	207	53,77
45 en adelante	12	38	50	12,99
TOTAL	135	250	385	100,00

Tabla 11.- ¿Qué relación existe entre la edad y sexo de los encuestados?

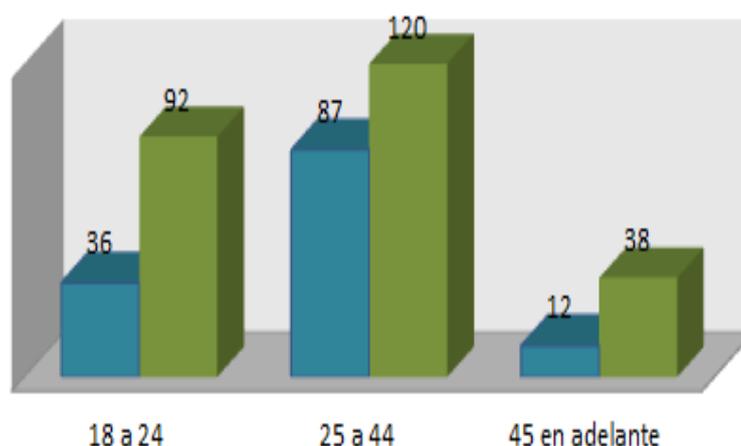


Gráfico 19.- ¿Qué relación existe entre la edad y sexo de los encuestados?

ANÁLISIS:

En el presente gráfico se detalla la cantidad de personas encuestadas distribuidas entre hombres y mujeres y estratificadas por sexo, de las cuales resultaron 135 mujeres y 250. Entre las edades mayormente consultadas se encuentran las personas que tienen entre 25 a 44 años (53,77%) siendo la mayoría varones (120) y seguidamente 87 mujeres. En segundo lugar se encuentran los jóvenes de entre 18 a 24 años de edad (33.25%) siendo estos 92 varones y 36 mujeres. Y por último se encuentran las personas mayores de 45 años (12.99%), esto es 38 hombres y 12 mujeres.

Pregunta 2: Estratificación de la muestra por ocupación

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
En relación de dependencia	200	51,95
Sin relación de dependencia	145	37,66
Estudiante	40	10,39
TOTAL	385	100,00

Tabla 12.- Ocupación del encuestado

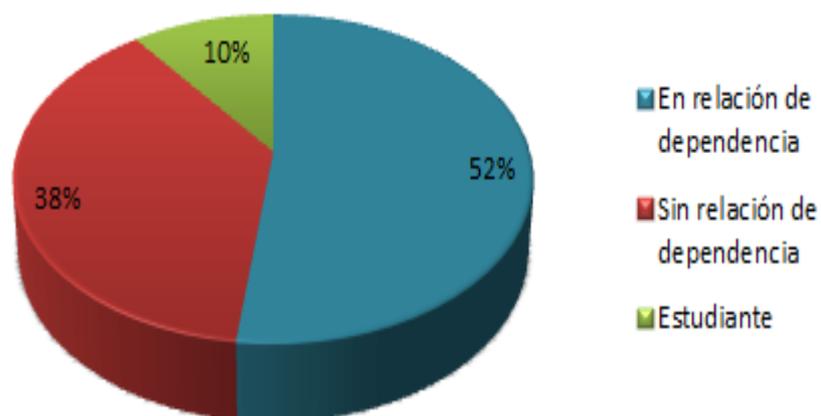


Gráfico 20.- Ocupación del encuestado

ANÁLISIS:

El gráfico nos indica la ocupación que posee nuestra muestra consultada, y los resultados evidencian que un 52% (entre hombres y mujeres) están en relación de dependencia es decir, son empleados de alguna empresa y organización, por otra parte el 38% trabajan sin relación de dependencia, esto significa que son propietarios de algún negocio por lo que figuraron ser su propio jefe. Y el 10% restante pertenece al estrato estudiantil. Este gráfico refleja que la consulta llevada a cabo ha sido de forma equilibrada porque se ha encuestado a personas independientes, con criterio formado, con capacidad de consumo y que hacen turismo y gustan de la aventura, este último para el caso de los estudiantes.

Pregunta 3: Estratificación de la muestra por nacionalidad

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Nacional	312	81,04
Extranjero	73	18,96
TOTAL	385	100,00

Tabla 13.- Nacionalidad del encuestado

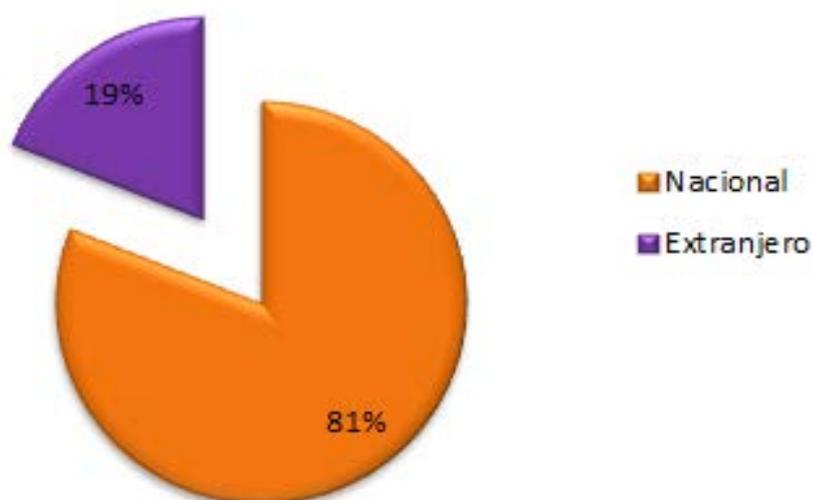


Gráfico 21.- Nacionalidad del encuestado

ANÁLISIS:

La nacionalidad del encuestado también es importante y un eje fundamental para el análisis de la demanda turística, por ello la presente tabla está orientada a consultar no solo a personas de nuestro mismo País sino también a los extranjeros que son los que gustan más de las bondades turísticas que ofrece el Ecuador. El gráfico anterior muestra que el 81% (312) de personas consultadas son nacionales y el 19% (73) son extranjeros.

Pregunta 4.- Por motivos de recreación, ¿con qué frecuencia le gusta salir fuera de la Ciudad?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Muy frecuente	65	16,88
Frecuente	225	58,44
Poco frecuente	55	14,29
Nada frecuente	40	10,39
TOTAL	385	100,00

Tabla 14.- Viajar fuera de la ciudad

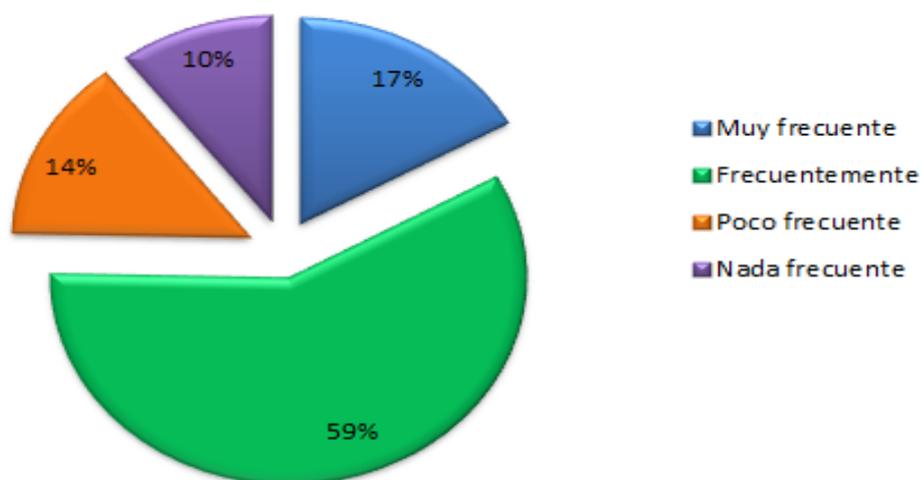


Gráfico 22.- Viajar fuera de la ciudad

ANÁLISIS:

La presente interrogante está encaminada a conocer cuál es la frecuencia con la que las personas acostumbran a viajar fuera de su ciudad para vacacionar. El resultado de las encuestas nos muestra que la mayoría (59%) acostumbra a salir fuera de su Ciudad frecuentemente, esta respuesta amplía las posibilidades de que la propuesta de este proyecto sea positiva. Por consiguiente el 17% menciona que esto se da muy frecuentemente y en menor cantidad es decir el 14 y 10% lo hace poco y nada frecuente respectivamente.

Pregunta 5: Por motivos recreacionales, ¿Acostumbra a viajar fuera o dentro del País?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Fuera del país	70	18,18
Dentro del país	315	81,82
TOTAL	385	100,00

Tabla 15.-Acostumbra a viajar fuera o dentro del País

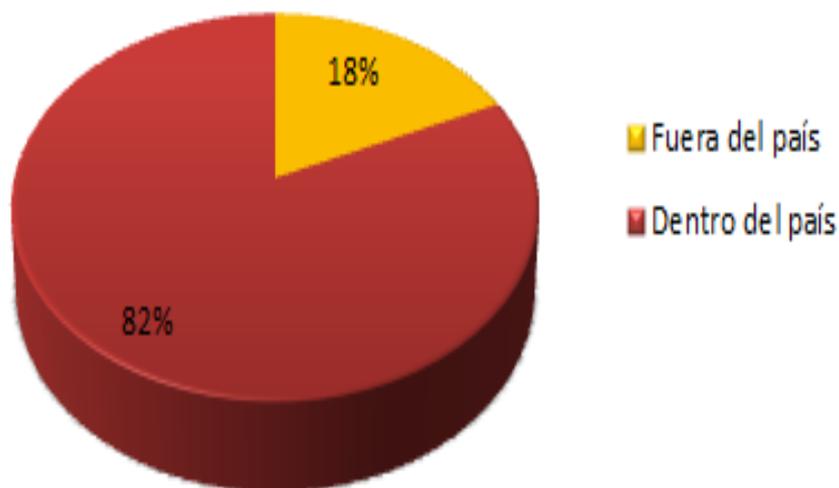


Gráfico 23.- ¿Acostumbra a viajar fuera o dentro del País?

ANÁLISIS:

Esta pregunta está relacionada de alguna forma con la anterior, pero en este caso está orientado a conocer si el encuestado gusta de visitar su propio País o más bien se inclina por visitar lugares fuera del País.

La mayoría de las personas consultadas es decir el 82% (315 personas) gusta de viajar dentro del País y en menor cantidad esto es el 18% (70 personas) menciona que lo hace fuera del País.

Este resultado favorece a la propuesta e hipótesis planteada al principio ya que potencialmente un gran porcentaje de personas incluidos extranjeros acudirían a conocer la Eco-hostería y por ende la ruta agro-turística.

Pregunta 6: Para vacacionar, ¿Qué regiones dentro del País le gusta visitar?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Costa	145	37,66
Sierra	159	41,30
Oriente	32	8,31
Región Insular	49	12,73
TOTAL	385	100,00

Tabla 16.- ¿Qué regiones dentro del País le gusta visitar?

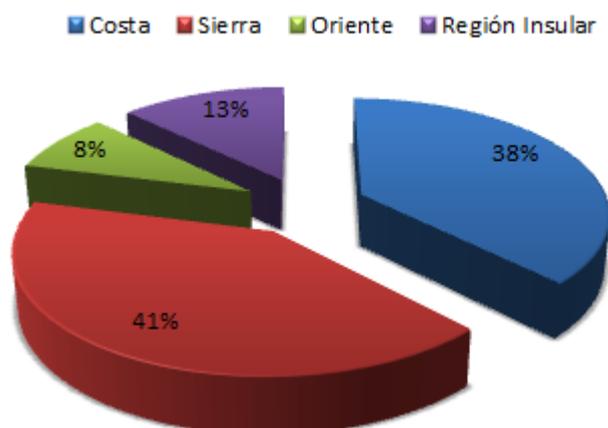


Gráfico 24.- ¿Qué regiones dentro del País le gusta visitar?

ANÁLISIS:

Es importante conocer las preferencias de los potenciales clientes, ya que Ecuador posee cuatro regiones totalmente diversas y con gran potencial turístico, es por esto que se procedió a consultar las regiones que son de mayor preferencia para tomar unas vacaciones.

Posicionándose en primer lugar la Región Sierra con el 41%, seguidamente se postula la Región Costa con el 38%.

Las dos regiones principales del Ecuador tienen porcentajes de preferencia aproximados ya que son las más publicitadas y las más opinadas.

En tercer lugar aparece la Región Insular (Galápagos) que no solo es elegida por turistas nacionales sino también es la que más llama la atención a los extranjeros, por su diversidad de especies marinas.

Y en cuarto y último lugar se encuentran la Amazonía con un porcentaje del 8% esto es 32 personas entre hombres y mujeres.

Pregunta 7: ¿Ha visitado alguna vez el Cantón Cumandá en la Provincia del Chimborazo?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Si	255	66,23
No	130	33,77
TOTAL	385	100,00

Tabla 17.- ¿Ha visitado el Cantón Cumandá?

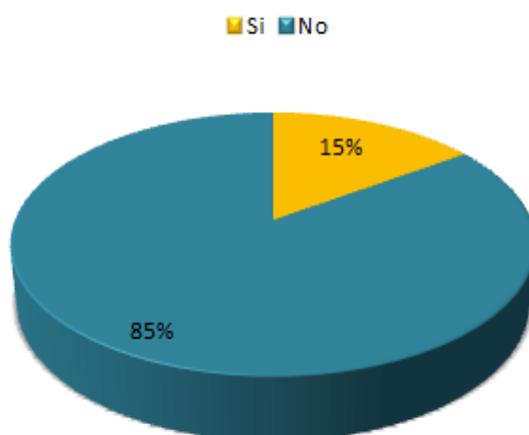


Gráfico 25.- ¿Ha visitado alguna vez el Cantón Cumandá?

ANÁLISIS:

Con la presente tabla hacemos una pequeña introducción ya en el campo donde se establece de alguna manera la propuesta planteada, es decir, la consulta está enfocada en conocer si los guayaquileños (migrantes o nativos) y extranjeros han visitado el Cantón Cumandá ya que esto nos dará una pauta para establecer una agresiva campaña publicitaria o una difusión más leve de esta zona del País.

Es así que el 85% de los encuestados menciona que no ha visitado Cumandá nunca y solo el 15% de estos si conoce el Cantón.

Pregunta 8: El Cantón Cumandá ofrece múltiples actividades, ¿En cuál de ellas le gustaría participar mayormente?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Descanso	78	20,26
Turismo	275	71,43
Negocios	32	8,31
TOTAL	385	100,00

Tabla 18.- Variedades del Cantón Cumandá

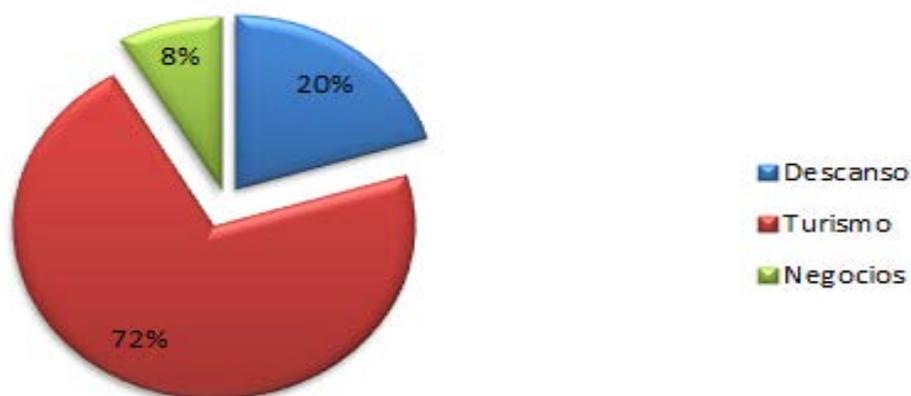


Gráfico 26.- Variedades del Cantón Cumandá

ANÁLISIS:

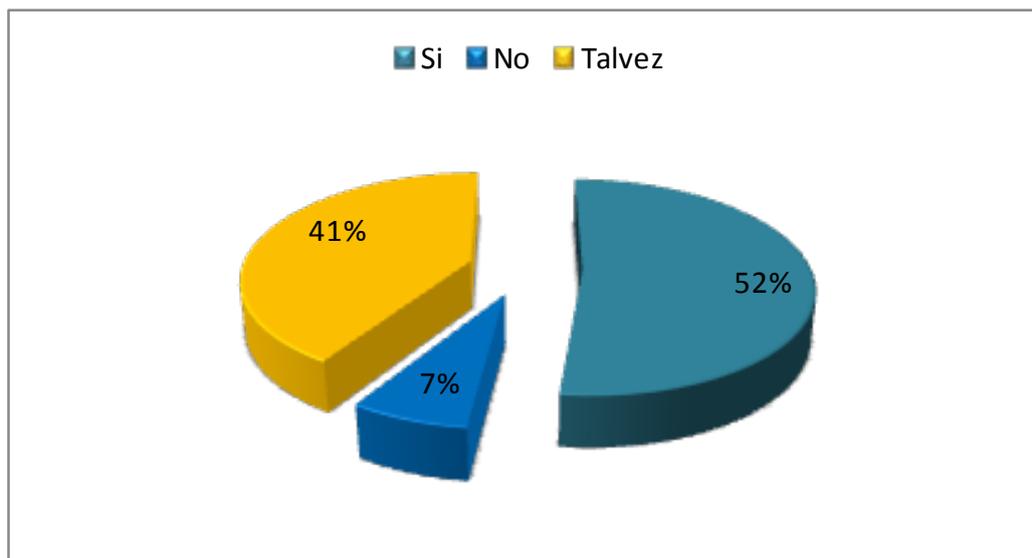
El gráfico 8 muestra los motivos por los que los turistas visitarían Cumandá. Entre las opciones el de turismo es el mayor motivo con un 72%, esto significa que las personas van a conocer las zonas de vida, cascadas flora y fauna, actividades de recreación como cabalgatas , ciclismo de montaña, deportes extremos como el Canopy, etc.

Seguidamente se encuentran las personas que prefieren ir por descanso (20%) esto quiere decir que quieren alojarse en un sitio tranquilo fuera de la ciudad de la contaminación y el ruido compartir la gastronomía del lugar, disfrutar de caminatas y del recorrido para conocer la producción del sector etc., y un menor porcentaje, es decir el 8% acude por negocios.

Pregunta 9: ¿Le gustaría experimentar los beneficios que brinda el turismo de aventura?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Si	200	51,95
No	27	7,01
Tal vez	158	41,04
TOTAL	385	100,00

Tabla 19.- Turismo de aventura



ANÁLISIS:

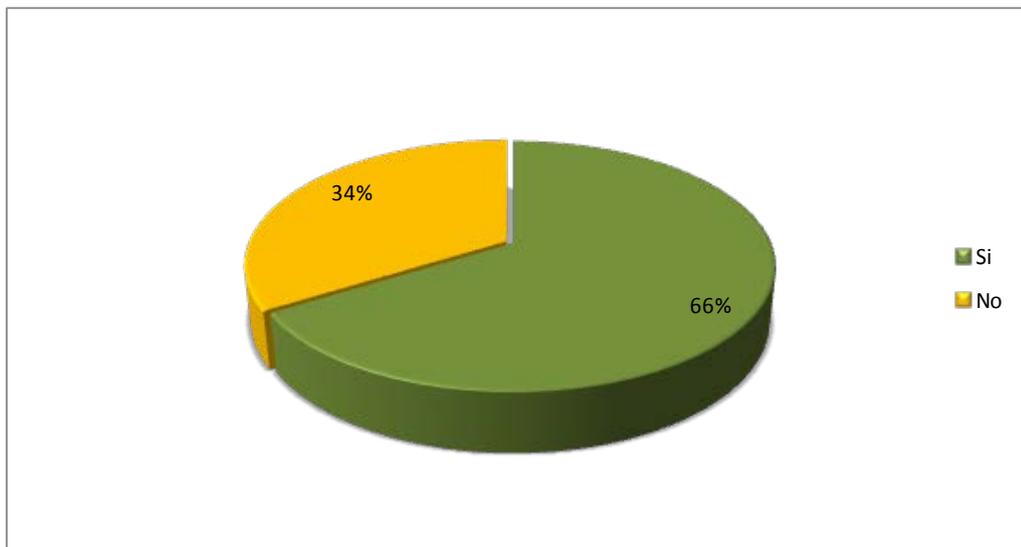
Esta pregunta se dirige a profundizar más en el tema sobre el turismo de aventura o de montaña ya que esto es parte de la propuesta planteada, las respuestas que aquí se generen determinarán la factibilidad de ofrecer este servicio en el proyecto.

Así tenemos que el 52% (200 personas encuestadas) mencionan que si le gustaría experimentar el turismo de aventura (Canopy, ciclismo de montaña, cabalgatas.) el 41% (158 personas) indica que tal vez lo haría y un menor porcentaje de ellos (7%) dice que no le gustaría. Por lo tanto concluimos que el turismo de aventura que se propone en este proyecto si tendrá una favorable acogida dentro de los turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 10: ¿Alguna vez ha practicado deportes extremos?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Si	255	66,23
No	130	33,77
TOTAL	385	100,00

Tabla 20.- Deportes extremos



ANÁLISIS:

La pregunta actual está orientada a conocer cuál es el grado de experiencia que poseen los encuestados en lo que a deportes extremos se refiere, ya que esto nos ayudaría a determinar si este es un mercado aun no explotado dentro del País o si ya tiene gran alcance dentro de la industria del turismo.

Los resultados se centran en que el 66% (255) de la muestra menciona haber practicado alguna vez una actividad que se establezca como deporte extremo y el 34% (130) de ellos indica que nunca lo ha practicado o experimentado.

Pregunta 11: ¿Qué deportes relacionados al turismo de montaña le gusta o le gustaría practicar?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Canopy	108	28,05
Trekking	77	20,00
Ciclismo de montaña	102	26,49
Kayak	35	9,09
Cabalgatas	63	16,36
TOTAL	385	100,00

Tabla 21.- Deportes que le gustaría practicar

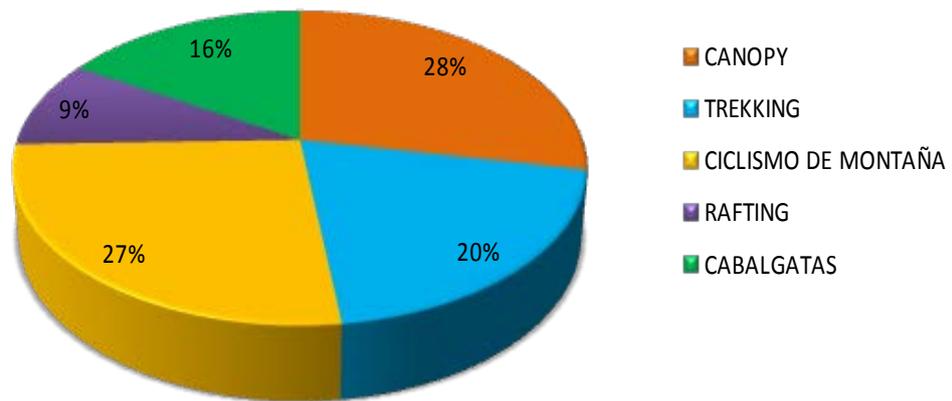


Gráfico 29.- Deportes que le gustaría practicar

ANÁLISIS:

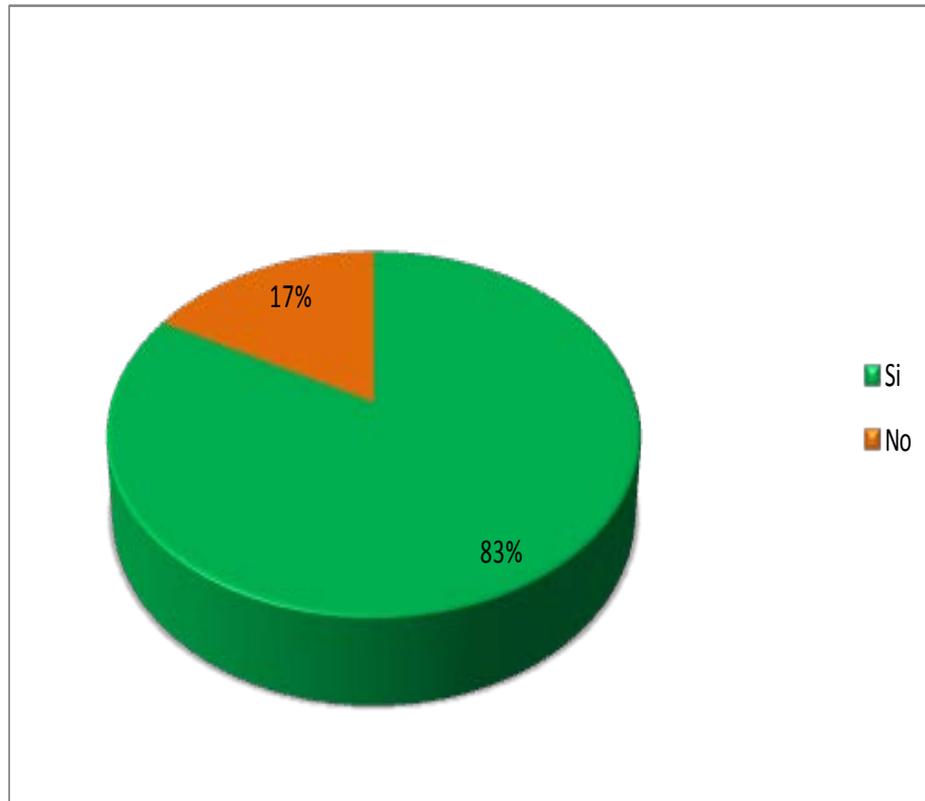
El Canopy es uno de los deportes extremos que los turistas más gustan de practicar posicionándose como la respuesta número 1 con un porcentaje de 28% seguido de este se encuentra el ciclismo de montaña 27%, en tercer lugar está el Trekking que consisten en realizar caminatas alrededor del sector turístico.

Las cabalgatas también tuvieron un porcentaje de aceptación del 16% y en último lugar el kayak (6%). Estos deportes extremos gozan de gran demanda entre jóvenes y adultos.

Pregunta 12: ¿Le gustaría que estas actividades de turismo se encuentren a pocas horas de distancia de su ciudad?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Si	320	83,12
No	65	16,88
TOTAL	385	100,00

Tabla 22.- Actividades cercanas a su residencia



ANÁLISIS:

La presente interrogante se generó a partir del poco conocimiento que posee la población acerca de las bondades de Cumandá ya que lo máximo que conocen los turistas son los miradores de Bucay.

La necesidad de las personas de hacer deportes extremos o actividades de recreación los obliga a trasladarse a la Sierra a la Amazonía ya que no existe mayor conocimiento sobre la práctica de estas actividades cerca de su Ciudad de origen.

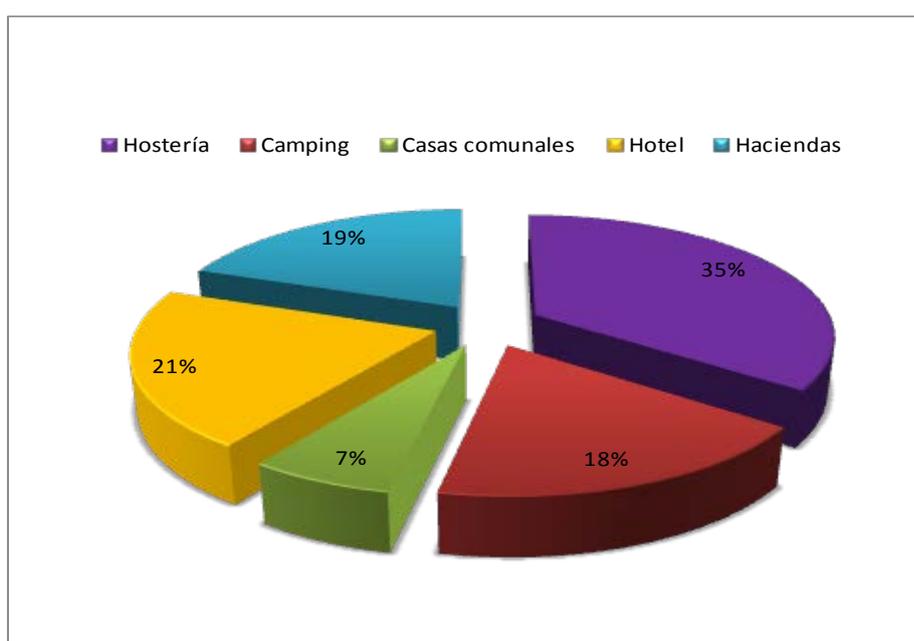
Por ende, los resultados que arrojó la presente encuesta es que el 83%, es decir la mayor parte de los consultados menciona que le gustaría desarrollar este tipo de actividades en un lugar que se encuentre a pocas horas de su Ciudad y solo el 17% indica que no.

Sin lugar a duda alguna este último porcentaje pertenece a las personas que ya conocen Cumandá o que gusta de viajar a lugares más lejanos como la Amazonía o Galápagos.

Pregunta13: ¿En cuál de estos sitios preferiría hospedarse durante sus vacaciones?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Hostería	135	35,06
Camping	70	18,18
Casas comunales	25	6,49
Hotel	80	20,78
Haciendas	75	19,48
TOTAL	385	100,00

Tabla 23.- Hospedaje de vacaciones



ANÁLISIS:

La pregunta planteada busca conocer si los turistas que se hospedan más de un día prefieren hospedarse en una hostería como la que se propone en este proyecto o en las demás opciones como camping, casas comunales, hoteles o haciendas.

Los resultados muestran que una hostería es la forma de hospedarse que mayor acogida tiene con un porcentaje importante 35%, los hoteles generaron un 21% de aceptación, esto se produce quizás porque para hospedarse en un sitio donde se busca estar rodeado de naturaleza y ambiente rustico lo más óptimo es una

hostería, lo mismo ocurre con las haciendas que obtuvieron un 19% de aceptación posicionándose en tercer lugar.

En último lugar se encuentran el camping y las casas comunales, esto se genera porque los jóvenes más aventureros optan por acampar en tiendas de campaña (18%) o en casas comunales (7%).

Pregunta 14: ¿Cuánto tiempo permanecería o se hospedaría en una Eco hostería?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
1 día	105	27,27
2 días	205	53,25
3 días	75	19,48
TOTAL	385	100,00

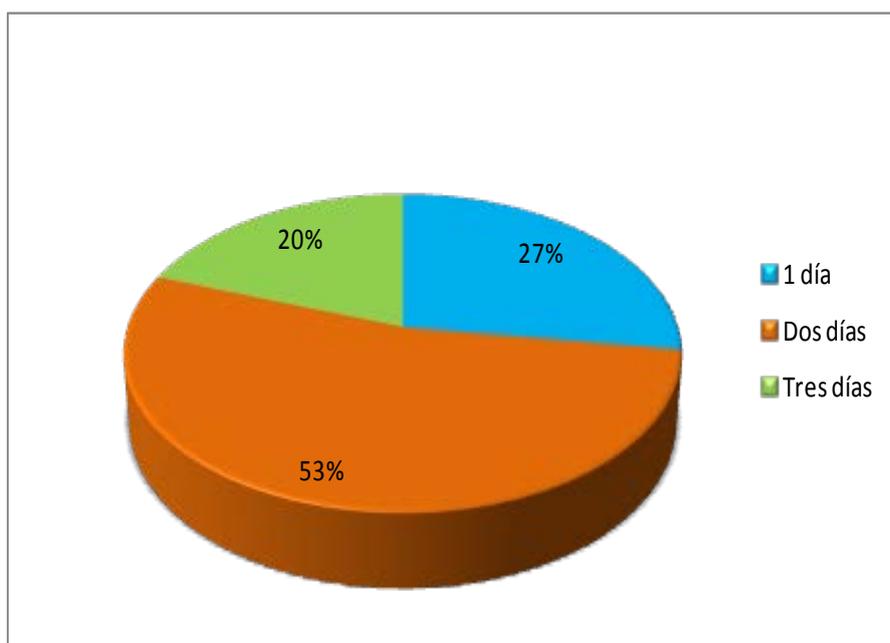


Gráfico 52.- Tiempo de hospedaje

ANÁLISIS:

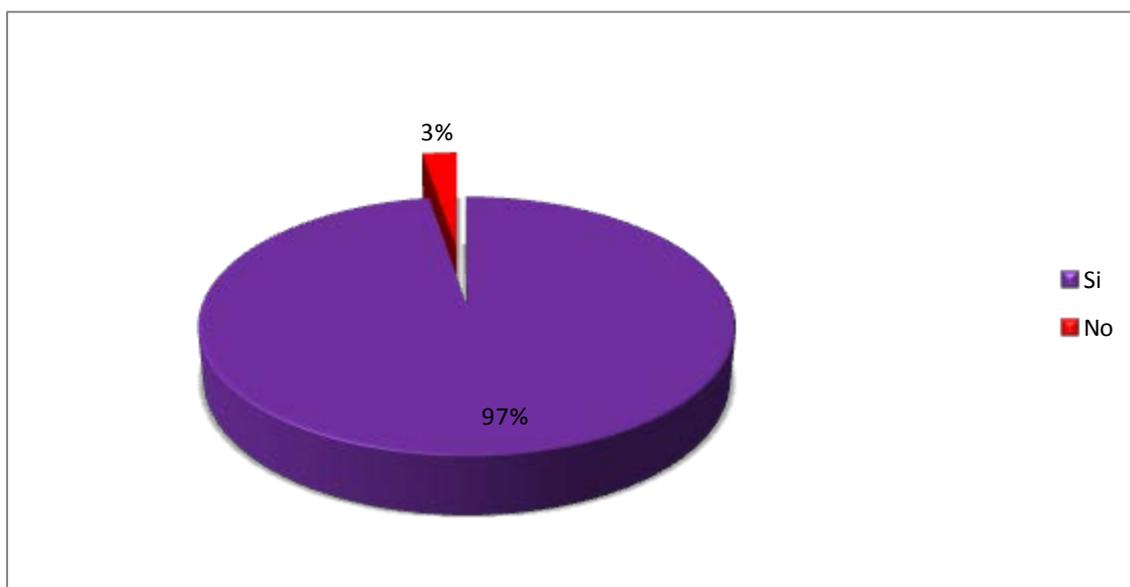
Esta pregunta persigue conocer el tiempo aproximado de estadía de los turistas en una hostería, para determinar costos y dimensión de la Eco-hostería que se propone.

Es así que 205 de los consultados indica que se hospedaría 2 días, esto representa el 53%, en segundo lugar 105 personas mencionaron que se hospedarían 1 día esto quiere decir el 27% y por ultimo 75 personas prefieren hospedarse por 3 días esto es el 20%.

Pregunta 15.- ¿Le agradaría que su paquete turístico contemple una ruta agro-turística en el mismo sector?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Si	375	97,40
No	10	2,60
TOTAL	385	100,00

Tabla 25.- Ruta agro – turística



ANÁLISIS:

Esta interrogante se la genera en virtud de los servicios que se estima ofrecer en la propuesta. Por ende, al preguntarle si les agradaría recibir un paseo por la ruta agro-turística (recorrido por las estancias productivas del sector) dentro de su paquete, el 97% de ellos mencionaron que si y el 3% indicaron que no. Por lo tanto, la hipótesis planteada y el servicio potencial de la propuesta son viables y factibles.

Pregunta 16.- ¿Cuál de las siguientes actividades productivas del sector le gustaría conocer?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Cultivo de Bio-caña	115	29,87
Panela granulada bio-orgánica	100	25,97
Elaboración artesanal de quesos	120	31,17
cultivo de orito orgánico	50	12,99
TOTAL	385	100,00

Tabla 26.- Conocer actividades productivas

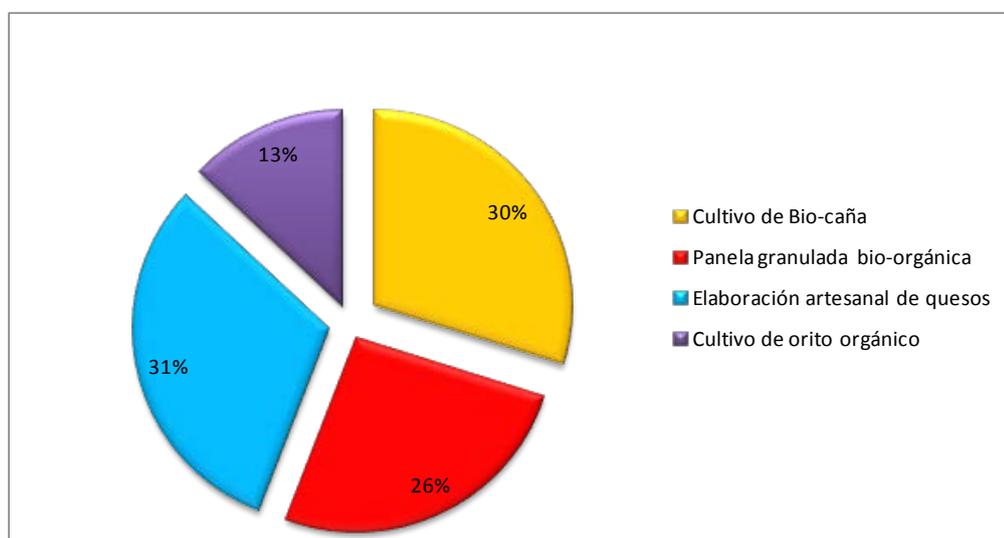


Gráfico 34.- Conocer actividades productivas

ANÁLISIS:

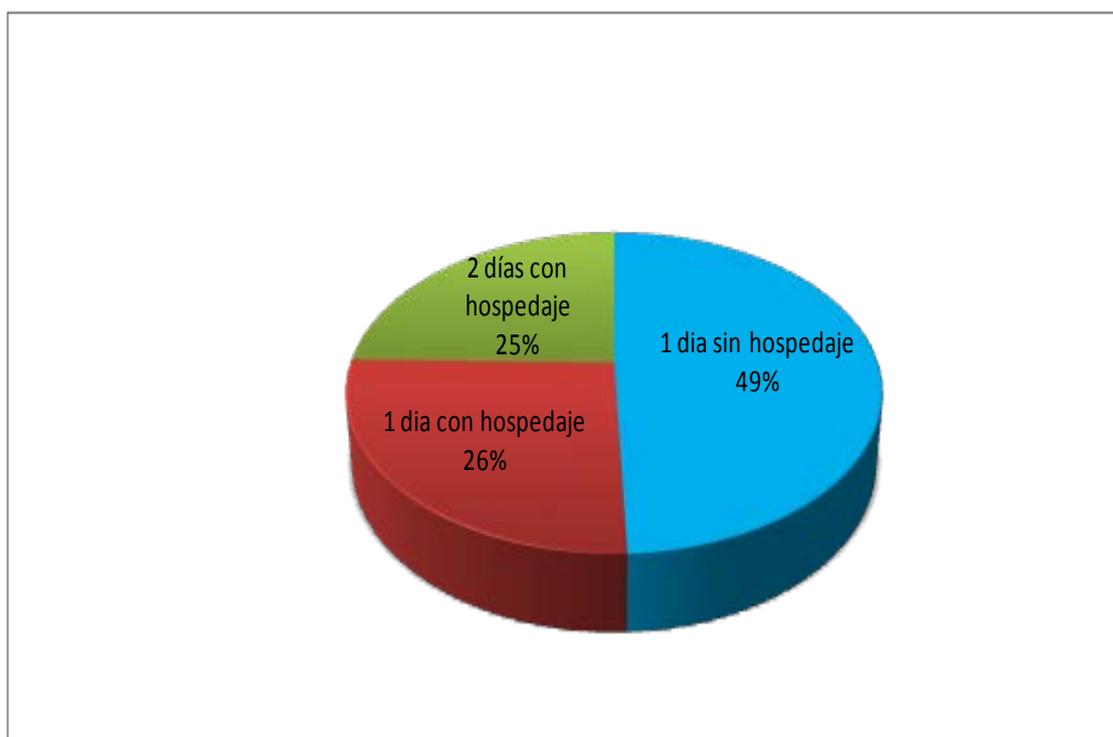
Una vez conocida la gran aceptación por la ruta agro-turística, es necesario conocer qué tipo de producción desarrollada en el sector le gustaría visitar. Por lo tanto según las encuestas realizadas se ha logrado establecer 4 opciones por las cuales se inclinan más los turistas.

La elaboración artesanal de quesos con el 31%(120 personas), y seguidamente el cultivo de Bío-caña con un 30% (115 personas), en tercer lugar se encuentra la elaboración de panela granulada bío-orgánica con el 26% (100

personas), y por último y no menos importante, está el cultivo de Orito orgánico que representa el 13% de los encuestados esto es (50 interesados).

Pregunta 17: ¿Por cuál de estos paquetes turísticos le gustaría optar?

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
1 día sin hospedaje	190	49,35
2 días con hospedaje	100	25,97
3 días con hospedaje	95	24,68
TOTAL	385	100,00



ANÁLISIS:

La presente encuesta es motivada por razones de costes, es necesario conocer cuántas personas se hospedarían y con qué tipo de hospedaje y servicios, teniendo un porcentaje aproximado se puede tener una base sobre la cual determinar precios y tipo de servicio.

Es así que la mayoría optó por hacer turismo por un día sin hospedaje (49%), esto se genera debido a que la mayoría de personas que visitarían Cumandá lo hacen relativamente en un viaje de ida y vuelta y por realizar deportes extremos, la edad comprendida de esta muestra es de 18 a 24 años, seguido de un 26% de personas que

acudirían a realizar turismo tomando 1 día de hospedaje, esto para realizar actividades de recreación y descanso en familia los cuales preferirían quedarse por más tiempo fuera de su ciudad. Un porcentaje casi aproximado al anterior lo poseen los turistas que optan por quedarse 2 días, esto es el 25%.

CAÍTULO 4

4. PLANIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

4.1 ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es una poderosa herramienta que permite a las empresas, organizaciones, personas naturales y demás actores hacer una identificación interna de la deficiencia y actitudes de sus organización, al mismo tiempo detecta la incidencia de los factores externos que interactúa de manera cotidiana sobre ellos.

El siguiente cuadro muestra los componentes del FODA del presente proyecto.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Disponibilidad de terrenos propio	Alta inversión inicial
Disponibilidad de Capital para inversión	Escaso personal capacitado para brindar atención al cliente
Conocimiento administrativo	Poca publicidad de la zona
Ubicación estratégica del sitio	Empresa nueva en el mercado
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Aprovechar potencial turístico de la zona	Desastres naturales por cambios climáticos
Captar turista y visitantes nuevos	Inestabilidad económica por recesiones.
Alianzas estratégicas con las comunidades y organizaciones	Aumento de la contaminación en el sector
Reconocimiento nacional e internacional de la empresa.	Inestabilidad del suelo, relieve, derrumbes, etc.

Tabla 28.- Análisis FODA de la empresa

4.1.1. Análisis de las Fortalezas

Como fortalezas estan que se cuenta con un terreno propio, de esta manera se evita un gran gasto en la adquisición de terreno, tambien el principal inversor del proyecto, posee un capital social sufuciente para enprender el negocio, ademas es

una persona con estudios académicos de instituciones nacionales e internacionales, lo que le proporciona una visión amplia del negocio.

4.1.2 Análisis de las oportunidades

Ser pioneros de la implementación de una empresa Eco-turística en el Recinto Río Blanco, la misma tendrá un marco importante por su situación geográfica que es punto de atracción para turistas que gustan de los deportes de montaña, los deportes extremos y rutas eco-turísticas.

Esta relación interpersonal tendrá un impacto positivo en la sociedad, a tal punto que las instalaciones bien pudieran ser ocupadas por instituciones y organizaciones que deseen realizar múltiples actividades, tales como integraciones, retiros, charlas, seminarios, talleres de capacitación, ferias, sitios de estudio, realitys, programas de televisión, etc.

4.1.3 Análisis de las debilidades

El inversor del proyecto no conoce mucho de turismo tampoco existe alta disponibilidad de personal capacitado en el área turística en la localidad, a esto hay que sumarle escasez de publicidad al promover las bondades turísticas del Cantón.

4.1.4 Análisis de las amenazas

La empresa eco-turística que se desea implementar podría soportar en algún momento los embates y las inclemencias del tiempo, ante un terremoto, un alud de tierra, el desbordamiento de los ríos. Etc.

También desestabilizaciones gubernamentales, cambios en la economía, recesiones, alza de impuestos, decretos de emergencias, estados de excepción, etc.

4.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa que es la propuesta de este trabajo investigativo es un proyecto que en el corto o mediano plazo se pretende implementar, por lo tanto es un proyecto

real donde los propietarios y el sitio existen y todos aquellos aspectos que se han mencionado en el estudio son verídicos.

Razón social de la empresa: MAQUIZACA BERMEO S.A.
Representante legal: ING. GORKY MAQUIZACA BERMEO
Razón comercial: RANCHO SAN FRANCISCO

4.2.1 Logo de la empresa

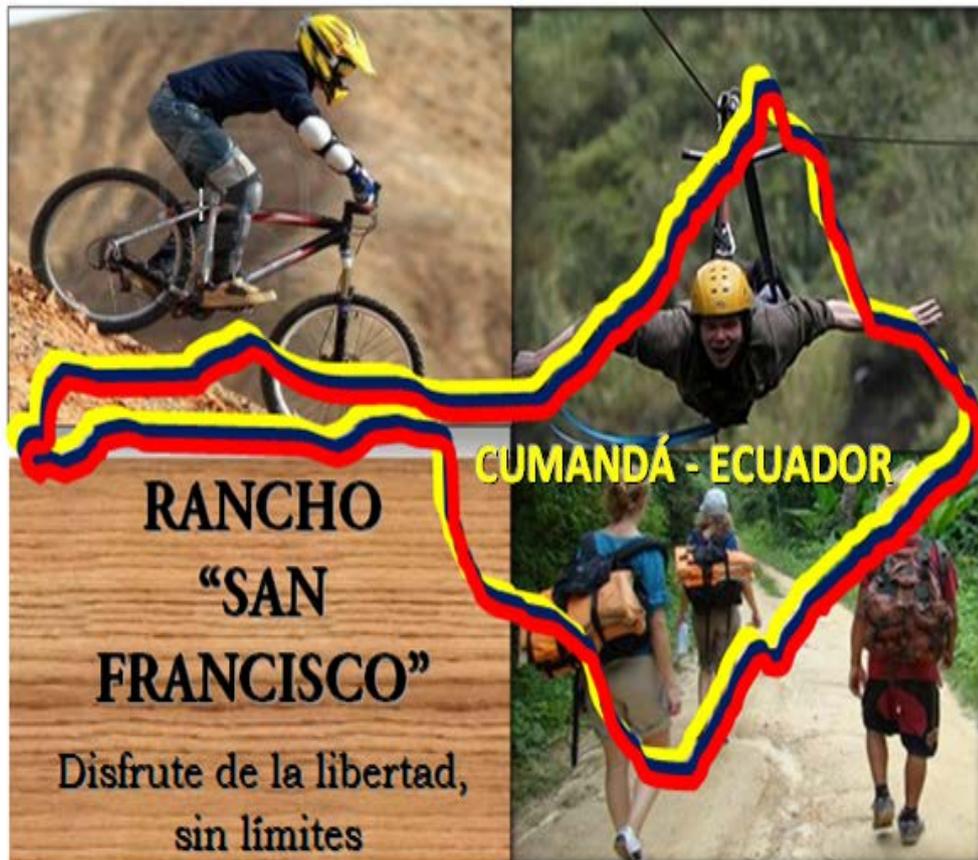


Gráfico 36.- Logo de la empresa

4.2.2 Slogan de la empresa:

“Disfrute de la libertad sin límites.”

4.2.3 Principios y valores institucionales

Visión de la empresa:

Convertirnos en el mediano plazo en la mejor empresa eco-turística de la región, logrando el reconocimiento nacional con proyección internacional, manteniendo servicios de calidad entre los visitantes además de una interrelación social y productiva con nuestra comunidad.

Misión de la empresa:

Ser una empresa cumplidora de sus principios y valores establecidos, trabajar con mucho entusiasmo en las labores cotidianas con la finalidad de ofrecer a nuestra clientela servicios de calidad a precios justos. Manteniendo estándares de calidad y capacitación constante para los colaboradores.

Principios y Valores institucionales:

- **Responsabilidad social.-** Rancho San Francisco se compromete a emprender actividades eco turísticas para beneficio de mercado consumidor respetando estándares de calidad y medio ambiente.
- **Honestidad.-** Rancho San francisco trabajará de manera transparente y apegada a las normas legales que le rijan.
- **Respeto.-** Respetar los principios ideológicos, creencias, costumbres personales de nuestros colaboradores y de los clientes.
- **Cordialidad.-** Implementar y mantener un trato amable y personalizado aplicando los principios de atención al cliente.

- **Lealtad.-** Inculcar en los trabajadores de la empresa la lealtad y consideración a la misma, así como lograr la fidelidad de nuestros clientes mediante el buen servicio.
- **Ética profesional.-** Garantizar servicios de alta calidad mediante el trabajo de trabajadores capacitados y con experiencia en el área turística y la atención al cliente.

4.2.4 Estructura Organizacional del Rancho “SAN FRANCISCO”

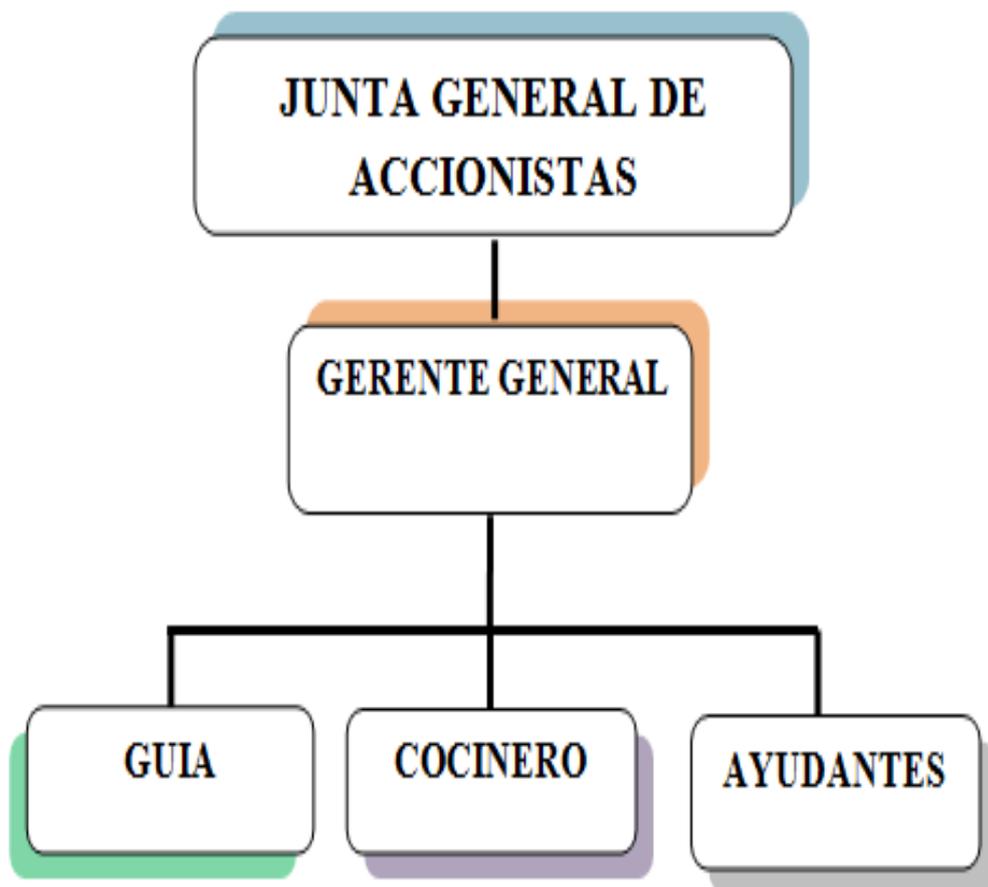


Gráfico 37.- Estructura organizacional de la empresa

4.2.5 Manual de funciones

PERFIL DEL POSTULANTE	FUNCIONES ESPECÍFICAS
<p align="center">GERENTE GENRAL</p> <p>Edad: Mayor de 30 años Sexo: Indistinto Formación Académica: Título profesional en Ingeniería en turismo, Administración de empresas o carreras turísticas y administrativas afines. Experiencia: 3 años o más administrando negocios relacionados con el turismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Representa Legal, judicial, extra judicial e individualmente a la empresa. Dirige y supervisa la administración de la organización. •Se encarga de cumplir y hacer cumplir los estatutos. •Planifica y obtiene los objetivos y metas trazadas. •Firma conjuntamente con Jefe Financiero los pagos y desembolsos •Evalúa periódicamente el rendimiento colectivo de la empresa. •Crear y mantener buenas relaciones con cliente actuales y potenciales. •Coordinar y planificar conjuntamente con jefe financiero , publicista y Jefe operativo.
<p align="center">RESPONSABLE DEL ÁREA DE COCINA</p> <p>Edad: Mayor de 23 años Sexo: Masculino preferentemente Formación Académica: De preferencia chef profesional . Experiencia: 2 año o más en cargos como chef de hoteles, restaurantes, hosterías y demás sitios turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Responsable de la alimentación de los turistas, visitantes, trabajadores y todo aquel personal dentro de las instalaciones del Rancho •Presupuestar materiales y equipos de cocina que se requieran periódicamente •Diseñar atractivos menú, con variedad de platos y precios. •Mantener siempre el lugar de trabajo limpio, higiénico, con buen aspecto y agradable olor. •Experto en parrilladas y comidas campestres. •Conocimiento en buenos hábitos nutricionales
<p align="center">GUIA TURÍSTICO</p> <p>Edad: Mayor de 25 años Sexo: Masculino o Femenino Formación Académica: Licenciado en ciencias turísticas. Dominio del idioma Inglés, aceptable Francés y alemán. Experiencia: 3 año o más como guía turístico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Muy responsable en su trabajo •Siempre pendiente del bienestar de los visitantes o turistas •Saber como actuar en caso de accidentes u otras eventualidades •Respetar el lugar de trabajo •No excede la confianza con los turistas o visitantes. •Amable, servicial, presto para ayuda inmediata.
<p align="center">AYUDANTES</p> <p>Edad: Mayor de 18 años Sexo: Masculino o femenino Formación Académica: De preferencia Bachiller polivalente con conocimiento en mecánica. Conocimientos en tareas y labores de campo. Experiencia: mas de 5 años en haciendas ganaderas y agrícolas</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Obedece instrucciones de sus superiores •Mantiene el orden y limpieza del rancho •Ayuda a los turistas y visitantes en sus actividades •Actúa como guías secundarios en actividades como tracking, cabalgatas, ciclismo de montaña. •Ayuda en las actividades de canoping. •Ayuda en el ingreso de los turistas •Como botones •Como Camareros. •Otras actividades varias

Tabla 29.- Manual de funciones de la empresa.

4.2.6 Descripción de los servicios del Rancho San Francisco

Rancho San Francisco ofrece para los turistas y visitantes locales, nacionales e internacionales el mejor servicio, calidad y calidez en la atención.

Esta empresa familiar estará dedicada a la prestación de servicios de dos clases principales:

- a) **Fomento al agro turismo.-** Rancho San Francisco realizará convenios inter institucionales con la Asociación de Mujeres productivas de Suncamal, mediante este acuerdo la empresa ofrece la implementación de una ruta agro turística cuya finalidad es trasladar a los turistas y visitantes que acuden al Rancho san Rafael a un tour por las empresas que tiene a cargo la asociación de Mujeres.

El propósito es dar a conocer a los visitantes el proceso de elaboración de dos productos emblemáticos de la zona, estos son la elaboración de la Panela Granulada hecha a base de Bío-caña, un producto 100% natural sin químicos ni perseverante.



Gráfico 38.- Producto de la bío caña, panela granulada



Gráfico 39.- Central panelera bío caña Suncamal

La segunda empresa en la fábrica de quesos, un producto hecho a base de leche de las mismas vacas del sector, es un producto que se elabora en pocas cantidades, sin embargo es de excelente calidad y mantiene estándares que requieren las autoridades de salud.



Gráfico 40.- Fábrica de quesos Recinto Suncamal

El cultivo del Orito orgánico (*Musa acuminata* AA) representa otro de los atractivos turísticos de la Ruta Agro turística, consiste en visitar las plantaciones de esta fruta, observar como es el proceso de cuidado de las racimas, el proceso de cosecha, en la empacadora como se limpia la racima, se seleccionan la mejor fruta y se la empaca igual que el banano tradicional. Cabe resaltar que este producto ya se está exportando a Países de Oriente.



Gráfico 41.- Plantación de orito orgánico en Suncamal.

b) Turismo de montaña y deportes extremos.- El Rancho San Francisco es toda una experiencia de aventuras sin límite, es un lugar fantástico donde se conjuga la naturaleza con las actividades de montaña. Ubicada al entrada del Recinto Río Blanco, presenta su primera atracción, dentro del Recinto se halla ubicado una parte del Cantón Bucay (Provincia del Guayas), este último posee la jurisdicción de la represa, la cual hace más de 40 años transportaba por tubería el agua a las poblaciones de Naranjito, Milagro, Durán y Guayaquil. Actualmente sólo abastece al Cantón Naranjito.



Gráfico 42.- Ingreso a Eco-hostería rancho San Francisco.

En el interior del rancho, los turistas y visitantes encantarán un sendero bien demarcado donde existen muchas plantas y árboles exóticos, un camino empedrado y adoquinado dará la bienvenida a los ilustres invitados.



Gráfico 43.- Interior de Eco-hostería rancho San Francisco

El rancho posee una casa campestre, es ahí donde funcionarán las oficinas de la empresa, allí existe un espacio donde se implementará un bar karaoke para los turistas.



Gráfico 44.- Oficina administrativa de la empresa

Existe también una cocina campestre, es una construcción con techo donde existe una parrilla central, allí se podrán hacer asados, parrilladas y otras comidas típicas (MAQUIZACA, 2013).



Gráfico 45.- Cocina campestre de la empresa

Los servicios fundamentales del Rancho san francisco están basados en los deportes extremos y deportes de montaña, entre ellos y de acuerdo al relieve y a la logística del sitio, los deportes más sugeridos son:

a) Canopy.- Deporte que consiste en desplazarse a lo largo de un cable tendido sobre una altura de más de 120 metros de profundidad, es un deporte que requiere de mucha decisión, coraje y valor (DEPORTES AZUAY EXTREMOS) .

Para la práctica de este deporte se requiere fundamentalmente varios aspectos. En el orden legal, se requiere de la contratación de una empresa aseguradora que asuma los riesgos en caso de eventualidades, también se requiere para la implementación del lugar con una serie de cables especiales, la descripción es la siguiente:

- Cable Microfibrado tipo H
- Origen francés
- Numero 12NN
- Cable de línea de vida 8NN

EQUIPO	GRÁFICO
 <p data-bbox="584 465 699 499">CASCO</p>	 <p data-bbox="1082 465 1233 499">ARNESES</p>
 <p data-bbox="531 734 751 768">MOSQUETÓN</p>	 <p data-bbox="1090 734 1222 768">POLEAS</p>
<p data-bbox="515 902 764 936">LÍNEA DE VIDA</p>	

Gráfico 46.- Equipo para práctica de Canopy

- b) **Trekking.-** Deporte que básicamente consiste en caminatas largas por senderos bastante escabrosos, se lo practica generalmente en grupos y el objetivo principal es admirar la naturaleza mientras se ejercitan los músculos, es buen deporte para el sistema cardiovascular (DEPORTES AZUAY EXTREMOS).



Gráfico 47.- Trekking

- c) **Ciclismo de montaña.-** Deporte muy importante también para el sistema cardiovascular, consiste en pedalear la bicicleta por un sendero muy

escabroso, sortear en ocasiones muchos obstáculos, bajar por pendientes a gran velocidad, es un deporte preferido en su mayoría por los hombres, existe mucho derroche de adrenalina.



Gráfico 48.- Ciclismo de montaña

- d) **Cabalgatas.-** Un deporte menos extremo, consiste en pasear a caballo por los predios del Rancho. Las cabalgatas son consideradas más como una terapia de relajación, de autocontrol y confianza.



Gráfico 49.- Cabalgatas

- e) **Paseo en cuadrón y motocross.-** Estos deportes requieren maquinarias como cuadrones (motocicletas de 4 ruedas) y motocicletas con llantas apropiadas para montaña y suelos escabrosos, la actividad radica en correr por las sendas del camino que conduce al Rancho.



Gráfico 50.- Cuadrones

4.2.7 Las “P” del marketing Mix: Precio; Producto, Plaza, Promoción.

a) **precio.-** El precio que Rancho San Francisco cobrará a sus visitantes estará establecido por paquetes turísticos de uno, dos y hasta tres días. A continuación se describirán las alternativas, los servicios que incluyen y otros detalles:

PAQUETE TURISTICO POR PERSONA	COSTO MAS IVA	INCLUYE
1 DÍA	\$ 30+ 12%	Recorrido ruta agro turístico: a) Fábrica de panela granulada orgánica b) Fábrica de queso c) Cultivo de orito orgánico Deportes extremos y de montaña: a) Ciclismo de montaña b) Trekking c) Cabalgata Almuerzo Gorra de recuerdo Llavero
2 DÍAS	\$ 45 + 12%	Recorrido ruta agro turístico: a) Fábrica de panela granulada orgánica b) Fábrica de queso c) Cultivo de orito orgánico Deportes extremos y de montaña: a) Ciclismo de montaña b) Trekking c) Cabalgata d) Hospedaje 2 Almuerzos 1 Desayuno 1 Llavero de recuerdo
3 DÍAS	\$ 70 + IVA	Recorrido ruta agro turístico: a) Fábrica de panela granulada orgánica b) Fábrica de queso c) Cultivo de orito orgánico Deportes extremos y de montaña: a) Ciclismo de montaña b) Trekking c) Cabalgata d) Hospedaje 3 Almuerzos 2 Desayunos Gorra de recuerdo 1 Llavero de recuerdo 1 Gorra de recuerdo

Tabla 30.- Precio de los paquetes turísticos

Los niños y las personas de la tercera edad tienen un descuento del 50% en el costo del paquete turístico.

Como valor agregado, la Eco hostería Rancho San Francisco ofrece:

- Servicio de Internet
- Coctel o bebidas de cortesía
- 1 Foto por cada paquete turístico.

El Canopy, considerado como deporte extremo es una actividad considerada aparte de las otras, el motivo es que por ser un deporte de alto riesgo donde involucra la salud y bienestar de los participantes, se hace necesario el cobro de un valor que justifique el pago de la contratación de un seguro de vida por accidentes o muerte en caso de ocurrir.

b) Producto.- estos fueron mencionados anteriormente conjuntamente con el precio, en todo caso los productos son más bien orientados a la prestación de servicios, así tenemos:

- Recorrido por ruta Agro turística
- Práctica de deportes extremos y de montaña
- Servicio de hospedaje
- Espacio para eventos
- Canopy
- Etc.

c) Plaza.- Rancho San Francisco está ubicado en la siguiente ubicación geográfica:

El Rancho San Francisco posee una extensión total de terreno de 17 hectáreas de las cuales se destinarán 5 hectáreas para la construcción e implementación de las obras de infraestructura que se requieren, de tal manera que todo quede de manera bien distribuida y se optimicen los espacios.

POSICIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN CUMANDÁ	
PAÍS	ECUADOR
PROVINCIA	CHIMBORAZO
CANTÓN	CUMANDÁ
RECINTO	RÍO BLANCO
UBICACIÓN GEOGRÁFICA	EXTREMO SUR OESTE DE LA PROVINCIA
REFERENCIAS	JUNTO AL CANTÓN GENERAL ELIZALDE BUCAY (PROV. GUAYAS)
LÍMITES	AL NOR ESTE CON EL CANTÓN ALAUSI, OESTE CON LAS PROVINCIA DE BOLIVAR Y CANTÓN BUCAY EN EL GUAYAS, AL SUR CON LA PROVINCIA DEL CAÑAR.
PROXIMIDAD CON PROVINCIAS	GUAYAS, BOLÍVAR, CAÑAR

Tabla 31.- Posición geográfica del Cantón Cumandá

El rancho estará dispuesto de la siguiente manera:



Gráfico 51.- Distribución del Rancho San Francisco

- 1 hectárea para la construcción del campamento, oficinas administrativas con bodega, baños, bar karaoke. También cabañas para turistas, espacio para tiendas de acampar, escenario para eventos, cocina al aire libre para sados y parrilladas.
- 3 hectáreas para paseos a caballo o cabalgatas, con senderos bien delimitados, caballerizas.
- 1 hectárea para la implementación del Canopy, bases para templar los cables, estaciones, bodega para implementos del deporte, etc.
- Para la práctica de canopy, bicicleta de montaña, motocross, cuadrones el sendero que se utilizará es el camino de acceso al campamento principal, se debe agregar que este sendero es parte de la propiedad del Rancho san francisco.

d) Promoción.- La promoción es la promoción vital para cualquier negocio no sólo relacionado con el turismo, también con otras actividades productivas o de servicios.

La Eco-hostería Rancho San Francisco hará uso de todos los elementos que conforman el gran abanico publicitario, es decir de la prensa escrita, radio, televisión e internet.

También diseñará promociones, eventos, tours y demás actividades que se puedan diseñar basados en el marketing y la comercialización de bienes y servicios.

1) Televisión.- No se usará de manera frecuente, ya que el alto costo por las pautas publicitarias afectarán la rentabilidad del negocio, sin embargo si se realizarán convenios con los propietarios de canales tanto locales como regionales, estas estrategias consistirán en pases de cortesía que los programas de variedades pudieran sortear a sus concursantes, de esta manera se hará publicidad a la Eco-hostería.

2) Radio.- Este medio se utilizará con mayor frecuencia, también se realizaran convenios con los propietarios de las radios para ofertar los servicios de la Eco-

hostería, de igual manera a manera de canjes publicitarios¹¹ como premios a los concursantes entradas de cortesía a las instalaciones de la Eco-hostería.

- 3) **Prensa.-** Se contratará los servicios de la prensa local y regional, publicitaremos los servicios que ofrece la Eco-hostería de manera permanente, mediante la realización de un contrato con los principales del periódico, también para abaratar los costos se podría realizar canjes publicitarios.
- 4) **Internet.-** A través de las redes y páginas sociales se puede hacer publicidad de una manera muy económica, con alto poder de difusión, todo es cuestión de crear un buen diseño publicitario para ser compartido en redes tales como Facebook, Twitter, Instagram.

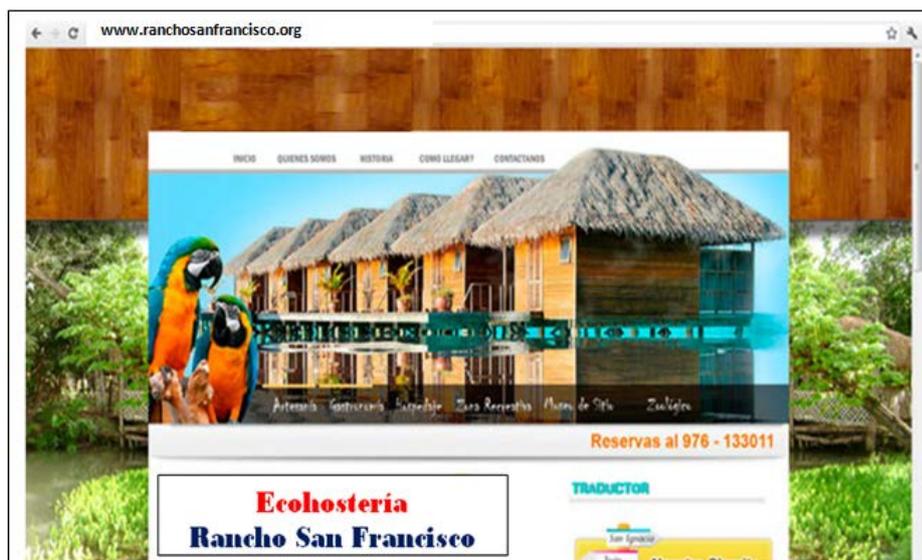


Gráfico 52.- Página web de la empresa

Otra estrategia en la creación de la Página web de la Eco-hostería, esta página será muy dinámica y contendrá fotos, mapas, información turística. Además se pueden hacer las reservaciones en línea. De esta manera se difunden los servicios que presta el rancho San Francisco a la localidad y al mundo.

¹¹ Canjes publicitarios, pagar en parte la publicidad pactada con los productos del contratante.

- 5) **Volantes y perifoneo.-** Esta actividad se refiere a la acción de difundir los servicios y beneficios de la Eco-hostería mediante un vehículo que posee una bocina o alto parlante, durante algunas horas al día recorrerá la localidad y pueblos aledaños promocionando la empresa.



Gráfico 53.- Carro para perifonear

- 6) **Convenios.-** la celebración de acuerdos y convenios entre la Eco-hostería e instituciones tanto públicas como privadas con la finalidad de que allí celebren sus fiestas de aniversarios, congresos, confraternidades, fin de año, cumpleaños, retiros, etc.
- 7) **Tarjetas de presentación.-** Herramienta muy útil que denota importancia, especifica en pocas palabras la relevancia de la persona.



Gráfico 54.- Tarjetas de presentación



4.3 ANÁLISIS FINANCIERO DE LA PROPUESTA

El presente proyecto aspira convertirse en realidad en el corto plazo, la investigadora estima que el turismo cada vez toma más fuerza, a su vez, se convierte en un negocio rentable no sólo para los inversores, sino también para el entorno, tal es así que la Eco-hostería beneficiará a los propietarios del Rancho San Francisco como también a los pobladores del Recinto Suncamal.

Las siguientes tablas analizan financieramente la viabilidad del proyecto:

4.3.1 Activos Fijos de Eco-hostería Rancho San Francisco

EQUIPOS Y ENSERES DE COCINA Y CAFETERIA				DEPRECIACIONES		
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL	VIDA UTIL	% DEPREC.	TOTAL
tostadora de 4 panes Oster	1	\$25,00	\$25,00	3	0,33	8,33
Refrigeradora Indurama 26 Pies	1	\$1.000,00	\$1.000,00	10	0,10	100,00
Microondas Grande Panasonic	1	\$150,00	\$150,00	5	0,20	30,00
Cocina Indurama Acero Inoxidable	1	\$850,00	\$850,00	10	0,10	85,00
Licudora Industrial 12 litros	1	\$420,00	\$420,00	10	0,10	42,00
Cilindro De Gas Doméstico	2	\$50,00	\$100,00	10	0,10	10,00
Procesador De Alimentos 110v	1	\$45,00	\$45,00	10	0,10	4,50
TOTAL			\$2.590,00			279,83

EQUIPOS Y ENSERES PARA HABITACIONES				DEPRECIACIONES		
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL	VIDA UTIL	% DEPREC.	TOTAL
Televisor Samsung Lcd 30 Pulgadas Full Hd	5	\$600,00	\$3.000,00	10	0,10	300,00
Ventilador Tumbado C/foco Electrico	5	\$50,00	\$250,00	10	0,10	25,00
Aire Acondicionado Split Inverter tekno de	6	\$400,00	\$2.400,00	10	0,10	240,00
TOTAL			\$5.650,00			565,00

EQUIPOS Y ENSERES PARA AREA DE BAR				DEPRECIACIONES		
RUBRO	CANTIDAD	C. UNIDAD	C. TOTAL	VIDA UTIL	% DEPREC.	TOTAL
TELEVISOR LCD sony 50 pulgadas Full Hd	1	\$1.300,00	\$1.300,00	10	0,10	130,00
Equipo de sonido 1300w	1	\$170,00	\$170,00	10	0,10	17,00
Equipo wifi 2,5m	2	\$20,00	\$40,00	10	0,10	4,00
El Karaoke De Las Estrellas 6700 Pistas Originales Y Videos	1	\$150,00	\$150,00	10	0,10	15,00
TOTAL			\$1.660,00			166,00

EQUIPOS Y ENSERES VARIOS				DEPRECIACIONES		
RUBRO	CANTIDAD	C. UNIDAD	C. TOTAL	VIDA UTIL	% DEPREC.	TOTAL
Generador de energía Ramsond Nuevo 6.5kva	1	\$ 3.400,00	\$3.400,00	10	0,10	340,00
Lavadora Lg 31 Lbs	1	\$ 650,00	\$650,00	10	0,10	65,00
Carretilla para limpieza de habitaciones	1	\$198,00	\$198,00	10	0,10	19,80
TOTAL			\$4.248,00			424,80

TOTAL DE EQUIPOS Y ENSERES			\$14.148,00			\$1.435,63
-----------------------------------	--	--	--------------------	--	--	-------------------

Tabla 32.- Activos de la empresa

MOBILIARIO PARA HABITACIONES				DEPRECIACIONES		
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL	VIDA UTIL	% DEPREC.	TOTAL
Litera de madera grande 2 plazas	4	\$600,00	\$2.400,00	10	0,10	240,00
Cama de madera 1.5 plaza	3	\$105,00	\$315,00	10	0,10	31,50
Cama de madera 2 plazas	3	\$190,00	\$570,00	10	0,10	57,00
colchón 2 plazas Chaide & Chaide	11	\$130,00	\$1.430,00	5	0,20	286,00
colchón 1.5 plaza Chaide & Chaide	3	\$62,00	\$186,00	5	0,20	37,20
Veladores	10	\$30,00	\$300,00	10	0,10	30,00
TOTAL			\$5.201,00			681,70

MOBILIARIO PARA COCINA Y COMEDOR Y BAR				DEPRECIACIONES		
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL	VIDA UTIL	% DEPREC.	TOTAL
Juego de comedor (4 personas)	10	\$150,00	\$1.500,00	10	0,10	150,00
Juego de sala (5 piezas)	1	\$200,00	\$200,00	10	0,10	20,00
Mesa de trabajo para cocina (acero inoxidable)	1	\$400,00	\$400,00	10	0,10	40,00
Closets para Cocinas Modulares x Metro	2	\$70,00	\$140,00	10	0,10	14,00
Muebles Para Bar	1	\$455,00	\$455,00	10	0,10	45,50
TOTAL			\$2.695,00			269,50

MOBILIARIO PARA RECEPCION				DEPRECIACIONES		
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL	VIDA UTIL	% DEPREC.	TOTAL
Counter	1	\$70,00	\$70,00	10	0,10	7,00
Organizador de correspondencia	1	\$25,00	\$25,00	10	0,10	2,50
Revistero	1	\$24,90	\$24,90	10	0,10	2,49
CALCULADORAS/SUMADORAS	1	\$10,00	\$10,00	5	0,20	2,00
TELEFONOS	1	\$50,00	\$50,00	5	0,20	10,00
DISPOSITIVO MOVIL INTERNET PREPAGO	1	\$77,28	\$77,28	5	0,20	15,46
TOTAL			\$119,90			39,45

TOTAL DE MOBILIARIOS			\$8.015,90			\$990,65
-----------------------------	--	--	-------------------	--	--	-----------------

Tabla 33.- Activos de la empresa

RANCHO SAN FRANCISCO ACTIVOS FIJOS				DEPRECIACIONES		
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL	VIDA UTI,	DEPRE	TOTAL
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN					
1	COMPUTADORAS COMPLETAS	350,00	350,00	3	0,33	116,67
1	IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	120,00	120,00	3	0,33	40,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		470,00			156,67
	VEHICULOS					
1	CAMIONETA	18.000,00	18.000,00	5	0,20	3.600,00
	EDIFICIOS					
1	CABLE MICROFIBRADO PARA CANOPY	30.000,00	30.000,00	20	0,05	1.500,00
5	CABAÑAS	800,00	4.000,00	20	0,05	200,00
			34.000,00			1.700,00
	SEMOVIENTES					
3	CABALLOS/SEMOVIENTES	500,00	1.500,00	5	0,20	300,00
1	TERRENO		60.000,00			
TOTAL ACTIVOS			112.470,00			

Tabla 34.- Activos de la empresa

4.3.2 Cuadro de Gastos

DETALLE DE GASTOS																		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE GENERAL	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
1	MANTENIMIENTO	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
1	GUIAS	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	3.840,00	3.840,00	3.840,00	3.840,00	3.840,00
1	COCINERO	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
2	AYUDANTES	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
	VACACIONES	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	1.680,00	1.748,00	1.819,40	1.894,37	1.973,09
	APORTE PATRONAL	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	204,12	2.449,44	2.548,58	2.652,69	2.761,99	2.876,76
	DECIMO CUARTO	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00
	DECIMO TERCERO	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	1.680,00	1.748,00	1.819,40	1.894,37	1.973,09
	FONDOS DE RESERVA													-	1.680,00	1.748,00	1.819,40	1.894,37
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	2.254,12	27.889,44	28.940,58	30.044,29	31.203,17	32.420,00											
GASTOS DE GENERALES		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	ENERGIA ELECTRICA	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
	TELEFONO CELULAR	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
	SERVICIOS DE INTERNET	33,60	33,60	33,60	33,60	33,60	33,60	33,60	33,60	33,60	33,60	33,60	33,60	403,20	423,36	444,53	466,75	490,09
	UTILES DE OFICINA	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
	DEPRECIACION EQUIPOS	119,64	119,64	119,64	119,64	119,64	119,64	119,64	119,64	119,64	119,64	119,64	119,64	1.435,63	1.435,63	1.435,63	1.435,63	1.435,63
	DEPRECIACION DE MOBILIARIO	82,55	82,55	82,55	82,55	82,55	82,55	82,55	82,55	82,55	82,55	82,55	82,55	990,65	990,65	990,65	990,65	990,65
	DEPRECIACION DE VEHICULO	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
	DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	13,06	13,06	13,06	13,06	13,06	13,06	13,06	13,06	13,06	13,06	13,06	13,06	156,67	156,67	156,67	156,67	156,67
	DEPRECIACION DE EDICIOS	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00
	DEPRECIACION DE SEMOVIENTES	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
	TOTAL GASTOS GENERALES	805,51	9.666,15	9.740,31	9.818,17	9.899,94	9.985,78											
OTROS GASTOS		ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	PUBLICIDAD	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
	ALMUERZOS	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00
	GORRAS	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00	6.720,00
	LLAVEROS	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00
	TOTAL GASTOS DE VENTAS	1.360,00	16.320,00	16.320,00	16.320,00	16.320,00	16.320,00											
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS		4.419,63	53.875,59	55.000,89	56.182,46	57.423,11	58.725,79											

Tabla 35.- Detalle de gastos de la empresa

4.3.3 Cuadro de financiamiento

INVERSION INICIAL DEL PROYECTO	
EQUIPO	14.148,00
MOBILIARIO	8.015,90
EQUIPOS DE COMPUTACION	470,00
VEHICULOS	18.000,00
EDIFICIOS	34.000,00
SEMOVIENTES	1.500,00
TERRENOS	60.000,00
TOTAL DE LA INVERSION	136.133,90

FINANCIACION DEL PROYECTO		
		136.133,90
Financiado	30%	40.633,90
Aporte Propio	70%	95.500,00
		136.133,90

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	11,50%	0,12
		0,12

PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	40.633,90	4.672,90

Tabla 36.- Financiamiento de proyecto

4.3.4 Tabla de amortización

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				40.633,90
1	8.126,78	4.672,90	12.799,68	32.507,12
2	8.126,78	3.738,32	11.865,10	24.380,34
3	8.126,78	2.803,74	10.930,52	16.253,56
4	8.126,78	1.869,16	9.995,94	8.126,78
5	8.126,78	934,58	9.061,36	-
	40.633,90	14.018,70	54.652,60	

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				40.633,90
1	677,23	389,41	1.066,64	39.956,67
2	677,23	389,41	1.066,64	39.279,44
3	677,23	389,41	1.066,64	38.602,21
4	677,23	389,41	1.066,64	37.924,97
5	677,23	389,41	1.066,64	37.247,74
6	677,23	389,41	1.066,64	36.570,51
7	677,23	389,41	1.066,64	35.893,28
8	677,23	389,41	1.066,64	35.216,05
9	677,23	389,41	1.066,64	34.538,82
10	677,23	389,41	1.066,64	33.861,58
11	677,23	389,41	1.066,64	33.184,35
12	677,23	389,41	1.066,64	32.507,12
	8.126,78	4.672,90	12.799,68	

Tabla 37.- Tabla de amortización

4.3.5 Cuadro de ingresos

RANCHO SAN FRANCISCO PRESUPUESTO DE INGRESOS																			
PAQUETES TURISTICOS	CISITANTE	P.U.	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1 DÍA	70	33,60	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	28.224,00	29.635,20	31.116,96	32.672,81	34.306,45
2 DIAS	40	50,40	2.016,00	2.016,00	2.016,00	2.016,00	2.016,00	2.016,00	2.016,00	2.016,00	2.016,00	2.016,00	2.016,00	2.016,00	24.192,00	25.401,60	26.671,68	28.005,26	29.405,53
3 DIAS	30	78,40	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	28.224,00	29.635,20	31.116,96	32.672,81	34.306,45
CANOPY	30	16,80	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	504,00	6.048,00	6.350,40	6.667,92	7.001,32	7.351,38
OTROS SERVICIOS	70	10,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	8.400,00	8.820,00	9.261,00	9.724,05	10.210,25
TOTAL DE INGRESOS			7.924,00	7.924,00	7.924,00	7.924,00	7.924,00	7.924,00	7.924,00	7.924,00	7.924,00	7.924,00	7.924,00	7.924,00	95.088,00	99.842,40	104.834,52	110.076,25	115.580,06

Tabla 38.- Cuadro de ingresos

4.3.6 Punto de equilibrio

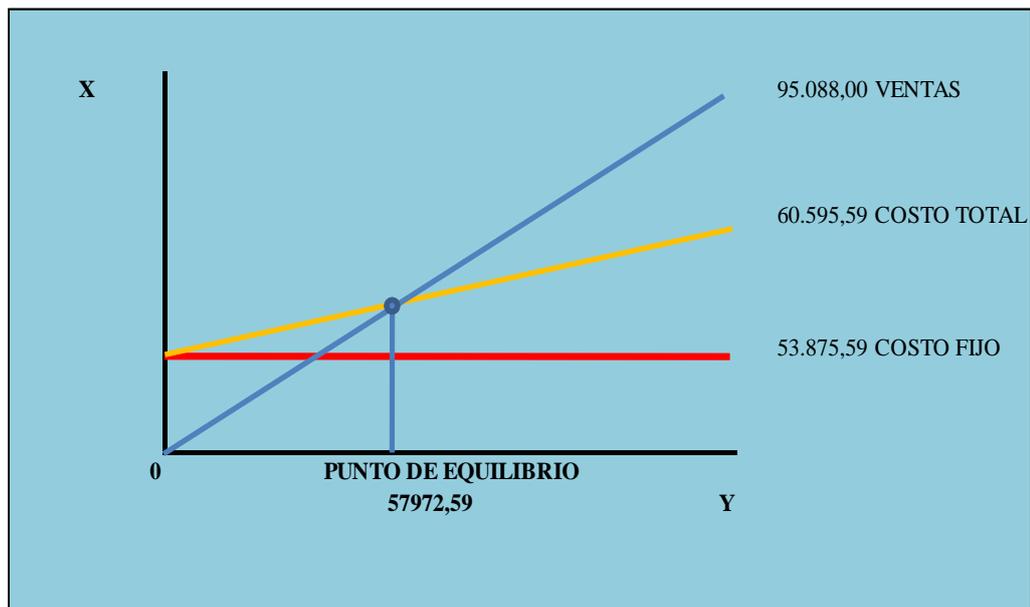
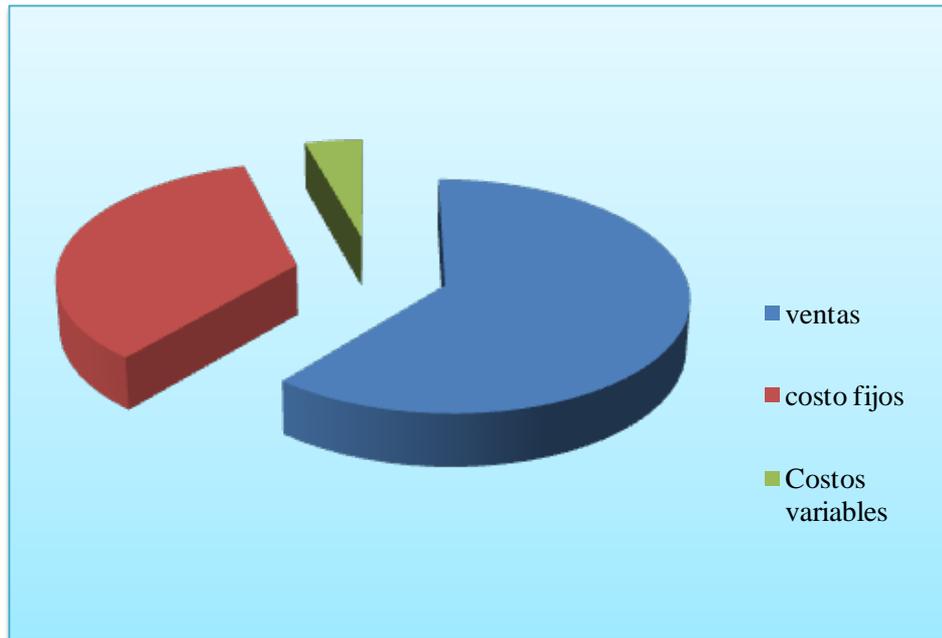


Gráfico 55.- Punto de equilibrio

4.3.7 Estado de Situación Financiera

RANCHO SAN FRANCISCO					
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	29.875,68	53.676,40	80.408,78	110.188,83	143.138,35
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	29.875,68	53.676,40	80.408,78	110.188,83	143.138,35
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	136.133,90	136.133,90	136.133,90	136.133,90	136.133,90
DEPRECIAC. ACUMULADA	8.182,95	16.365,89	24.548,84	32.731,78	40.914,73
TOTAL DE ACTIVO FIJO	127.950,95	119.768,01	111.585,06	103.402,12	95.219,17
TOTAL DE ACTIVOS	157.826,64	173.444,40	191.993,84	213.590,95	238.357,52
PASIVO					
CORRIENTE					
PRESTAMO	32.507,12	24.380,34	16.253,56	8.126,78	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAG	4.472,93	5.107,08	5.765,93	6.450,71	7.162,72
IMPUESTO A LA RENTA POR PAC	5.829,72	6.656,23	7.514,93	8.407,43	9.335,42
TOTAL PASIVO	42.809,76	36.143,64	29.534,41	22.984,92	16.498,14
PATRIMONIO					
APORTE CAPITAL	95.500,00	95.500,00	95.500,00	95.500,00	95.500,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	19.516,87	22.283,89	25.158,67	28.146,60	31.253,35
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES		19.516,87	41.800,76	66.959,43	95.106,03
TOTAL PATRIMONIO	115.016,87	137.300,76	162.459,43	190.606,03	221.859,38
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	157.826,64	173.444,40	191.993,84	213.590,95	238.357,52
	-	-	-	-	-

Tabla 39.- Estado de situación financiera

4.3.8 Estado de Resultados Integral

RANCHO SAN FRANCISCO						
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	95,088.00	99,842.40	104,834.52	110,076.25	115,580.06	525,421.22
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	6,720.00	7,056.00	7,408.80	7,779.24	8,168.20	37,132.24
UTILIDAD BRUTA	88,368.00	92,786.40	97,425.72	102,297.01	107,411.86	488,288.98
COSTOS INDIRECTOS	53,875.59	55,000.89	56,182.46	57,423.11	58,725.79	281,207.83
UTILIDAD OPERACIONAL	34,492.41	37,785.51	41,243.26	44,873.90	48,686.07	207,081.15
(-) GASTOS FINANCIEROS	4,672.90	3,738.32	2,803.74	1,869.16	934.58	14,018.70
UTILIDAD ANTES PART. IM	29,819.52	34,047.19	38,439.52	43,004.74	47,751.49	193,062.46
PARTICIPACION EMPLEADO	4,472.93	5,107.08	5,765.93	6,450.71	7,162.72	28,959.37
UTILIDAD ANTES DE IMPTA	25,346.59	28,940.11	32,673.59	36,554.03	40,588.77	164,103.09
IMPUESTO RENTA	5,576.25	6,366.82	7,188.19	8,041.89	8,929.53	36,102.68
UTILIDAD NETA	19,770.34	22,573.29	25,485.40	28,512.14	31,659.24	156,959.78

Tabla 40.- Estado de resultados integral

4.3.9 Flujo de caja proyectado

RANCHO SAN FRANCISCO FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS							
VENTAS	-	95,088.00	99,842.40	104,834.52	110,076.25	115,580.06	525,421.22
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		95,088.00	99,842.40	104,834.52	110,076.25	115,580.06	525,421.22
EGRESOS OPERATIVOS							
INVERSION INICIAL	136,133.90	-	-	-	-	-	
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	27,889.44	28,940.58	30,044.29	31,203.17	32,420.00	150,497.48
GASTO DE VENTAS	-	16,320.00	16,320.00	16,320.00	16,320.00	16,320.00	81,600.00
GASTOS GENERALES	-	1,483.20	1,557.36	1,635.23	1,716.99	1,802.84	8,195.62
COSTOS DE PRODUCCIÓN	-	6,720.00	7,056.00	7,408.80	7,779.24	8,168.20	37,132.24
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	4,472.93	5,107.08	5,765.93	6,450.71	21,796.65
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	5,576.25	6,366.82	7,188.19	8,041.89	27,173.15
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	136,133.90	52,412.64	63,923.12	66,882.22	69,973.52	73,203.64	326,395.14
FLUJO OPERATIVO	-136,133.90	42,675.36	35,919.28	37,952.30	40,102.73	42,376.42	199,026.09
INGRESOS NO OPERATIVOS			-	-	-	-	
APORTE DE ACCIONISTAS	0						
PRESTAMO BANCARIO	40,633.90	-	-	-	-	-	
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	40,633.90	-	-	-	-	-	
EGRESOS NO OPERATIVOS							
INVERSIONES							
PAGO DE CAPITAL	-	8,126.78	8,126.78	8,126.78	8,126.78	8,126.78	40,633.90
PAGO DE INTERESES	-	4,672.90	3,738.32	2,803.74	1,869.16	934.58	14,018.70
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	12,799.68	11,865.10	10,930.52	9,995.94	9,061.36	54,652.60
FLUJO NETO NO OPERATIVO	40,633.90	-12,799.68	-11,865.10	-10,930.52	-9,995.94	-9,061.36	-54,652.60
FLUJO NETO	-95,500.00	29,875.68	24,054.18	27,021.78	30,106.79	33,315.06	144,373.49
SALDO INICIAL	95,500.00	-	29,875.68	53,929.86	80,951.65	111,058.43	275,815.62
FLUJO ACUMULADO	-	29,875.68	53,929.86	80,951.65	111,058.43	144,373.49	

Tabla 41.- Flujo de caja proyectado

4.3.10 TIR, VAN, Ratios financieros

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-136,133.90	29,875.68	53,929.86	80,951.65	111,058.43	144,373.49

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	11.00%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	420,189.11
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	136,133.90
TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	61.73%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		288,713.13
VALOR ACTUAL NETO VAN	POSITIVO	152,579.23
TASA INTERNA DE RETORNO TIR		39.324436%

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	95088.00
COSTO DIRECTO	6,720.00
COSTO INDIRECTO	53875.59
FLUJO NETO	29875.68
PAGO DE DIVIDENDOS	8126.78
GASTOS FINANCIEROS	4672.90
GASTOS PERSONAL	27889.44
ACTIVOS FIJOS NETOS	127,950.95

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	57972.59
EN PORCENTAJE	60.97%

Tabla 42.- TIR, VAN, Ratios Financieros

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	27021.78
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	4.68
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	34.24 %
INDICE DE EMPLEO		0.22

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	29,875.68
ACTIVOS TOTALES	157,826.64
UTILIDAD NETA	19,770.34

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ		0.8107	81.07%

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE		0.1253	12.53%

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	199,026.09
GASTOS FINANCIEROS	14,018.70
INVERSION INICIAL	136,133.90
UTILIDAD NETA	156,959.78
VALOR DEL CREDITO	40,633.90
VENTAS	525,421.22
COSTO DE VENTA	318,340.07
TOTAL DEL ACTIVO	95,219.17

Tabla 43.- Razones financieras

4.4 IMPACTOS ECONÓMICOS DERIVADOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

a) Aportación al PIB (Producto Interno Bruto)

La actividad turística es una variable económica que contribuye significativamente al PIB del País, es así que con el movimiento de 5.000 millones de dólares y un incremento de 13,52% en el 2012 a causa del turismo en el Ecuador, este se ha convertido en el cuarto rubro importante que aporta a la economía ecuatoriana.

b) Levantamiento de infraestructuras y empresas turísticas

Un factor muy importante para el desarrollo de este sector es la adecuación de las vías de acceso hacia el destino turístico esto puede ser los aeropuertos, terminales, carreteras, etc. Otro elemento que es imprescindible mejorar son edificios que brinden alojamiento y seguridad a los visitantes como hoteles, restaurantes, compañías de alquiler de autos, etc.

c) Influencia sobre los demás sectores productivos

El turismo puede ser generador de desarrollo de otras actividades de la economía, convirtiéndose de esta manera en un efecto dominó, es decir puede impulsar el sector de la construcción (de hoteles y restaurantes), la agricultura (para impulsar la gastronomía del sector) o que incremente la venta de equipos tecnológicos para el manejo de las diversas compañías turísticas.

d) Recaudación de impuestos

Este efecto se produce mediante el Impuesto al Valor Agregado, al tabaco, al alcohol, a los hidrocarburos, a los trabajadores y a las sociedades del sector.

e) Consecuencias sobre el empleo

La actividad turística se caracteriza por necesitar de una gran cantidad de mano de obra, desde cocineros, meseros, hasta recepcionistas y guías turísticos. En tal caso, este efecto es positivo.

f) Impacto ambiental

Progresivamente, el avance de la actividad turística ha derivado en una contaminación ambiental como resultado de la gran afluencia de personas a áreas de la naturaleza que son frágiles o zonas muy concretas de una ciudad. En la actualidad cada vez es mínimo el impacto negativo, debido a que las autoridades regulan y protegen el recurso natural para no continuar deteriorándolo y que esto ocasione una reducción del número de visitantes al recurso turístico.

Aún se continúa encontrando diversos problemas:

- Contaminación ecológica generada por los desechos de los visitantes como basuras, detergentes, etc.
- Contaminación ambiental y acústica¹² ocasionadas por los medios de transporte que llevan a los turistas desde sus ciudades donde habitan a su destino turístico.
- Masiva población en zonas de actividad turística que genera problemas de congestión en el tráfico, gran número de construcción de edificios y servicios turísticos, contaminación acústica, etc.
- Construcción desorganizada de infraestructuras, compañías de servicios turísticos, casas, etc. Que causan una contaminación visual¹³ muchas veces, definitiva.

Sin embargo, tomando en cuenta que existen programas de protección del medio ambiente y de zonas naturales consideradas como reservas turísticas, es un punto a favor del hombre, principal contaminante, sea por conciencia ambiental o por los beneficios económicos que aporta el turismo a la gran sociedad.

g) Efectos político- legales del turismo.

El turismo, es una actividad que cuenta con numerosos efectos positivos provenientes de la afluencia de miles de personas nacionales y extranjeros dentro de

¹² Es el exceso de sonido que altera las condiciones normales del medio ambiente.

¹³ Aquello que perturba la visualización de una zona específica o rompe la estética del paisaje.

un mismo País en una estadía corta de tiempo, pero justamente esta entrada y salida de visitantes puede ocasionar un sinnúmero de inconvenientes, como son los sanitarios.

La propagación de enfermedades entre países, problemas de seguridad es decir, entrada de personas que se encuentren al margen de la ley o problemas fiscales ocasionados por la entrada o salida de productos no ilícitos o controlados. Por esto, los Gobiernos tratan de supervisar la actividad turística por medio de una ley que supervise esta corriente de visitantes.

En conclusión, el turismo tiene un alto control en todas sus actividades, de tal forma que existe la ley que protege los Espacios Naturales o Reservas, una ley de Patrimonio Histórico y otros reglamentos que manejan las compañías y actividades turísticas como alojamiento, restauración, guías turísticos, agencias de viajes, etc.

4.5 CONCLUSIONES

1. Que la actividad turística en el Ecuador representa una oportunidad de ingresos para inversores, tantos locales, nacionales y extranjeros para la conformación de empresas dedicadas a la prestación de servicios.
2. El cantón Cumandá posee una gran variedad de microclimas y belleza paisajística agradables para todo el que visita este lugar, ubicado en la Provincia del Chimborazo.
3. Que los atractivos turísticos del Cantón Cumandá son poco conocidos a consecuencia de la escasa inversión en materia de promoción y publicidad por parte de los sectores públicos y privados.
4. La población de los Recintos Suncamal y Río Blanco presenta muchas necesidades socio-económicas lo cual detiene el progreso e impide una buena calidad de vida.
5. Que la implementación de un negocio dedicado a la actividad eco turística promoverá la práctica de deportes extremos y al mismo tiempo dinamizará el agro turismo en los Recintos Río Blanco y Suncamal del Cantón Cumandá.
6. Que la práctica de deportes extremos posee alta demanda del mercado turístico en el País.

4.6 RECOMENDACIONES

1. Es importante que las instituciones tanto públicas como privadas del Cantón Cumandá, elaboren un plan estratégico cuya finalidad sea mejorar los índices de productividad, descender el desempleo, la pobreza, el analfabetismo, la migración, etc. y todas aquellas variables que en la actualidad reflejan desinterés por parte de estas organizaciones en pro de la mejor calidad de vida de los habitantes.
2. Que el apoyo económico y técnico es necesarios para optimizar los procesos productivos del Recintos Suncamal y Río Blanco, al punto que sea posible incrementar los volúmenes de producción o iniciar nuevos proyectos productivos.
3. Que se diseñen eficientes planes de Marketing y Publicidad para el cantón Cumandá con el propósito de dar a conocer al Ecuador y el mundo las maravillas que posee el sector tanto en aspecto climático, relieve, hidrográfico y productivo.
4. Que el fenómeno migratorio cada vez es más frecuente en los pobladores del Cantón, por lo tanto es necesario detener este efecto trabajando mancomunadamente en el sector, impulsando su desarrollo turístico, tecnificando su producción, asesorando sus actividades y proporcionando créditos productivos.
5. Que se implemente un atractivo turístico que sirva de nexo para captar turistas y/o visitantes al lugar, que se maneje con mucha sinergia las estrategias conjuntas a fin de lograr beneficio mutuo entre los sectores.
6. Por estos aspectos antes mencionados, la implementación de una Eco hostería servirá de atractivo turístico para captar visitantes al tiempo que los mismos pueden visitar y adquirir los productos de la población aledaña mediante la Ruta agro turística.

BIBLIOGRAFÍA

ASAMBLEA NACIONAL, A. N. (2008). Constitución del Ecuador. Recuperado el 15 de Noviembre de 2013, de http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

ASO. MUJERES PRODUCTIVAS SUMCAMAL, A. M. (15 de Noviembre de 2013). Visita a central panelera de Suncamal. (I. R. Maquizaca, Entrevistador)

BASTIDAS, Z. (2007). DISEÑO DE LA RUTA ECO-AGROTURÍSTICA ARRAYANES - COLONIA. IBARRA, ECUADOR: UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.

CHIMBORAZO, MUNICIPIO CUMANDÁ. (16 de Octubre de 2013). Concejo Cantonal. Cumandá, Chimborazo, Ecuador.

DEPORTES AZUAY EXTREMOS. (s.f.). [Deportesazuayextremos.blogspot.com](http://deportesazuayextremos.blogspot.com). Recuperado el 26 de Octubre de 2013, de <http://deportesazuayextremos.blogspot.com/2010/05/proxima-competencia-de-cuadrones-en-el.html>

ECOSTRAVEL. (s.f.). Eco Hostería Toa Toa, Machala Ecuador. Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de <http://www.ecostravel.com/ecuador/hosterias/machala/eco-hosteria-toa-toa.php>

ECOSTRAVEL. (2010). Recuperado el 15 de octubre de 2013, de <http://www.ecostravel.com/ecuador/hosterias/machala/eco-hosteria-toa-toa.php>

ESPOL, I. C. (2009). DIAGNOSTICO DE LA PROMOCIÓN TURISTICA DEL CANTÓN CUMANDÁ. CUMANDÁ: ESPOL.

- GÓMEZ, M. (2006). INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. CÓRDOVA, ARGENTINA: EDITORIAL BRUJAS.
- GONZÁLES, M., & LEÓN, C. (2010). TURISMO SOSTENIBLE Y BIENESTAR SOCIAL. España: Erasmus ediciones.
- IICA. (2008). CONTRIBUCIÓN DEL IICA AL DESARROLLO DE LA AGRICULTURA Y LAS COMUNIDADES DE LAS AMÉRICAS. Costa Rica: Ica.
- JIMENEZ BULLA, L. (2013). ECOTURISMO, OFERTA Y DESARROLLO SISTÉMICO REGIONAL. Bogotá: Eco ediciones.
- KRUGMAN, P. R., & WELL, R. (2007). Macroeconomía: introducción a la Economía. Barcelona: REVERTÉ S.A.
- LOZANO RODRÍGUEZ, P. (2006). PLAN DE MARKETING TURISTICO PARA EL CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO. GUAMOTE, ECUADOR: ESPOCH.
- MAQUIZACA, G. (15 de Noviembre de 2013). Visita al sector de Río Blanco. (I. P. Maquizaca, Entrevistador)
- MEJÍA LÓPEZ, R. (2009). PRESENTACIÓN DE UN PROYECTO AGROTURISTICO PARA LA ASOCIACIÓN DE GANADEROS DE SANTO DOMINGO, PROVINCIA DE PICHINCHA. RIOBAMBA, ECUADOR: ESPOCH.
- MINISTERIO DE TURISMO. (2013). LEY DE TURISMO. Recuperado el 28 de Octubre de 2013, de http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/files/2009/03/ley_turismo.pdf
- MUNICIPIO DE CUMANDÁ. (s.f.). Recuperado el 27 de Octubre de 2013, de <http://www.cumanda.gob.ec/historia/historia-de-cumanda>
- O.M.T. 2013. (s.f.). Recuperado el 27 de Octubre de 2013, de <http://www2.unwto.org/es>

OLMOS JUÁRES, L., & GARCÍA CABRIAN, R. (2011). ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO. España: Paraninfo.

PORTER, M. (2009). Ser competitivo. Barcelona: Impresia Ibérica.

ROMERO, F., ALARCÓN, P., & SEGOVIA, J. (2009). PERFIL DEL TERRITORIO DEL CANTÓN CUMANDÁ. Cumandá: Secretaría Nacional de gestión de Riesgos.

SINERGIA CREATIVA. (s.f.). Las 5 fuerzas de Porter. Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de <http://sinergiacreativa.wordpress.com/2008/05/10/las-5-fuerzas-de-porter/>

ANEXOS:

Anexo 1.- Formato de la encuesta:



**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMIN. DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERA**

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE GUAYAQUIL Y OTROS CANTONES ALEDAÑOS

OBJETIVO: Determinar el potencial turístico y productivo de los recintos Susacmal y Río Blanco en el cantón Cumandá

COOPERACION: Agradecemos la cooperación que usted brinde a la presente encuesta, se mantendrá en total confidencialidad. Gracias.

<p>1.- Estratificación de la muestra por edad y sexo</p> <table border="1"> <tr><td>18 a 24 años</td><td></td></tr> <tr><td>24 a 44 años</td><td></td></tr> <tr><td>45 años en adelante</td><td></td></tr> </table>	18 a 24 años		24 a 44 años		45 años en adelante		<p>5.- Por motivos recreacionales, ¿Acostumbra a viajar fuera o dentro del País?</p> <table border="1"> <tr><td>Fuera del País</td><td></td></tr> <tr><td>Dentro del País</td><td></td></tr> </table>	Fuera del País		Dentro del País		<p>9.- ¿Le gustaría experimentar los beneficios que brinda el turismo de aventura?</p> <table border="1"> <tr><td>Si</td><td></td></tr> <tr><td>No</td><td></td></tr> <tr><td>Tal vez</td><td></td></tr> </table> <p>10.- ¿Alguna vez ha practicado deportes extremos?</p> <table border="1"> <tr><td>Si</td><td></td></tr> <tr><td>No</td><td></td></tr> </table>	Si		No		Tal vez		Si		No		<p>14.- ¿Cuánto tiempo permanecería o se hospedaría en una Eco hostería?</p> <table border="1"> <tr><td>1 día</td><td></td></tr> <tr><td>2 días</td><td></td></tr> <tr><td>3 días</td><td></td></tr> </table>	1 día		2 días		3 días					
18 a 24 años																																	
24 a 44 años																																	
45 años en adelante																																	
Fuera del País																																	
Dentro del País																																	
Si																																	
No																																	
Tal vez																																	
Si																																	
No																																	
1 día																																	
2 días																																	
3 días																																	
<p>2.- Estratificación de la muestra por ocupación</p> <table border="1"> <tr><td>En relación de dependencia</td><td></td></tr> <tr><td>Sin relación de dependencia</td><td></td></tr> <tr><td>Estudiante</td><td></td></tr> </table>	En relación de dependencia		Sin relación de dependencia		Estudiante		<p>6.- Para vacacionar, ¿Qué regiones dentro del País le gusta visitar?</p> <table border="1"> <tr><td>Costa</td><td></td></tr> <tr><td>Sierra</td><td></td></tr> <tr><td>Oriente</td><td></td></tr> <tr><td>Región insular</td><td></td></tr> </table>	Costa		Sierra		Oriente		Región insular		<p>11.- ¿Qué deportes relacionados al turismo de montaña le gusta o le gustaría practicar?</p> <table border="1"> <tr><td>Canopy</td><td></td></tr> <tr><td>Trekking</td><td></td></tr> <tr><td>Ciclismo de montaña</td><td></td></tr> <tr><td>Rafting</td><td></td></tr> <tr><td>Cabalgatas</td><td></td></tr> </table>	Canopy		Trekking		Ciclismo de montaña		Rafting		Cabalgatas		<p>15.- ¿Le agradaría que su paquete turístico contemple una ruta agro-turística en el mismo sector?</p> <table border="1"> <tr><td>Si</td><td></td></tr> <tr><td>No</td><td></td></tr> </table>	Si		No			
En relación de dependencia																																	
Sin relación de dependencia																																	
Estudiante																																	
Costa																																	
Sierra																																	
Oriente																																	
Región insular																																	
Canopy																																	
Trekking																																	
Ciclismo de montaña																																	
Rafting																																	
Cabalgatas																																	
Si																																	
No																																	
<p>3.- Estratificación de la muestra por nacionalidad</p> <table border="1"> <tr><td>Lastre</td><td></td></tr> <tr><td>Arena</td><td></td></tr> <tr><td>Tierra</td><td></td></tr> <tr><td>Cascajo</td><td></td></tr> <tr><td>Piedra Bola</td><td></td></tr> </table>	Lastre		Arena		Tierra		Cascajo		Piedra Bola		<p>7.- ¿Ha visitado alguna vez el Cantón Cumandá en la Provincia del Chimborazo?</p> <table border="1"> <tr><td>Si</td><td></td></tr> <tr><td>No</td><td></td></tr> </table>	Si		No		<p>12.- ¿Le gustaría que estas actividades de turismo se encuentren a pocas horas de distancia de su ciudad?</p> <table border="1"> <tr><td>Si</td><td></td></tr> <tr><td>No</td><td></td></tr> </table>	Si		No		<p>16.- ¿Cuál de las siguientes actividades productivas del sector le gustaría conocer?</p> <table border="1"> <tr><td>Cultivo de bio caña</td><td></td></tr> <tr><td>Panela granulada bio orgánica</td><td></td></tr> <tr><td>Elaboración artesanal de quesos</td><td></td></tr> <tr><td>Cultivo de orito orgánico</td><td></td></tr> </table>	Cultivo de bio caña		Panela granulada bio orgánica		Elaboración artesanal de quesos		Cultivo de orito orgánico					
Lastre																																	
Arena																																	
Tierra																																	
Cascajo																																	
Piedra Bola																																	
Si																																	
No																																	
Si																																	
No																																	
Cultivo de bio caña																																	
Panela granulada bio orgánica																																	
Elaboración artesanal de quesos																																	
Cultivo de orito orgánico																																	
<p>4.- Por motivos de recreación, ¿con qué frecuencia le gusta salir fuera de la Ciudad?</p> <table border="1"> <tr><td>Muy frecuente</td><td></td></tr> <tr><td>Frecuentemente</td><td></td></tr> <tr><td>Poco frecuente</td><td></td></tr> <tr><td>Nada frecuente</td><td></td></tr> </table>	Muy frecuente		Frecuentemente		Poco frecuente		Nada frecuente		<p>8.- El Cantón Cumandá ofrece múltiples actividades, ¿En cuál de ellas le gustaría participar mayormente?</p> <table border="1"> <tr><td>Descanso</td><td></td></tr> <tr><td>Turismo</td><td></td></tr> <tr><td>Negocios</td><td></td></tr> </table>	Descanso		Turismo		Negocios		<p>13.- ¿En cuál de estos sitios preferiría hospedarse durante sus vacaciones?</p> <table border="1"> <tr><td>Hosterías</td><td></td></tr> <tr><td>Camping</td><td></td></tr> <tr><td>Casas comunales</td><td></td></tr> <tr><td>Hotel</td><td></td></tr> <tr><td>Haciendas</td><td></td></tr> </table>	Hosterías		Camping		Casas comunales		Hotel		Haciendas		<p>17.- ¿Por cuál de estos paquetes turísticos le gustaría optar?</p> <table border="1"> <tr><td>1 día sin hospedaje</td><td></td></tr> <tr><td>1 día con hospedaje</td><td></td></tr> <tr><td>2 días con hospedaje</td><td></td></tr> </table>	1 día sin hospedaje		1 día con hospedaje		2 días con hospedaje	
Muy frecuente																																	
Frecuentemente																																	
Poco frecuente																																	
Nada frecuente																																	
Descanso																																	
Turismo																																	
Negocios																																	
Hosterías																																	
Camping																																	
Casas comunales																																	
Hotel																																	
Haciendas																																	
1 día sin hospedaje																																	
1 día con hospedaje																																	
2 días con hospedaje																																	

Anexo 2.- Foto de la celebración del convenio entre la ESPOL y el Municipio del Cantón Cumandá para realizar un estudio “Diagnóstico para la promoción turística del cantón Cumandá como base a un desarrollo turístico sostenido”



Constan: Msc. Jerry Landivar ESPOL, Ing. Gorky Maquizaca M.I. Municipio de Cumandá

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ILUSTRE MUNICIPIO DEL CANTÓN CUMANDÁ



“Diagnóstico para la promoción turística del cantón Cumandá como base a un desarrollo turístico sostenido”

Anexo 3.- Más fotos de archivos del Cantón Cumandá

