

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador

Departamento de Economía, Ambiente y Territorio

Convocatoria 2023-2025

Tesis para obtener el título de Maestría en Economía y Gestión Estratégica de Micro,
Pequeñas y Medianas Empresas

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
PARADERO TURÍSTICO “CABANA DEL RÍO” EN LA PARROQUIA INGAPIRCA
DEL CANTÓN CAÑAR

Pinos Salazar Miguel Fernando

Asesor: Martín Mayoral Fernando

Lectores: Álvarez Palacios Patricio Enrique, Pérez González Álvaro René

Quito, agosto del 2025

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi esposa y a mis hijos, cuyo apoyo incondicional, comprensión y sacrificio fueron fundamentales para alcanzar este objetivo. Su paciencia y motivación me impulsaron a perseverar en los momentos de mayor exigencia. A mi madre, por inculcarme desde temprana edad el valor del esfuerzo, la disciplina y la superación personal, principios que han guiado cada etapa de mi formación. A mis docentes y mentores, por compartir su conocimiento y por fomentar en mí el pensamiento crítico y el compromiso con la investigación académica. A todas las personas e instituciones que de manera directa o indirecta aportaron al desarrollo de este estudio. Este trabajo representa el resultado de un proceso de formación que trasciende lo personal y busca contribuir al avance académico y al bienestar colectivo.

Epígrafe

Un secreto del éxito en la vida es que un hombre esté preparado para su oportunidad cuando ésta llegue.

- Benjamin Disraeli

Esta tesis/tesina se registra en el repositorio institucional en cumplimiento del artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior que regula la entrega de los trabajos de titulación en formato digital para integrarse al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador, y del artículo 166 del Reglamento General Interno de Docencia de la Sede, que reserva para FLACSO Ecuador el derecho exclusivo de publicación sobre los trabajos de titulación durante un lapso de dos (2) años posteriores a su aprobación.

Índice de contenido

Resumen	8
Agradecimientos.....	9
Introducción	10
Capítulo 1. Análisis del entorno	14
1.1. Fuerzas macroeconómicas.....	14
1.2. Fuerzas del mercado	18
1.3. Fuerzas de la industria	20
1.3.1. Actores de la cadena de valor.....	22
1.3.2. Competencia.....	24
1.3.3. Inversionistas.....	24
1.4. Tendencias clave	25
1.5. Antecedentes de estudios de casos.	27
Capítulo 2. Evaluación FODA	29
2.1. Evaluación interna: fortalezas y debilidades	29
2.1.1. Fortalezas	29
2.1.2. Debilidades.....	30
2.2. Evaluación externa: oportunidades y amenazas	32
2.2.1. Oportunidades	32
2.2.2. Amenazas	33
Capítulo 3. Propuesta de Modelo de Negocio.....	35
3.1. Metodología.....	35
3.2. Estructura CANVAS	35
3.2.1. Segmentos de mercado.....	36
3.2.2. Propuesta de valor	38
3.2.3. Canales	41
3.2.4. Relación con los clientes	43
3.2.5. Fuentes de ingresos	43
3.2.6. Actividades clave	44
3.2.7. Recursos clave.....	45
3.2.8. Socios clave.....	46

3.2.9 Tamaño del negocio y capacidad del local.....	47
3.2.9. Estructura de costos.....	49
3.3.Lienzo CANVAS.....	50
Capítulo 4. Análisis Económico y Financiero.....	51
4.1. Inversión y financiamiento	51
4.4. Factibilidad del estudio del paradero turístico “Cabaña del Río”	70
4.5. Análisis de riesgo financiero	71
Capítulo 5. Conclusiones y Recomendaciones	72
5.1.Conclusiones.....	72
5.2. Recomendaciones	73
Referencias	75

Lista de ilustraciones

Figuras

Figura 1.1. Cadena de valor de paradero turístico	23
Figura 4.2. Punto de equilibrio	57

Tablas

Tabla 1.1 Matriz de evaluación de factores internos	31
Tabla 2.1 Análisis de factores externos	34
Tabla 3.1 Modelo CANVAS	50
Tabla 4.1 Detalle de gastos.....	52
Tabla 4.2 Porcentaje de inversión, financiamiento paradero Turístico Cabaña del Río	53
Tabla 4.3 Descripción de ingresos proyectados	54
Tabla 4.3 Descripción de costos proyectados.....	55
Tabla 4.4 Presupuesto de gastos	56
Tabla 4.5 Punto de equilibrio	57
Tabla 4.6 Estado de resultados proyectado	58
Tabla 4.7 Tasa de descuento.....	59
Tabla 4.8 Valor Actual Neto	59
Tabla 4.9 Tasa Interna de Retorno.....	60
Tabla 4.10 Ingresos proyectados escenario pesimista	61
Tabla 4.11 Flujo de efectivo proyectados escenario pesimista	63
Tabla 4.12 Ingresos proyectados escenario conservador.....	64
Tabla 4.13 Flujo de efectivo proyectados escenario conservador	66
Tabla 4.14 Ingresos proyectados escenario optimista	67
Tabla 4.15 Flujo de efectivo proyectados escenario optimista.....	69

Resumen

La presente investigación se centra en el planteamiento de una propuesta de negocio que contribuya al desarrollo del turismo en el paradero turístico “Cabaña del Río” en Ingapirca busca dinamizar la economía local mediante un modelo de turismo comunitario sostenible, integrando cultura, naturaleza y desarrollo social. Ubicado cerca de las ruinas de Ingapirca el principal sitio arqueológico del Ecuador, el proyecto aprovecha su posición estratégica para ofrecer experiencias únicas como ecoturismo, gastronomía tradicional y talleres culturales cañaris. Su viabilidad se sustenta en un análisis financiero positivo (TIR del 16%, VAN favorable) y en una demanda creciente de turismo auténtico. La iniciativa prioriza la inclusión comunitaria: empleo local, compra de insumos regionales y participación en la gestión. Además, plantea alianzas con operadoras turísticas y una promoción agresiva en redes sociales para atraer visitantes nacionales e internacionales. Entre los desafíos identificados figuran la escasa promoción del destino y la necesidad de mejorar servicios básicos (transporte, alojamiento). Para garantizar su éxito, se propone un plan de seguimiento continuo (indicadores financieros y operativos), capacitación en servicio al cliente y diversificación de actividades. “Cabaña del Río” no solo busca ser un destino turístico, sino un modelo replicable de desarrollo sostenible que revalorice el patrimonio cañari.

Agradecimientos

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a todos los docentes de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), por su valiosa formación, orientación y compromiso académico, los cuales han sido fundamentales en el desarrollo de este trabajo. Asimismo, agradezco a mi familia, en especial a mi esposa e hijos, por su paciencia, apoyo incondicional y comprensión a lo largo de este proceso.

Introducción

El sector turismo es un factor clave y estratégico para el desarrollo económico del Ecuador. Según el Ministerio de Turismo (2021), el país se ha caracterizado por su riqueza y potencial turístico que han contribuido significativamente a mejorar los ingresos de divisas, generación de empleo y reducir el déficit fiscal. Ecuador es un territorio apto para desarrollar actividades turísticas, y se ha convertido en un destino turístico que todo viajero debe conocer, su cultura, tradiciones, gastronomía, paisajes, senderos y sitios arqueológicos hacen que sea un país único y de atracción turística con inigualable riqueza natural y cultural.

Cañar es una de las provincias turísticas más importantes y emblemáticas del país, declarada capital arqueológica, cultural y patrimonio de la humanidad por la UNESCO, por lo cual todo su territorio es apto para el desarrollo turístico en beneficio de fuentes de empleo y desarrollo económico. (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural 2020)

Según Álvarez (2022, 72) “el turismo rural comunitario constituye una posibilidad de incremento de recursos y progreso para comunidades rurales cercanas a destinos turísticos, las cuales todavía no obtienen beneficios económicos de los visitantes”. Esta forma de periplo es cada vez más recomendada por agencias de desarrollo, organizaciones no gubernamentales y entidades del gobierno local como estrategia para el desarrollo y la gestión del territorio.

En la actualidad, la parroquia Ingapirca, del cantón Cañar, posee un alto potencial turístico, entre el cual se destaca el complejo arqueológico Ingapirca, que es el más importante del Ecuador. Este enclave, ha llamado la atención de visitantes de diversos lugares, lo que ha propiciado que exista un alto tráfico de turistas nacionales y extranjeros (Álvarez 2022). El potencial turístico existente en Ingapirca, incentiva a formular proyectos que fortalezcan el sector en el ámbito económico y social de sus habitantes con un adecuado aprovechamiento y conservación responsable de sus recursos disponibles (GAD Parroquial de Ingapirca 2023).

Definición del problema

Para la definición de problema se tomó como referencia un estudio de Pinos (2021) sobre el análisis y el rediseño de la cadena de valor turística, y su incidencia en la rentabilidad económica y social del GAD parroquial Ingapirca, del cantón y provincia

del Cañar. Además, esta información fue complementada con entrevistas a los turistas que visitan Ingapirca, al presidente del GAD parroquial y a un actor turístico local, con el objetivo de identificar las falencias existentes en la cadena de valor turística, obteniendo lo siguiente:

- Los lugares turísticos de Ingapirca son visitados mayormente por turistas nacionales y en una pequeña cantidad por turistas extranjeros, esto puede ser ocasionado por la falta de promoción internacional.
- Un número significativo de turistas manifestó insatisfacción con los servicios de transporte, alimentación, alojamiento y la información turística. Estos servicios son esenciales para la experiencia del turista, por lo que es crucial abordar y corregir las deficiencias identificadas en dichos aspectos.
- Actividades turísticas como el senderismo, la visita a comunidades indígenas y la interpretación cultural son opciones adicionales que los turistas desearían realizar en la zona. Por consiguiente, estas actividades podrían representar un valor añadido al turismo local, diversificando y enriqueciendo la oferta turística.
- Según los turistas, el GAD Ingapirca no ha realizado suficientes campañas promocionales o invitaciones, evidenciando una necesidad de mejorar en la publicidad de su oferta turística y en el impulso en la localidad.
- Las recomendaciones de los turistas para mejorar los servicios en Ingapirca incluyen optimizar la atención al cliente, aumentar la publicidad y fomentar una mayor oferta de actividades culturales interactivas. Estas sugerencias pueden implementarse como estrategias para fortalecer estas actividades.
- Según el presidente del GAD Ingapirca, las debilidades en la actividad turística local se deben a la falta de coordinación entre las entidades responsables, como el Ministerio de Turismo, ya la ausencia de un presupuesto adecuado para promover el periplo en la región. Un actor turístico adicional destacó que la escasa publicidad también es una debilidad, ya que muchos visitantes desconocen la existencia de Ingapirca.

- El actor turístico propone, como medidas prioritarias, la capacitación integral del personal en servicios turísticos para asegurar una experiencia positiva al visitante. Asimismo, sugiere intensificar los esfuerzos publicitarios y ampliar la oferta de actividades turísticas para prolongar la estancia de los turistas en la localidad, transformando a Ingapirca en un destino turístico consolidado en lugar de un sitio de visita breve.

En función de estas consideraciones realizadas en el 2021, se determina que Ingapirca, pese a ser un sitio turístico con alto tráfico de viajeros, poseer riqueza cultural, atractivos naturales, no ha sido aprovechado adecuadamente por sus habitantes para dinamizar la economía del lugar. Las falencias en los servicios, ausencia de actividades complementarias y la falta de inversión en proyectos turísticos, hacen que Ingapirca sea considerado un lugar de paso y no, un destino turístico (Quezada 2020). Los visitantes deciden trasladarse a lugares como Cuenca y Azogues en donde si pueden encontrar un servicio de calidad y actividades complementarias para hacer su viaje más placentero.

En función de los comentarios anteriores, se han identificado algunos aspectos claves que alimentan esta problemática en general.

- Las actividades turísticas existentes, no cumplen con las expectativas del turista, entre los cuales se encuentra el servicio de alimentación.
- No existe una atención personalizada y de calidad a los clientes.
- Falta de capacitación al personal de locales existentes.
- Ausencia de actividades complementarias
- Falta de actividades complementarias de esparcimiento que permitan retener al turista por tiempos prolongados.

En este contexto se ha visto la oportunidad y la necesidad de implementar el paradero turístico Cabaña del Río, para aprovechar el potencial existente y contribuir a mejorar la cadena de valor turística, razón por la que se establece la siguiente pregunta ¿Qué tan rentable resulta la implementación del paradero turístico “Cabaña del Río” en la parroquia Ingapirca como estrategia para aprovechar el potencial turístico local, garantizando servicios de alimentación y esparcimiento de alta calidad que satisfagan la demanda, mientras se asegura un retorno económico sostenible?.

Objetivo general

Aprovechar el potencial turístico existente en la parroquia Ingapirca a través de la implementación del paradero turístico Cabaña del Río, brindando un servicio de alimentación y esparcimiento de alta calidad, que satisfaga las necesidades de los turistas, y que a su vez genere una alta rentabilidad económica al local.

Objetivos específicos

- Analizar la factibilidad de implementación del paradero turístico Cabaña del Río en la parroquia Ingapirca cantón Cañar, con una alta aceptación de clientes.
- Diseñar un modelo de negocio que garantice la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.
- Evaluar financieramente el modelo de negocio, tomando en cuenta sus aspectos financieros y los escenarios, para un óptimo funcionamiento.

Segmentación del mercado

La idea de negocio se direcciona a un nicho de mercado definido por turistas nacionales y extranjeros que visitan Ingapirca, así como también a los habitantes de la localidad y zonas aledañas, quienes buscan descanso y esparcimiento por un tiempo determinado (Aguagallo 2022).

Los *early adopters* estarán constituidos principalmente por las operadoras turísticas con quienes se mantendrán alianzas y acuerdos comerciales, con el objetivo de lograr que Cabaña del Río sea el lugar de acogida de los visitantes del complejo arqueológico. Se implementarán promociones y descuentos a las operadoras que elijan el local al momento de planificar su viaje, de esta manera se logrará tener una ventaja competitiva frente a otros competidores.

Delimitación geográfica y ubicación

El presente proyecto será implementado en el kilómetro 9 de acceso a la parroquia Ingapirca ubicado en el cantón Cañar provincia del Cañar.

Capítulo 1. Análisis del entorno

1.1. Fuerzas macroeconómicas

Actualmente las MIPYMES de los diferentes sectores económicos se enfrentan con muchas presiones y desafíos que amenazan su crecimiento y estabilidad, debido a diversos factores macroeconómicos sobre los que se debe reflexionar y analizar, tomando como referencia la situación actual de Ecuador (Ayala y Varela 2023).

Este análisis permite reducir riesgos a la hora de evaluar la viabilidad económica, técnica y ambiental del proyecto, minimizando incertidumbres. Además, facilitar la optimización de recursos al planificar de manera eficiente la inversión, infraestructura y servicios, evitando gastos innecesarios.

También contribuye a la atracción de inversión, ya que un estudio bien fundamentado genera confianza en inversionistas y entidades financieras. Otro aspecto positivo es el impacto en la comunidad, pues identifica oportunidades de desarrollo local, generación de empleo y fomento del turismo sostenible mediante la implementación del paradero turístico. Por último, ayuda a garantizar el cumplimiento normativo, asegurando que el proyecto se ajuste a regulaciones ambientales y legales, impidiendo sanciones.

Sin embargo, el estudio de factibilidad también presenta algunos perjuicios. Uno de los principales es su costo elevado para el negocio, ya que implica gastos en consultoría, análisis de mercado y estudios especializados, lo que puede ser una barrera para pequeños emprendedores o municipios con presupuestos limitados.

Para el análisis macroeconómico, se ha considerado las siguientes variables claves.

1.1.1 Producto Interno Bruto (PIB)

Según las proyecciones del Banco Central del Ecuador (2024) hasta el 19 de diciembre de 2024, el Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador ha registrado un incremento del 1,6% en comparación con el año anterior, en el que contempla aspectos económicos como la crisis eléctrica. En relación con el 2025, el organismo estima un crecimiento del 2,5%, sujeto a factores como el precio del petróleo y la inversión extranjera (Primicias 2025).

En este escenario, el panorama para emprender un negocio de paradero turístico se considera complejo, según análisis de la Cámara de Turismo del Ecuador (2025),

debido a la combinación de altos costos logísticos, inseguridad en zonas rurales y una demanda turística aún por debajo de niveles prepandemia.

En cuanto al sector de servicios, que incluye comercio, telecomunicaciones y el turismo, en el 2022 ha tenido una mejora en un 43,3%, lo que concierne el 4,2 de la economía ecuatoriana, su crecimiento depende en gran medida de la inversión en infraestructura y la estabilidad económica del país (Yungan 2022). Por lo que refleja en el sector turístico, de acuerdo con la investigación de Naranjo et al., (2022) contribuye en un 98% a la generación de ingresos y empleo, evidenciando su impacto económico. Ante esta situación, es fundamental que las entidades reguladoras establezcan marcos jurídicos estratégicos que faciliten la pronta recuperación financiera de las empresas del sector en el corto plazo. Este tipo de actividades fortalece el sector turístico en el Ecuador, brindando oportunidades de empleo y mejoras económicas

1.1.2 Inflación

De acuerdo con el Banco Central del Ecuador, la inflación del Ecuador a corte octubre del 2024 presenta un comportamiento moderado, con variaciones en diferentes sectores económicos (Instituto Nacional de Estadística y Censos 2024). La inflación acumulada se sitúa en aproximadamente en 3.1% en comparación con el mismo periodo del año anterior, lo cual se considera un nivel estable especialmente en un contexto regional donde otros países presentan niveles más elevados.

El incremento en los precios de insumos esenciales como transporte, hospedaje y alimentación genera un encarecimiento de los servicios turísticos, lo que puede reducir la afluencia de visitantes y desacelerar el dinamismo económico del sector. Asimismo, la pérdida del poder adquisitivo de los consumidores nacionales limita la demanda interna, restringiendo el desarrollo de la industria (Abad et al., 2024). Para contrarrestar estos efectos, es fundamental que tanto el sector público como el privado implementen medidas de estabilización de costos, incentivos fiscales y estrategias de promoción que garanticen la sostenibilidad y accesibilidad del turismo en el país.

1.1.3 Riesgo país

En un contexto general, el riesgo país es un indicador que muestra cómo perciben los inversores la capacidad y voluntad de un país para honrar sus deudas (Ministerio de finanzas 2024). Este indicador se usa principalmente para valorar el riesgo relacionado

con las inversiones en un país particular y puede afectar tanto las decisiones de financiamiento.

La falta de confianza en las inversiones turísticas en Ecuador se debe a la inestabilidad en las políticas gubernamentales, la inseguridad jurídica y la deficiente infraestructura en algunas zonas clave. Además, factores económicos y la dependencia de sectores vulnerables generan incertidumbre. Para atraer inversión, es fundamental implementar estrategias que garanticen estabilidad y un entorno favorable para el desarrollo sostenible (Grupo Banco Mundial 2025).

Ecuador ha tenido tradicionalmente un elevado índice riesgo país, que en abril de 2025 llegó a 1500 puntos. Además, la deuda externa se mantiene elevada, representando alrededor del 50% del PIB, lo que genera inquietudes sobre la capacidad del país para cumplir con sus obligaciones (Banco Central del Ecuador 2024). Estos factores son negativos para la atracción de inversionistas.

1.1.4 Otros indicadores

- La tasa de desempleo nacional es el indicador que mide el porcentaje de la población económicamente activa que no tiene empleo, pero está en búsqueda activa de trabajo. De acuerdo con datos del INEC en septiembre del 2024 se encuentra en 3.69%. Por otro lado, más del 50% de trabajadores tiene un empleo informal en Ecuador afectando a los negocios de alrededor, sin embargo, la implementación del paradero turístico contribuye a la estabilidad laboral de la zona por su permanencia en el sector (Conferencia Interamericana de Seguridad Social 2025).
- Tasa activa referencial mensual es el promedio de las tasas de interés que las entidades financieras cobran por otorgar créditos, sirviendo como referencia para el costo del financiamiento y se representó con el 10.73%. Esta tasa es muy elevada y desalienta la inversión empresarial.
- Canasta Familiar Básica es el conjunto de bienes y servicios esenciales que una familia necesita mensualmente para cubrir sus necesidades básicas, teniendo en cuenta que el salario básico está en \$470. La capacidad de gasto de la población ecuatoriana en servicios turísticos está influenciada por factores económicos como el poder adquisitivo, el empleo, la inflación y el costo de la Canasta Familiar Básica (CFB). La tasa de empleo adecuado es de alrededor del 33%, lo que significa que

solo 1 de cada 3 ecuatorianos tiene ingresos suficientes para ahorrar o gastar en viajes, es decir, dejando poco margen para gastos turísticos (INEC, 2024).

Según el Banco Central del Ecuador (2024) y el Banco Mundial (2025), hay algunos factores que explican el estancamiento de la economía del Ecuador en el año 2024, estos factores son; aumento de la inseguridad, interrupciones en la producción de petróleo, eventos climáticos, cortes de luz y la incertidumbre política. Estos eventos evidentes afectan negativamente al turismo por la reducción de viajeros internacionales, disminución interna y mayores costos operativos, de esta forma se puede enfrentar a pérdidas irreversibles.

Según organismos como el Banco Central del Ecuador y el Fondo Monetario Internacional (FMI), la economía ecuatoriana también se ha desacelerado debido a la incertidumbre política que persiste desde 2023. Esta situación dificulta la aprobación de nuevas reformas, especialmente en el ámbito económico (Banco Central del Ecuador 2024). El aumento de la incertidumbre ha elevado el riesgo país, reduciendo la atraktividad de Ecuador como destino para la inversión extranjera, la capacidad de pago de la población ecuatoriana y la entrada de turistas al país.

Además, Marin y Astudillo (2024) sostienen que el incremento de la violencia en Ecuador en los últimos años ha tenido un impacto negativo en la economía. La disminución de la inversión, la caída de las ventas, la reducción del periplo, el cierre de negocios y el aumento de costos son algunas de las consecuencias derivadas de extorsiones y estados de excepción con toques de queda que se experimentaron en 2024.

Otro desafío para la economía ecuatoriana es la crisis eléctrica, que ha causado cortes de energía y un apagón nacional entre octubre de 2023 y octubre de 2024. Según el ministro de energía, Roberto Luque, las pérdidas económicas del sector productivo por los apagones ascienden a USD 12 millones por hora, lo que representa USD 72 millones diarios. Muchas empresas se ven obligadas a interrumpir sus operaciones, reducir su facturación o incurrir en costos adicionales, como la compra de generadores (Pérez, y otros 2024).

El sector comercial ha sido uno de los más afectados, enfrentando un mal desempeño en 2023 y 2024 debido a la crisis de seguridad, la incertidumbre política y los cortes de energía. El 57% de los 359 productos que componen la canasta de bienes y servicios

consumidos por los hogares experimentaron un aumento en el IVA. Algunas empresas han asumido este impuesto para incentivar las ventas, aprovechando ventajas como el acuerdo comercial con China, que implica una degradación arancelaria (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca 2024).

Ministerio de Agricultura y Ganadería (2024) menciona que, el país enfrenta ciertas limitaciones en áreas clave donde ya cuenta con ventajas competitivas, como la minería responsable, el agro y el sector turístico, lo que frena su capacidad de aprovechar estas oportunidades. Bajo estas circunstancias, es fundamental que la nación impulse su gran capacidad de crecimiento, con el fin de crear empleos de calidad, disminuir la pobreza y fortalecer su progreso económico y productivo.

1.2. Fuerzas del mercado

Cuestiones del mercado: según Lastra y Cabanilla (2020), el mercado de turismo está formado por un conjunto de consumidores de productos turísticos que cuentan con poder adquisitivo potencial. En este sentido menciona que es un sistema de relaciones económicas mundiales en las que interviene una amplia variedad de productos y servicios turísticos. El mercado turístico comprende naciones que tanto emiten como reciben turistas, funcionando como un sistema económico basado en cuatro componentes clave: la demanda turística, la oferta de servicios, los precios y la competencia (Molina et al. 2022).

Estas actividades representan un sector vital y dinámico para las economías de los países que lo promueven (Lastra y Cabanilla 2020). Esta industria integra diversos actores económicos, como alojamientos, gastronomía, transporte, agencias turísticas y entretenimiento, lo que la posiciona como una de las actividades económicas más relevantes a escala global. De acuerdo con el Ministerio de Turismo (2021), el país se ha convertido en uno de los destinos los más populares de Sudamérica por el crecimiento de reservas de hoteles y establecimiento de alojamiento de turistas. En lo que refiere a la demanda de destinos turísticos alrededor del mundo,

Ecuador se ubica en el tercer lugar entre los 10 destinos que más han venido creciendo.

Necesidades y demandas: el producto turístico tiene un comportamiento mixto, puesto que está formado por un conjunto amplio de bienes y servicios (Ordoñez, y otros 2022).

Los turistas no se limitan a consumir únicamente productos específicos del sector turístico; su gasto puede abarcar prácticamente todas las actividades económicas que ofrecen bienes y servicios al público.

Sin embargo, Molina, y otros (2022) menciona que la demanda turística exhibe patrones estacionales diferenciados (temporadas alta/baja), determinados por factores intrínsecos. Por otro lado, influye el destino, estabilidad económica, diversidad de recursos turísticos, competitividad, alquiler, tendencias de consumo y políticas vacacionales. En este escenario, el ecoturismo rural y comunitario se configura como un mecanismo de desarrollo endógeno, generador de ingresos y promotor de sostenibilidad para comunidades locales en zonas con vocación turística, integrando dimensiones económicas y sociales mediante la valorización de sus activos territoriales (Álvarez 2022).

Tobar (2022) explica que el sector turístico está mejorando la experiencia de los viajeros que visitan las diferentes partes del mundo. Desde pequeños establecimientos familiares hasta restaurantes de alta gastronomía, la alimentación se ha convertido en un componente central del en estos viajes modernos. Con un impacto económico considerable y el potencial de promover la diversidad cultural y la sostenibilidad, el turismo gastronómico se mantiene como una fuerza influyente en la industria turística, transformando la forma en que viajamos, consumimos y relacionamos con el entorno.

No obstante, también presenta desafíos significativos. El incremento en la demanda puede ejercer presión sobre los recursos naturales y las cadenas de suministro de alimentos, requiriendo una gestión cuidadosa para asegurar la sostenibilidad a largo plazo. Asimismo, la popularidad de ciertos destinos culinarios puede ocasionar problemas de congestión y sobrecarga turística, afectando la calidad de la experiencia tanto para los visitantes como para la comunidad local.

A pesar de diferentes desafíos presentados en la actualidad, tiene el potencial de promover la sostenibilidad y la conservación cultural. Al poner en valor los productos autóctonos y las tradiciones culinarias, se promueve la preservación de la biodiversidad y el patrimonio cultural del destino (Duarte y Rojas 2024). Los viajeros conscientes buscan experiencias que respalden a las comunidades locales y fomenten prácticas ambientales sostenibles.

1.3. Fuerzas de la industria

De acuerdo con Rivera y Sisler (2022) existen cinco factores que influyen en la competitividad de un sector, la posibilidad de que nuevos competidores ingresen al mercado, el poder que tienen los proveedores para negociar, el poder de negociación de los compradores, la presencia de productos alternativos y la competencia entre las empresas ya establecidas. Este modelo ayuda a las organizaciones a analizar su posición en el mercado y a formular estrategias adecuadas.

Se debe considerar los factores del entorno competitivo para evaluar su viabilidad y sostenibilidad. A continuación, se relaciona cada factor con el proyecto:

1.3.1. Rivalidad entre competidores

Experiencia única y auténtica: Cabañas ecológicas con diseño sostenible: uso de materiales locales (madera, bambú, adobe) y sistemas de bajo impacto ambiental (energía solar, reciclaje de agua).

Conexión directa con el río: actividades como pesca artesanal seguras.

Gastronomía hiper local: menú con ingredientes de la zona y participación de comunidades en su preparación.

Alianzas estratégicas con el Patrimonio Cultural: Paquetes turísticos integrados con Ingapirca: tours guiados exclusivos, en colaboración con guías locales. Experiencias nocturnas (leyendas cañaris, observación astronómica andina).

Enfoque comunitario y responsabilidad social: Participación de la comunidad: talleres artesanales dentro del paradero, con venta directa.

1.3.2. Tecnología y Comodidades Diferenciadoras

- App de experiencia personalizada: historia oral del lugar en audio, y reserva de actividades.
- Glamping con toques tradicionales: mobiliario artesanal con wifi sostenible.

1.3.3. Amenaza de nuevos participantes:

- **Impacto en el segmento de mercado:** Si el negocio tiene éxito, podrían surgir imitadores, reduciendo la participación de mercado de “Cabaña del Río”.
- **Estrategia:** Establecer barreras de entrada como permisos municipales, certificaciones de turismo sostenible o acuerdos exclusivos con comunidades locales.

1.3.4. Amenaza de productos sustitutos

- **Impacto en el modelo de negocio:** Los turistas podrían optar por alternativas como hoteles en Cañar, Airbnb o incluso no pernoctar (visitas de un solo día).
- **Estrategia:** Ofrecer paquetes turísticos integrados (alojamiento + tours + gastronomía) que generen mayor valor que otras opciones.

1.3.5. Poder de negociación de los clientes

- **Impacto en el segmento de mercado:** Si los turistas son sensibles al precio o exigen más servicios, podrían presionar a reducir márgenes de ganancia.
- **Estrategia:** Segmentar bien el mercado (ej: turismo premium vs. económico) y fidelizar mediante experiencias personalizadas (ej: actividades culturales con la comunidad).

1.3.6. Poder de negociación de los proveedores

- **Impacto en el modelo de negocio:** Dependiendo de proveedores locales (alimentos, materiales de construcción, servicios) puede afectar costos si hay pocas opciones.
- **Estrategia:** Trabajar con cooperativas locales para asegurar precios justos y generar impacto social positivo (lo cual también puede ser un atractivo turístico).

El análisis de las fuerzas de la industria en los sectores turísticos y alimentación en Ingapirca revela un entorno competitivo que presenta tanto oportunidades como desafíos (Álvarez 2022). La diferenciación, la calidad del servicio y la capacidad de adaptación a las expectativas del mercado serán cruciales.

1.3.7. Actores de la cadena de valor

Ávalos, y otros (2022), define la cadena de valor empresarial u organizacional como una herramienta que establece el desarrollo de las actividades necesarias de una organización para generar valor al producto o servicio final ofertado.

En este proceso se analiza de igual forma la ventaja competitiva de organización con la cual se diferencia de la competencia para brindar la satisfacción total del cliente.

A continuación, se detallan los actores específicos para este proyecto:

- GAD Ingapirca: Coordinación con operadores turísticos nacionales e internacionales, venta del boleto de la ruta turística.
- Operadores de turismo: Nacionales pueden adquirir los tickets del servicio turístico en Ingapirca; y Extranjeros que coordinan con operadores turísticos nacionales.
- Transporte Interprovincial: Promociona, enlaces con la operadora turística, independiente y organizado.
- Hospedaje y alimentación: Realizan enlaces con operadoras turísticas.
- Entretenimiento y diversión: Realizan enlaces con operadoras turísticas.
- Consumo turístico: Consumen y promocionan.

En el contexto turístico actual, los destinos deben desarrollar ventajas competitivas e incorporar valor diferenciado para destacar en un mercado altamente saturado (Salazar y Espinoza, 2022). Esto implica que los actores del sector turístico deben enfocarse en la innovación y mejora continua de sus productos y servicios, alineándolos con las expectativas y demandas específicas de los visitantes. La creación de experiencias memorables y únicas se convierte en un factor clave para lograr posicionamiento preferencial en el mercado y distinguirse efectivamente de la competencia.

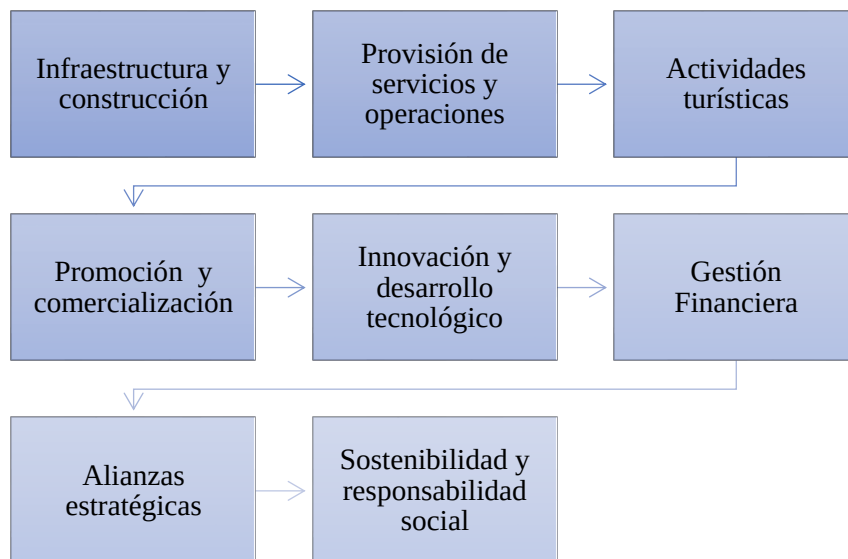
Según Rivera y Sisler (2022), los consumidores de servicios turísticos, además, un tienen poder de negociación que hay que tomar en cuenta:

- **Turistas:** Los visitantes en Cañar poseen un alto poder de negociación, especialmente al buscar experiencias personalizadas y tener acceso a información detallada en línea sobre opciones turísticas. Las reseñas y opiniones en redes sociales influyen notablemente en sus decisiones de consumo.

- **Consumidores de alimentos:** En el sector alimentario, los consumidores locales disponen de diversas opciones, lo que les confiere un poder significativo para exigir tanto calidad como precios competitivos.

El paradero turístico debe poseer una cadena de valor definida por las siguientes actividades: la planificación, organización producto destino, comunicación, distribución, accesibilidad, consumo producto y destino. Todas estas actividades mantienen una estrecha relación entre los actores del destino turístico, está constituida por los siguientes acortes:

Figura 1.1. Cadena de valor de paradero turístico



- **Infraestructura y construcción:** diseño y edificación de instalaciones sostenibles que garantizan comodidad, seguridad y armonía con el entorno natural.
- **Provisión de servicios y operaciones:** gestión eficiente de hospedaje, gastronomía, mantenimiento y atención al cliente para ofrecer una experiencia de calidad.
- **Actividades turísticas:** organización de experiencias recreativas, culturales y de aventura para enriquecer la estancia de los visitantes.
- **Promoción y comercialización:** estrategias de marketing digital, alianzas y presencia en plataformas turísticas para atraer clientes y posicionar la marca.
- **Innovación y desarrollo tecnológico:** implementación de herramientas digitales y soluciones sostenibles para mejorar la gestión y la experiencia del turista.

- **Gestión financiera:** administración eficiente de recursos, control de costos e identificación de fuentes de financiamiento para la rentabilidad del proyecto.
- **Alianzas estratégicas:** colaboraciones con operadores turísticos, comunidades locales y entidades gubernamentales para fortalecer el atractivo del destino.
- **Alianza institucional:** conjunto al municipio de Ingapirca, se busca establecer una alianza estratégica para potenciar el desarrollo turístico sostenible de la parroquia. En lo que contempla: señalización turística y la implementación de programas de capacitación para guías locales.
- **Sostenibilidad y responsabilidad social:** prácticas ecológicas y compromiso con el desarrollo de la comunidad para un turismo responsable y de bajo impacto ambiental.

1.3.8. Competencia

La competencia es escasa dentro de la parroquia Ingapirca, debido a que no existen paraderos turísticos con las características del presente modelo de negocio; sin embargo, existen restaurantes y hoteles que serán los principales competidores.

Competidores directos: A nivel de la parroquia existen alrededor de 6 restaurantes de los cuales destacan 2 como principales rivales para Cabaña del Río, estos son La Posada Ingapirca y Akllahuasi.

Competidores indirectos: en la ciudad de Cañar se puede encontrar alrededor de 30 restaurantes más frecuentados de los cuales se destacan 3, como principales competidores a nivel cantonal: La Cima Restaurant Cañar, La Gran Parrilla Bar Restaurante y Pachamanca Roof Top.

1.3.9. Inversionistas

Ecuador ofrece un mercado turístico en expansión, potenciado por su diversidad natural y cultural, junto con los esfuerzos gubernamentales para posicionar al país como un destino competitivo y estable. Existen oportunidades de inversión en diversas regiones, con un variado portafolio de proyectos tanto públicos como privados (Ministerio de Turismo 2024). En este contexto, el proyecto actual busca aprovechar estas oportunidades mediante la colaboración con inversionistas interesados en respaldar iniciativas de desarrollo turístico.

Según el Ministerio de Turismo (2021) actualmente, existe un procedimiento dirigido a inversionistas nacionales y extranjeros interesados en destinar sus recursos al desarrollo de proyectos turísticos en Ecuador. Este proceso implica la emisión de un portafolio de oportunidades de inversión turística, que incluye proyectos turísticos, infraestructura, terrenos y propiedades. Este portafolio facilita la identificación de áreas y regiones estratégicas para el desarrollo de inversiones de alto impacto.

1.3.10. Poder de Negociación de los Proveedores

- **Proveedores en turismo:** Los proveedores de servicios turísticos, como guías, hospedaje y transporte, poseen un poder de negociación moderado. Aunque existe una oferta variada, la calidad del servicio y la satisfacción del cliente son determinantes en la capacidad de negociación.
- **Proveedores en alimentación:** Los agricultores y productores locales pueden ejercer un poder significativo si ofrecen productos exclusivos o de alta calidad. La disponibilidad de insumos frescos y locales influye considerablemente en las dinámicas de negociación.

1.4. Tendencias clave

1.4.1. Tendencias normativas

A continuación, se destacan las principales normativas relevantes:

- **Ley de Turismo:** Este es el instrumento legal principal que rige la actividad turística en Ecuador. Su objetivo es determinar el marco legal para la promoción, desarrollo y regulación del sector turístico, incluyendo las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y usuarios de servicios turísticos (Ministerio de Turismo, 2014)
- **Reglamento de Alojamiento Turístico:** La normativa vigente sistematiza y reglamenta los establecimientos de hospedaje turístico, abarcando diversas tipologías como hoteles, hostales, hosterías, haciendas turísticas, refugios, campamentos turísticos y casas de huéspedes. Asimismo, define los criterios técnicos y estándares de calidad obligatorios que estos negocios deben satisfacer para obtener su habilitación y operar legalmente (Ministerio del Gobierno, 2016).

- **Norma Técnica de Actividades Turísticas Principales y Accesorias:** Esta norma, emitida por el Ministerio de Turismo (2009), establece las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo y las normas técnicas y de calidad que deben seguirse, alineadas con estándares internacionales.
- **Reglamento de Operación e Intermediación Turística:** Este reglamento regula las actividades de operación e intermediación turística, detallando las responsabilidades y obligaciones de los operadores y agencias de viaje en el país (Ministerio de Turismo, 2021).
- **Ordenanzas Municipales:** Además de las normativas nacionales, los gobiernos autónomos descentralizados (GAD) municipales pueden expedir ordenanzas para regular las actividades y servicios turísticos a nivel local. Estas ordenanzas pueden incluir normas técnicas de calidad, requisitos para permisos de operación y lineamientos de diseño arquitectónico para facilidades turísticas (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2023).

1.4.2. Tendencias sociales y culturales

Están en constante evolución, destacándose la sostenibilidad. Los viajeros muestran una preocupación creciente por el impacto ambiental de sus actividades, buscando opciones de viaje que respeten el medio ambiente. Esto incluye alojamientos ecológicos y actividades que fomentan la conservación y el respeto por la naturaleza, así como por las culturas y tradiciones locales (León, Ruperti y Montilla 2022).

1.4.3. Tendencias tecnológicas

Actualmente, el uso de las nuevas tecnologías y comunicaciones están en auge, por lo que los turistas cada vez son más exigentes en función de sus experiencias tecnológicas (Yasar, y otros 2024). Existe una creciente demanda de productos y servicios turísticos únicos, lo que implica la necesidad de innovación en la oferta. Entre las tendencias clave que han surgido y se han consolidado en el sector turístico se destacan las experiencias personalizadas, adaptadas a los gustos y preferencias individuales de los viajeros. Esto abarca desde tours a medida hasta menús diseñados para dietas específicas o preferencias culinarias.

La tecnología está transformando tanto el sector turístico como el gastronómico, ofreciendo nuevas oportunidades y mejorando la experiencia de los consumidores y

proveedores. Entre las formas en que la tecnología está impactando estos sectores se encuentran las plataformas de reservas y comparación, sitios web y aplicaciones móviles, que facilitan el acceso y la personalización de los servicios turísticos. Se debe tener en cuenta que los turistas se fijan bastante en la puntuación y opiniones que se ven reflejadas en las plataformas, ya que es como referencia para ellos el lugar con la calidad adecuada. Estas tendencias permiten a los viajeros buscar, comparar y reservar vuelos, hoteles, alimentos, actividades y servicios turísticos de manera eficiente y conveniente (Nelson 2023).

1.4.4. Tendencias Socioeconómicas

El turismo gastronómico está experimentando un auge notable, atrayendo a viajeros de todo el mundo que buscan experiencias culinarias únicas y auténticas. De esta manera, ha trascendido el simple disfrute de platos exquisitos, para convertirse en una inmersión en la cultura, historia e identidad de los destinos a través de su gastronomía. Con el creciente interés en esta tendencia, los hoteles y restaurantes han adquirido un papel central en la planificación de viajes, influyendo significativamente en la economía global (Duarte y Rojas 2024).

1.5. Antecedentes de estudios de casos

En Colombia, en la Universidad del Valle Sede Pacífico, el estudio investigativo sobre el estudio de factibilidad para la creación empresarial de un operador turístico con énfasis en ecoturismo en el distrito especial, industrial, portuario, biodiverso y ecoturístico de Buenaventura realizado por Mantilla y Rivas (2019) acontece que en el estudio de mercado fue de alta aceptación en los destinos objetivo, con precios acordes a la rentabilidad esperada, la competencia elevada debido a las bajas barreras de entrada del sector y los aliados estratégicos clave para garantizar el éxito en la venta de paquetes turísticos. El estudio administrativo refleja que la estructura fue flexible debido a la combinación de empleados fijos (8h/día) y trabajadores por servicio (guías turísticos) y el manejo eficiente de personal, optimizando costos operativos. El estudio Técnico con un modelo inicial de agencia de intermediación, con capacidad limitada para gestionar grupos y recorridos. El enfoque en marketing digital, con el *Community Manager* como pieza clave en redes sociales. Además, el estudio económico-financiero, detalla que hubo una baja inversión inicial y cuotas bancarias manejables, con una recuperación del

capital en 2 años y 29 días, gracias a un servicio sin costos de almacenamiento o excedentes, también con una cobertura de mercado realista (7,653% de la demanda), con proyección de 11,015 clientes el primer año y crecimiento del 0,5% anual, y los indicadores financieros favorables, demostrando viabilidad en la gestión de activos y flujos. En conclusión, sí es factible su creación, siempre que se cumplan condiciones como una buena estrategia de diferenciación, gestión sólida de alianzas, el mantenimiento de costos controlados y el crecimiento progresivo.

En Colombia, en la Universidad del Valle, el estudio investigativo sobre la factibilidad para la creación de una panadería en el municipio de la Unión en el departamento del Valle del Cauca, realizado por Cedeño y Quiroz (2011) el análisis identificó una demanda insatisfecha en la zona objetivo, con un público potencial compuesto por hogares, comercios minoristas y pequeñas cafeterías. La competencia existente no satisface por completo las necesidades de los consumidores, especialmente en productos artesanales y de calidad. Se proyecta una aceptación favorable gracias a los precios competitivos, diferenciación y ubicación geográfica. El modelo operativo propuesto es técnicamente viable debido a la disponibilidad de insumos, mano de obra calificada y la infraestructura adecuada. El estudio financiero arrojó que el proyecto es económicamente rentable, con una inversión inicial recuperable en un plazo de 2 a 3 años, margen bruto superior al 40% y el flujo de caja positivo desde el primer año, asumiendo una captación gradual de clientes. Finalmente, los riesgos y claves que, a pesar de su viabilidad, el éxito depende de gestión de costos, estrategias de marketing (promoción en redes sociales y alianzas con locales cercanos) y el mantenimiento de calidad para fidelizar clientes. En conclusión, sí es factible su creación, siempre que se cumplan condiciones como una buena ubicación, gestión de costos y estrategias de diferenciación frente a la competencia.

Capítulo 2. Evaluación FODA

Según Allarie y Firsirotu, 1992 citado por Santos y Carbon (2023) “el realizar diagnósticos en las organizaciones laborales es una condición para intervenir profesionalmente en la formulación e implantación de estrategias y su seguimiento para efectos de evaluación y control” (pág. 10)

El análisis FODA implica la evaluación de los factores internos, tanto fortalezas como debilidades, que configuran el diagnóstico interno de una organización, así como el análisis de factores externos, es decir, oportunidades y amenazas (Arana 2024). Al realizar un análisis FODA, las organizaciones pueden identificar áreas clave para mejorar, capitalizar oportunidades estratégicas, mitigar riesgos y tomar decisiones informadas (Gonzáles, et al., 2023). Es una herramienta esencial para la planificación estratégica y la gestión de riesgos, ayudando a crear planes de acción que aprovechen las fortalezas y oportunidades, al mismo tiempo que abordan las debilidades y amenazas (Oña & Vega, 2018).

Mediante el siguiente análisis FODA se determina las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, es decir la estructura interna que influye en el funcionamiento del paradero turístico y los factores externos a los que estamos expuestos (Portilla, 2022). Esto permite evaluar el desempeño del proyecto y a la vez diseñar estrategias comerciales y competitivas (Hernández, et al., 2024).

2.1. Evaluación interna: fortalezas y debilidades

2.1.1. Fortalezas

Personal capacitado (F1): al contar con personal capacitado se tiene un mejor dominio de las herramientas, procesos y procedimientos necesarios para realizar su trabajo, lo que permitirá una ejecución más rápida y eficiente de las tareas.

Ubicación estratégica y de fácil localización (F2): al estar ubicados junto a la vía principal de acceso al sitio arqueológico se convierte en una ventaja competitiva, ya que será una de las primeras impresiones que tenga el turista antes de llegar a su destino.

Alimentos y servicios de calidad (F3): la excelencia en productos y servicios generará una mayor satisfacción de los clientes, esto permitirá tener una estrecha relación con ellos y por ende reducir costos en manejos de quejas.

Amplio menú y servicios diferenciados (F4): Contar con un menú bien elaborado que contenga diversos platos a la carta diferenciados de la competencia. El objetivo es alinear los alimentos y bebidas en función de las necesidades, temporadas, acorde con los gustos y preferencias del cliente.

Diseño del establecimiento que resalta el atractivo histórico y cultural (F5): la estética del lugar será con rasgos históricos y culturales, además estará rodeado de atractivos naturales, lo cual permitirá dar una mejor impresión al cliente.

Ambiente acogedor y seguro (F6): la disposición de las mesas y asientos, decoración, colores, iluminación, música, entre otros factores, son claves para generar un ambiente agradable, el cual estará combinado con un sistema de seguridad física y electrónico para que los clientes se sientan a gusto en un lugar seguro.

Cercanía a las ruinas arqueológicas (F7): constituye una gran fortaleza para el turismo, porque permite a los turistas acceder de manera fácil a un patrimonio cultural único y disfrutar de una experiencia muy enriquecedora en el mismo destino. Esta ubicación al ser privilegiada aumenta su atractivo y la relevancia del lugar en los circuitos a conocer.

2.1.2. Debilidades

Alto costo de inversión inicial (D1): esto debido a que el proyecto se lo pretende iniciar desde cero, desde la adecuación del sitio, construcción, acabados, decoraciones, amoblado, equipos y maquinarias.

Dificultad al acceder a financiamiento (D2): las altas tasas de interés y burocracia en los trámites son trabas al acceder a un crédito. Es fundamental acceder a financiamiento de manera ágil y con tasas de interés reducidas.

Falta de personal para atender a Clientes exigentes (D3): dado que la ubicación se encuentra en una zona de alto flujo de turistas nacionales e internacionales, es imprescindible contar con personal políglota que conozca bien la zona, lo cual incrementa los costos laborales.

Falta de experiencia en estrategias de marketing (D4): la carencia de experiencia en estrategias de marketing constituye una debilidad significativa para un punto turístico, que puede limitar su visibilidad y la atracción de nuevos clientes. La falta

de promoción efectiva puede obstaculizar su posicionamiento en un mercado altamente competitivo.

Empresa nueva con experiencia limitada (D5): al tratarse de una nueva propuesta de negocio en el sector gastronómico y turístico, existe una falta de experiencia previa en el sector.

Falta de proveedores consolidados y relaciones inestables (D6): la ausencia de relaciones establecidas con proveedores consolidados y la inestabilidad en las relaciones con ellos que puedan surgir, representan una debilidad para el establecimiento turístico, impactando negativamente la calidad y continuidad de los servicios ofrecidos a los visitantes. Esta situación dificulta la planificación a largo plazo y puede generar una experiencia inconsistente.

En el análisis de factores internos para obtener una calificación cuantitativa es una técnica estratégica que permite a las organizaciones examinar sus recursos y competencias esenciales (Pin et al., 2023). Este proceso se enfoca en reconocer y evaluar cuantitativamente elementos clave como la infraestructura, el capital humano, la tecnología, así como las capacidades operativas y financieras (Trejo et al., 2023). Su propósito es ofrecer una visión clara de las fortalezas y debilidades internas, facilitando una planificación estratégica adecuada y el desarrollo de estrategias competitivas que optimicen el rendimiento y potencien la ventaja en el mercado (García & Valverde, 2022). Para la matriz se utiliza los valores de “4 Cuando la fortaleza es mayor”, “3 Cuando la fortaleza es menor”, “2 Cuando la debilidad es menor”, “1 Cuando la debilidad es mayor”,

Tabla 2.1 Matriz de evaluación de factores internos

Nº	Factores	Peso	Calificación	Total
F1	Personal capacitado	0,08	4	0,32
F2	Ubicación estratégica y de fácil localización	0,07	3	0,21
F3	Alimentos y servicios de calidad	0,08	4	0,32
F4	Amplio menú y servicios diferenciados	0,07	3	0,21
F5	Atractivo histórico y cultural	0,08	4	0,32
F6	Ambiente acogedor y seguro	0,07	3	0,21
F7	Cercanía a las ruinas arqueológicas	0,07	3	0,21
D1	Alto costo de inversión inicial	0,08	2	0,16

D2	Dificultad al acceder a financiamiento	0,08	2	0,16
D3	Clientes exigentes	0,08	2	0,16
D4	Ausencia de estrategias de marketing	0,08	2	0,16
D5	Empresa nueva con experiencia limitada	0,07	2	0,14
D6	Falta de proveedores consolidados y relaciones inestables	0,09	1	0,09
Total				2,67

Considerando que es mayor a 2,5 se concluye que la empresa es internamente fuerte, con los datos analizados en la matriz de aspectos internos.

2.2. Evaluación externa: oportunidades y amenazas

2.2.1. Oportunidades

Potencial turístico existente en la zona (O1): la presencia de sitios arqueológicos, paisajes, senderos, ríos, lagos entre otros, hace que la zona cuente con un amplio potencial que puede ser explotado y beneficiar a ciertos proyectos como el caso del presente modelo de negocio.

Mayor demanda por temporada (O2): las temporadas altas involucran una mayor presencia de turistas y por ende la demanda de productos y servicios turísticos, se aprovechará esta oportunidad para generar estrategias en función de la afluencia de clientes.

Alianzas estratégicas (O3): se puede aprovechar la presencia de operadoras turísticas, guías nativos, turismo comunitario, artesanos, instituciones educativas, empresas públicas y privadas con las cuales se puede gestionar convenios que beneficien al desarrollo del proyecto.

Aprovechar el entorno rico en naturaleza (O4): Aprovechar el entorno rico en naturaleza como un paradero turístico ofrece una experiencia única, donde la belleza natural se convierte en un refugio para el descanso y el disfrute. Un destino perfecto para quienes buscan conectarse con la serenidad del paisaje.

Desarrollo tecnológico en marketing y en relación con clientes (O5): El desarrollo tecnológico permite introducir estrategias de marketing innovadoras así como gestionar más fácilmente una sólida relación con los clientes, los cuales

pueden contribuir a que el paradero turístico sea visto como un destino atractivo y memorable. La integración de estas estrategias mejora la experiencia del visitante y fortalece la fidelización.

Creciente desarrollo turístico local y nacional (O6): al existir un desarrollo del turismo dentro de la zona geográfica y a nivel nacional, incrementaría la demanda de clientes. Esto se lograría con trabajo mancomunado con instituciones competentes que trabajen en proyectos turísticos.

2.2.2. Amenazas

Trabas burocráticas (A2): La burocracia excesiva en la obtención de permisos constituye una amenaza para un establecimiento turístico, retrasando su desarrollo e impactando negativamente en la calidad del servicio. La lentitud de estos trámites puede generar frustración tanto en los empresarios como en los visitantes, disminuyendo la competitividad del negocio.

Incremento en costos de materias primas (A3): En el contexto de una economía ecuatoriana volátil, la inflación incide directamente en los costos de producción, afectando la viabilidad financiera del negocio, especialmente en el ámbito de las materias primas.

Ingreso de nuevos competidores (A4): La entrada de nuevos competidores al mercado representa una amenaza significativa, intensificando la competencia y desafiando la fidelidad de los clientes. En este escenario, es crucial que las estrategias de marketing se adapten rápidamente para preservar una relación sólida y diferenciada con los visitantes.

Desastres naturales y cambios climáticos (A5) : Los fenómenos naturales, como fuertes lluvias que podrían causar deslaves y graduales, constituyen una amenaza externa para el funcionamiento normal del negocio, afectando tanto la infraestructura como la seguridad de los clientes.

Cortes de energía eléctrica (A6) : Las interrupciones en el suministro eléctrico representan una amenaza para un establecimiento turístico, al comprometer servicios esenciales y reducir la satisfacción del cliente, lo que puede impactar negativamente en la experiencia general del visitante. Esto puede dañar la imagen de la marca y dificultar la comunicación efectiva a través de estrategias de marketing.

Exposición a riesgo delictivo (A7): debido a que el local estará expuesto a atentados como robos, daños materiales, extorciones entre otros actos delictivos. Para el análisis de factores externos se califica “4 Cuando la oportunidad es mayor”, “3 Cuando la oportunidad es menor”, “2 Cuando la amenaza es menor” y “1 Cuando la amenaza es mayor”.

Tabla 2.1 Análisis de factores externos

Nº	Factores	Peso	Calificación	Total
O1	Potencial turístico existente en la zona	0,08	4	0,32
O2	Mayor demanda por temporada	0,07	3	0,21
O3	Alianzas estratégicas	0,08	4	0,32
O4	Aprovechar el entorno rico en naturaleza	0,07	3	0,21
O5	Desarrollo tecnológico, marketing y relación con clientes	0,08	4	0,32
O6	Creciente desarrollo turístico local y nacional	0,07	3	0,21
A1	Incremento y cambios normativos	0,07	2	0,14
A2	Burocracia en lo permisos	0,07	2	0,14
A3	Incremento en costos de materias primas	0,08	2	0,16
A4	Ingreso de nuevos competidores	0,09	1	0,09
A5	Desastres naturales y cambios climáticos	0,08	2	0,16
A6	Cortes de energía eléctrica	0,07	2	0,14
A7	Exposición a riesgo delictivo	0,09	1	0,09
Total				2,51

Considerando que es mayor a 2,5 se concluye que la empresa es externamente fuerte, con los datos analizados en la matriz de aspectos externos, según (Chirau 2023)

Capítulo 3. Propuesta de Modelo de Negocio

3.1. Metodología

El modelo CANVAS es una herramienta ampliamente utilizada en el ámbito de la planificación estratégica y la gestión empresarial, gracias a su capacidad para desglosar de manera estructurada y sistemática los elementos fundamentales de un negocio (Ortiz y Gómez 2024). En el contexto del estudio de factibilidad para la implementación del paradero turístico “Cabaña del Río” en la Parroquia Ingapirca del Cantón Cañar.

Este marco permite integrar enfoques cualitativos y cuantitativos al evaluar componentes críticos del negocio, como la propuesta de valor para los visitantes, los canales de distribución más efectivos para alcanzar el mercado objetivo, y las relaciones estratégicas con los actores locales y proveedores del sector turístico (Rodríguez, 2025).

Asimismo, (Lozano, y otros 2019) determinan que el modelo CANVAS facilita el análisis detallado de los recursos esenciales para la operatividad del paradero, abarcando recursos físicos, humanos y financieros. Este análisis es vital en un entorno como Ingapirca, donde la eficiencia en la gestión de recursos y la viabilidad económica son elementos cruciales para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del proyecto.

3.2. Estructura CANVAS

Al aplicar el modelo CANVAS, se promueve también la innovación y la flexibilidad en la estructuración del negocio, permitiendo adaptaciones específicas a las particularidades del entorno local y al potencial turístico distintivo que ofrece la región del Cañar (Carvajal 2018). El CANVAS se compone de nueve bloques esenciales que permiten desglosar y analizar detalladamente la estructura de un negocio.

En relación con el proyecto “Cabaña del Río” en la Parroquia Ingapirca, estos bloques facilitan la creación de un plan integral que abarca desde la identificación del segmento de clientes, hasta la estructura de costos y fuentes de ingresos. Cada bloque interactúa con los demás para ofrecer una visión holística del modelo de negocio. Por ejemplo, el segmento de clientes ayudará a definir el perfil de los turistas potenciales, mientras que la propuesta de valor se enfocará en las experiencias únicas que “Cabaña del Río” puede ofrecer, como su conexión con el entorno natural y cultural de la región.

Además, los bloques de canales y relaciones con los clientes son fundamentales para establecer cómo se comunicará y entregará el valor al mercado objetivo. En el caso de

“Cabaña del Río”, esto podría implicar el uso de plataformas digitales para atraer visitantes y crear experiencias personalizadas que fomenten la lealtad. Asimismo, los recursos clave y las actividades clave determinarán los activos y procesos esenciales para la operación eficiente del paradero turístico, asegurando que se maximicen las capacidades locales y se promueva un desarrollo sostenible (Lozano, y otros 2019).

Finalmente, la estructura de costos y las fuentes de ingresos permitirán evaluar la viabilidad financiera, asegurando que el proyecto sea rentable y autosuficiente en el largo plazo.

3.2.1. Segmentos de mercado

El paradero turístico en Ingapirca se conceptualiza como un modelo de negocio diseñado para proporcionar servicios a los visitantes de uno de los sitios arqueológicos más significativos del país, como el complejo de Ingapirca. Este análisis tiene como finalidad identificar los segmentos de clientes potenciales que podrían mostrar mayor interés en este tipo de oferta y los servicios proporcionados.

Se han realizado entrevistas a las personas que integran el paradero turístico, turistas, actores institucionales y proveedores complementarios que han degustado de su estancia, permitiendo obtener información directa y detallada de los potenciales clientes, proveedores locales y otros actores clave en la industria turística. A través de entrevistas estructuradas, se pueden explorar tendencias emergentes, necesidades no cubiertas, preferencias de los visitantes y percepciones sobre servicios existentes (Sanabria, J, 2022).

Perfil del cliente objetivo

Los segmentos principales de clientes para el paradero turístico se pueden categorizar según características demográficas, motivaciones y necesidades específicas. A continuación, se describen los segmentos clave:

Turistas internacionales

- **Demografía:** viajeros globales, predominantemente de Europa, América del Norte y América del Sur, con un interés en la historia, la cultura y las civilizaciones precolombinas.

- **Motivaciones:** buscan una inmersión cultural profunda, contacto con la historia ancestral de los pueblos andinos y el legado incaico. Este grupo suele interesarse en el turismo de aventura y ecoturismo, debido al entorno natural de Ingapirca.
- **Necesidades:** servicios de guía en múltiples idiomas, infraestructura adecuada para descanso y alimentación, y acceso a souvenirs y productos artesanales locales.
- **Frecuencia:** este segmento tiene una presencia constante durante todo el año, con picos en temporadas altas de turismo internacional, como vacaciones de verano y eventos festivos. Son personas de nivel cultural y adquisitivo medio - alto

Turistas nacionales

- **Demografía:** principalmente ecuatorianos de grandes ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca, además de regiones cercanas. Incluye familias, grupos escolares y turistas locales.
- **Motivaciones:** explorar su patrimonio cultural y conectarse con el pasado preincaico de Ecuador.
- **Necesidades:** información histórica, tarifas accesibles, opciones de transporte cómodas y espacios recreativos para familias y grupos.
- **Frecuencia:** incrementa durante feriados nacionales y multas de semanas largas.

Hay que recalcar que los turistas suelen tener gastos bajo y considerables, priorizando el precio de lo que concierne los servicios de alojamiento y alimentación. Además, tienden a visitar parques nacionales y áreas naturales sin guías especializadas.

Turismo escolar y académico

- **Demografía:** estudiantes de educación primaria, secundaria y universidades que realizan visitas educativas.
- **Motivaciones:** aprendizaje interactivo y visitas didácticas que complementan su currículo.
- **Necesidades:** material educativo, guías especializadas, áreas de descanso, opciones de alimentación grupal y transporte desde instituciones académicas.

- **Frecuencia:** alta en temporadas escolares con excursiones programadas.

Ecoturismo y turismo de aventura

- **Demografía:** turistas interesados en actividades al aire libre, como senderismo y observación de aves, a compartir a jóvenes y adultos.
- **Motivaciones:** experiencias en la naturaleza, exploración de la fauna y flora, y actividades sostenibles.
- **Necesidades:** guías especializadas en viajes, caminatas, visitas a reservas naturales y alojamiento ecológico.
- **Frecuencia:** constante, con mayor afluencia en temporadas de buen clima.

Turismo de nativos y comunidades indígenas

- **Demografía:** turistas interesados en tradiciones y modos de vida de comunidades indígenas locales.
- **Motivaciones:** aprendizaje sobre culturas andinas, en especial las tradiciones de los cañaris.
- **Necesidades:** interacciones culturales auténticas, talleres de arte tradicional y gastronomía típica.
- **Frecuencia:** menor, pero dirigido a quienes buscan experiencias culturales inmersivas.

3.2.2. Propuesta de valor

El paradero turístico debe estructurar una oferta diferenciada que atienda de manera específica los distintos segmentos de mercado identificados. Para ello, en primer lugar, se debe considerar que los turistas internacionales y nacionales priorizan la accesibilidad al sitio y la calidad de la información histórica disponible, lo que implica la necesidad de implementar sistemas de señalización bilingüe y contar con guías especializados certificados. Por otra parte, el segmento de turismo sostenible y de aventura demanda experiencias inmersivas en el entorno natural, por lo cual resulta imprescindible diseñar actividades complementarias como senderismo interpretativo, observación de flora y fauna, así como circuitos eco amigables que minimicen el impacto ambiental.

En cuanto al segmento educativo, este requiere una aproximación pedagógica que integre visitas guiadas alineadas con los contenidos curriculares, complementadas con infraestructura adecuada que incluya áreas de descanso y servicio de alimentación, facilitando así la logística de los grupos escolares. Adicionalmente, para potenciar la atracción de visitantes nacionales según lo señalado por Quezada (2020), es fundamental establecer alianzas estratégicas con operadores de transporte desde las principales ciudades cercanas, garantizando conectividad y accesibilidad al destino.

Desde una perspectiva integral, la propuesta debe articular tres ejes fundamentales: el patrimonio arqueológico, mediante visitas especializadas al Complejo de Ingapirca; el componente cultural, a través de talleres interactivos de artesanía y gastronomía tradicional; y el entorno natural, con actividades ecoturísticas planificadas. Esta integración holística de elementos, sumada a infraestructura complementaria como zonas de descanso y servicios gastronómicos con productos locales, permitirá posicionar al paradero como un hub turístico multifuncional que trascienda la mera visita arqueológica, ofreciendo una experiencia completa que capitalice la singularidad del destino. La implementación de esta estrategia requerirá, no obstante, un estudio detallado de capacidades de carga y un plan de gestión sostenible que garantice la preservación del patrimonio. Se ofrecerá los siguientes servicios:

Áreas de descanso y servicios básicos:

El complejo dispondrá de zonas de descanso equipadas con bancas, mesas y áreas sombreadas para el confort de los visitantes. Los servicios sanitarios mantendrán altos estándares de limpieza y accesibilidad para todos los usuarios.

Servicios gastronómicos:

El restaurante de 150 m² con capacidad para 70 personas ofrecerá:

- Servicio de cafetería con variedad de bebidas calientes y frías
- Opción "take and go" con comida local rápida
- Menú completo que incluye:
 - Especialidades tradicionales (cuy asado, hornado cañari, llapingachos)
 - Platos vegetarianos (locro de papa, bolón de verde)
 - Bebidas típicas (chicha de jora) y convencionales

Experiencias turísticas:

Se ofrecerán tres circuitos guiados:

1. Ruta Arqueológica (6-8 horas): Recorrido por Ingapirca y museos locales
2. Experiencia Gastronómica (4-6 horas): Talleres culinarios y degustaciones
3. Excursión Mirador (8-10 horas): Combinación de naturaleza y arqueología

Infraestructura complementaria:

- Estacionamiento vigilado para diferentes vehículos
- Tienda de souvenirs con productos artesanales
- Áreas recreativas (juegos infantiles, miradores)
- Wi-Fi gratuito y estaciones de carga
- Servicios de transporte (taxis, alquiler de bicicletas)

Seguridad:

Sistema integrado que incluye:

- Personal de vigilancia
- Circuito cerrado de cámaras
- Botones de pánico estratégicos
- Coordinación con la Policía Nacional

Servicios adicionales:

- Alquiler de espacios para eventos sociales y corporativos
- Programación cultural regular (danzas, música tradicional)
- Servicio de delivery para comidas
- Alianzas estratégicas con proveedores locales

Con el objetivo de diversificar los servicios y maximizar el uso de espacios, Cabaña del Rio ofrece la posibilidad de gestionar reservar para la realización de eventos sociales de grupos de familias, amigos, trabajadores, estudiantes etc.

Es importante integrar estrategias de diferenciación que hagan de Cabaña del Río un lugar que fomente lo cultural, lo sostenible y lo experiencial para posicionarse como un destino único, no solo un lugar para pernoctar.

- Experiencia auténtica y cultural: actividades vinculadas a la herencia cañari e inca: relatos ancestrales, gastronomía tradicional.
- Enfoque ecoturístico: Construcción con materiales sostenibles, huerto orgánico para consumo interno y circuitos de interpretación ambiental, atrayendo a turistas conscientes.
- Tecnología y comodidad: Wi-Fi de alta velocidad y cabañas equipadas (sin perder el estilo rústico), combinando lo tradicional con conveniencias modernas.
- Alianzas con comunidad: Tours colaborativos: agricultura andina, de esta forma generar un impacto social y autenticidad.
- Diferenciación Visual – Diseño arquitectónico inspirado en la cultura cañari, con elementos distintivos (iconografía, colores).

3.2.3. Canales

Cabaña del Río debe disponer de una amplia gama de canales de comunicación, distribución y ventas que aseguren una promoción eficaz de los productos y servicios. Estos canales deben permitir un acceso ágil y eficiente para los clientes, garantizando una experiencia fluida en la obtención de información y en la obtención de los servicios ofrecidos, ya sea de manera presencial, digital o a través de medios innovadores adaptados a sus necesidades.

Para gestionar los procesos del paradero se utilizarán herramientas tecnológicas que hoy en día se ha convertido en el mejor aliado de todo negocio ya que permite mejorar el servicio al cliente y aumentar las ventas y ganancias.

Canales de comunicación

Los principales canales de comunicación a través de los cuales se gestionará “Cabaña del Río” son los siguientes:

- Al estar ubicados en la vía principal donde transitan turistas, los letreros informativos físicos se convierten en un elemento importante que permite mostrarle al cliente productos y servicios de forma visual.

- Redes sociales como Facebook, WhatsApp, TikTok e Instagram serán los principales medios que se utilizarán para promocionar los productos y servicios. Gran parte de contactos y negocios se lo realizaran a través de los smartphones.
- El paradero contará con su propia página web, donde se pueda exhibir la imagen corporativa y toda la información necesaria para que los clientes puedan ver de forma integral la propuesta de valor del proyecto.
- También se utilizarán plataformas turísticas como Tripadvisor o The Fork que son muy usadas por turistas al ser una página de búsqueda de destinos turísticos o de restaurantes, por lo cual será una opción estratégica para el proyecto.

Canales de distribución

El paradero turístico funcionará como un canal directo de distribución, ofreciendo sus productos y servicios directamente al consumidor a través de sus instalaciones físicas, que actuarán como el punto de venta principal. La interacción será presencial, estableciendo una relación de venta cara a cara para brindar una atención personalizada a los clientes. La tecnología móvil permitirá que el personal del paradero y clientes estar conectados constante e instantáneamente facilitado así que la gestión de pedidos, entregas y reservas se realicen de la mejor manera posible, lo cual contribuirá a la mejora del servicio, También se puede incursionar en los pedidos online y relacionar con el servicio de delivery para llegar al domicilio de clientes cercanos.

- Se establecerán alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadores turísticos locales para integrar una amplia variedad de paquetes turísticos, posicionándolo como el punto inicial de recepción para los visitantes.
- Interacción en plataformas de reservas online, páginas como; Booking, Airbnb, Viator o TripAdvisor, donde se pueden reservar actividades y tours del paradero.

Canales de ventas

Participar como intermediarios en ferias gastronómicas y eventos sociales en donde se puede exponer y promocionar diferentes ofertas: por ejemplo, ofrecer promociones especiales como happy hour y ofertas 2x1, diseñadas para brindar a los clientes una experiencia más accesible y divertida, aprovechando al

máximo su visita con descuentos exclusivos. Se dará descuento a aquellos que celebre su cumpleaños en la fecha concreta.

- Se realizará promociones en fechas especiales como navidad, año nuevo, carnaval, día del padre/ madre, entre otros.

3.2.4. Relación con los clientes

Lucio, S (2024) menciona que la competitividad de las empresas se ve significativamente influenciada por la calidad del servicio al cliente, un factor crucial dentro de la industria turística, conocida por su notable capacidad productiva. La noción de cultura de servicio al cliente no solo implica una base teórica robusta, sino también un respaldo normativo regulatorio que se centra primordialmente en asegurar la satisfacción del cliente.

En este sentido, es importante que:

- Se brinde una atención personalizada y de calidad con el objetivo de fomentar la interacción entre los clientes y los empleados para identificar detalles personales como gustos y necesidades. Hay que considerar la cultura, etnia, e idioma, como factores muy importantes.
- Priorizar gustos y preferencias ofreciendo opciones en el menú según necesidades y restricciones dietéticas de los clientes.
- Monitoreo continuo de la opinión de los clientes, así como también de posibles reclamos para mejorar el servicio, esto se lo aplicara mediante encuestas de satisfacción del cliente y también a través de buzones de quejas.

3.2.5. Fuentes de ingresos

- Las ventas de productos alimenticios serán la principal fuente de ingresos con la que contará el local. También implementará el servicio de entrega a domicilio.
- Paquetes turísticos promocionales de los diferentes atractivos naturales y arqueológicos existentes en la localidad.
- Promociones cruzadas en alimentación con otros proveedores.
- La venta de artesanías en el paradero turístico es una fuente adicional de ingresos, al ofrecer productos auténticos que reflejan la cultura local.
- Alquiler de salones para actividades sociales.

- Alquiler de bicicletas, barcas para pesca, material de pesca (se consistente con tu propuesta de valor)
- Incluso podrías ofrecer guías a Ingapirca que salgan de tu parador o desplazamientos desde tu parador hasta el complejo por ejemplo con un bus que este yendo y viniendo constantemente

3.2.6. Actividades clave

Para que “Cabaña del Rio” tenga éxito en el mercado gastronómico y turístico, requiere contar con algunas actividades claves que se detallan a continuación.

- En el paradero se brindará un servicio de comida tradicional de calidad con un amplio menú de platos y bebidas típicas y tradicionales de Ingapirca y de la provincia en general, para que el turista pueda deleitar nuevas experiencias gastronómicas.
- Actividades de entretenimiento y esparcimiento también se consideran como actividades claves, la idea es ofrecerle al cliente actividades como karaoke, billar, rutas de caminata, pesca y senderismo lo cual hará que el visitante tenga una experiencia única al visitar el local.
- Mantenimiento y limpieza estos dos aspectos son fundamentales ya que influyen mucho en la imagen del local, por lo tanto, el sitio siempre debe mantenerse limpio y con un espacio físico en óptimas condiciones para acoger a los clientes.
- Se implementará un sistema de seguridad física con el objetivo de realizar un monitoreo constante de cualquier evento adverso que atente en contra de la integridad de los clientes, personal y lugar físico de la cabaña. El local contara con personal de seguridad personal y monitoreo conectado con el 911. Sistema de alarma en diversos lugares del parador.

Un manejo de quejas y reclamos también es importante para detectar las fallas existentes en cuanto a la atención al cliente y a la vez buscar las soluciones más pertinentes para mejorar.

- Contar con un servicio de parqueadero, para brindar facilidad a los clientes y puedan ubicar sus vehículos en un lugar seguro.

3.2.7. Recursos clave

Recursos físicos

- El recurso físico clave principal serán las instalaciones de la cabaña con un diseño arquitectónico rustico y cultural, amplio, llamativo y acogedor para los turistas. Las instalaciones serán amobladas y decoradas con una estética cultural que transporten al cliente a un ambiente mágico e histórico.
- Otro recurso clave es la cercanía al Complejo Arqueológico más importante del Ecuador. El paradero estará a una distancia de 3 kilómetros, 5 minutos en vehículo/ 30 minutos de caminata.
- Otros recursos importantes son las maquinarias y equipos tanto del área de cocina como el área de cajas y recepción.
- Un sistema de seguridad física y electrónica también es fundamental para salvaguardar la integridad y seguridad de los clientes.
- Los atractivos naturales también son parte clave de los recursos, al estar ubicados en un área de fácil acceso y localización rodeados de paisajes y senderos los cuales pueden formar parte de la experiencia de turistas.

Recursos intelectuales

- Red de Contactos: son las relaciones establecidas con expertos en diversas áreas en relación con la implementación del paradero turístico, tales como: instituciones gubernamentales y organizaciones de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresa (Mipymes), que puedan proporcionar información valiosa y oportunidades de colaboración para que pueda progresar y obtener resultados significativos.
- La innovación y desarrollo permitirá diversificar los productos alimenticios para ampliar el menú mejorando su calidad.

Recursos humanos

Los recursos humanos que vamos incorporar estará conformado por meseros poliglotas, un chef, un recepcionista/cajero, lo cual irá incrementado de acuerdo con la necesidad y guías locales.

- Se priorizará la contratación de personal de las comunidades locales.

Recursos económicos

- Los recursos económicos que se requieren para poner en marcha el paradero turístico estarán conformados por capital propio y un crédito bancario, se ha considerado también la posibilidad de integrar inversionistas que quieran participar en el proyecto, y como tercera opción existe la opción de gestionar apalancamiento con ONGS.

Recursos tecnológicos

- Plataforma digitales: permiten la interacción, gestión y distribución de información, bienes o servicios a través de internet. En el turismo, por ejemplo, se utilizan para reservas, información geolocalizada y experiencias interactivas, mejorando la accesibilidad y la experiencia del usuario. Por ejemplo: redes sociales: Tik Tok, Facebook, WhatsApp, X, Instagram.
- Wifi gratuito: servicio de conectividad inalámbrica a internet de banda ancha sin costo para los usuarios, que permite el acceso a redes digitales desde tecnológicos.
- Paneles solares y baterías: diseñados para captar y convertir la energía solar en electricidad mediante celdas fotovoltaicas y garantizar un servicio mínimo de iluminación para el local.
- Cámaras de seguridad y botones de pánico: son sistemas de videovigilancia compuestos por dispositivos ópticos que capturan y transmiten imágenes en tiempo real o las almacenan para monitorear y garantizar la seguridad.
- Hoja de pedidos en tiempo real para los clientes.

3.2.8. Socios clave

- Para garantizar el suministro de materias primas, productos y servicios complementarios, maquinaria y equipo entre otros, es necesario mantener acuerdos comerciales con los proveedores que garanticen calidad, precio y disponibilidad, por lo cual es importante seleccionar al proveedor correcto. Se buscará de forma prioritaria proveedores locales y también externos, con el fin de contar con varias opciones.
- Las operadoras turísticas serán los intermediarios entre los turistas y el local, a quienes se ofrecerá promociones y descuentos a cambio de publicitar y promocionar los servicios.

- Otros socios serán los agricultores y ganaderos locales, quienes proporcionarán las materias primas básicas para preparación de los alimentos. Son importantes ya que se puede negociar directamente los insumos a menores costos.
- Los guías locales son los aliados clave, serán intermediarios entre el paradero turístico y el sitio arqueológico.
- Se incluye también a los artesanos como socios clave del proyecto, que ofrecerán sus productos en el paradero.
- Además, beneficia a los artesanos al proporcionarles visibilidad y acceso a los turistas. Esto enriquece la experiencia del visitante, promueve la economía local y crea un ambiente más atractivo.
- Los transportistas también juegan un papel importante en el negocio, puesto que serán los encargados de transportar a los clientes hasta el local. Se realizarán o alianzas comerciales con ellos con incentivos económicos que se emitirá a través de la promociones.

3.2.9 Tamaño del negocio y capacidad del local

El presente proyecto contempla la implementación de un paradero turístico con servicios de alimentación, incluyendo cafetería, platos de comida típica y otras opciones gastronómicas orientadas a turistas y visitantes de la zona. El establecimiento contará con una infraestructura de 100 metros cuadrados de construcción, lo que permite definir tanto su capacidad operativa como el tipo de servicio a ofrecer.

Desde el punto de vista funcional, el espacio de 100 m² será distribuido de manera eficiente para incluir las siguientes áreas:

- Área de atención al cliente y comedor: aproximadamente 60 m², con capacidad estimada para 8 a 10 mesas, permitiendo atender simultáneamente entre 30 a 40 comensales, dependiendo del tipo de mobiliario y disposición.
- Área de cocina y preparación de alimentos: aproximadamente 25 m², diseñada para garantizar un flujo de trabajo seguro y eficiente, cumpliendo con las normativas sanitarias.
- Área de servicios complementarios (bodega, baños, área administrativa): aproximadamente 15 m².

Este tamaño permite catalogar el negocio dentro de la categoría de microempresa del sector turístico-gastronómico, orientada a brindar atención personalizada, servicios ágiles y adaptados a las demandas de los visitantes. Además, la dimensión seleccionada permite optimizar los costos de operación, mantenimiento y personal, sin sacrificar la calidad del servicio ni la experiencia del cliente.

El aforo máximo del local, bajo normativas de seguridad y confort, estará condicionado por aspectos como: normativas locales de uso de suelo, evacuación, distanciamiento de mesas, accesibilidad y ventilación, estimándose inicialmente en un rango de 30 a 40 personas para garantizar comodidad y seguridad durante las operaciones regulares.

Este dimensionamiento es adecuado para atender la demanda prevista de turistas, excursionistas y población local, permitiendo una operación sostenible en términos económicos, operativos y de atención al cliente.

Posibilidad de Ampliación

Es importante destacar que, conforme la demanda de servicios y el flujo de visitantes se incrementen, el diseño del negocio permite su ampliación progresiva. De acuerdo con el crecimiento proyectado, será posible extender la infraestructura física mediante la adquisición de terreno adicional o la optimización de áreas colindantes, permitiendo aumentar tanto el número de mesas como la capacidad instalada de cocina y servicios complementarios. Esta posibilidad de expansión está contemplada dentro de la estrategia de crecimiento sostenible del proyecto, garantizando su adaptabilidad frente a las dinámicas del mercado turístico y gastronómico local.

3.2.9. Estructura de costos

Costos directos

- Construcción de infraestructura: Costos que involucran en estudios, levantamientos planimétricos, y construcción total de la cabaña restaurante.
- Adecuación de las instalaciones: Costos que se generaran para el diseño y decoraciones y amoblados de las instalaciones
- Adquisición de Equipos y maquinarias: Todos los equipos de computación, facturación, comunicación, audio video y seguridad, maquinarias y utensilios de cocina.
- Adquisición de materias primas: Costos que involucran la adquisición y traslado de las materias primas necesarias para el giro de negocio.

Costos indirectos

- Salarios y bonificaciones: Esto dependerá del número de trabajadores que sean contratados en función de las necesidades que se presenten.
- Marketing y comunicaciones: Costos necesarios para el negocio, al ser un negocio nuevo necesitamos reformar un plan de marketing.
- Servicios básicos: Todos los servicios básicos que sean fundamentales para el funcionamiento del negocio, pagos de luz, agua, internet y seguros.
- Gastos administrativos y ventas: Gastos que se generen de las gestiones de administrar el negocio y de las gestiones de ventas.
- Gatos de mantenimiento y seguridad: Al estar expuestos a cualquier situación natural o intencional, es necesario contar con un sistema de seguridad, así como también, un plan de mantenimiento de equipos, maquinaria e infraestructura.

3.3.Lienzo CANVAS

Tabla 3.1 Modelo CANVAS

PARADERO TURÍSTICO “CABAÑA DEL RIO”

SOCIOS CLAVE Proveedores Operadoras turísticas Agricultores/ganaderos Artesanos locales Trasportistas Prestatarios de servicios Instituciones públicas y privadas 	ACTIVIDADES CLAVE Comida tradicional Mantenimiento/limpieza Sistema de seguridad Parqueadero Manejo de reclamos Esparcimiento  RECURSOS CLAVE Empleados capacitados Infraestructura física Equipo y maquinaria Sistema de seguridad Espacios de esparcimiento Recursos económicos 	PROPUESTAS DE VALOR Alimentos de calidad Amplio menú Actividades de entretenimiento/ esparcimiento Ubicación estratégica Alquiler de espacios para eventos Instalaciones acogedoras 	RELACIÓN CON CLIENTES Atención personalizada Excelente servicio Gustos y preferencias Programas de fidelización/ marketing Manejo de quejas  CANALES Redes sociales Sitios web Operadoras turísticas Cara a cara Delivery Empresas aliadas 	SEGMENTOS DE CLIENTES Turistas nacionales y extranjeros Operadoras turísticas Clientes locales Empresas públicas y privadas Trasportistas Familias 
ESTRUCTURA DE COSTES Infraestructura Ingredientes y materias primas Inventarios Salarios y bonificaciones Marketing y comunicaciones Servicios básicos Gastos administrativos y ventas Gastos de mantenimiento/ seguridad 		FUENTES DE INGRESOS Venta de productos alimenticios Servicio de delivery Actividades de entretenimiento y esparcimiento Alquiler de espacios para eventos Eventos culturales y sociales Paquetes turísticos Promociones cruzadas 		

Capítulo 4. Análisis Económico y Financiero

Tomando en consideración el análisis ejecutado anteriormente, en este capítulo se presenta la base financiera principal de la puesta en marcha del paradero turístico “Cabaña del Río”, en tal sentido, se consideran varios aspectos claves necesarios para llevar a cabo una inversión sólida, capaz de proporcionar un direccionamiento oportuno y veraz. El objetivo de este estudio permite determinar la rentabilidad del proyecto, identificar fuentes de financiamiento y minimizar riesgos económicos. Desde el punto de vista económico, se analizan factores como la demanda turística, el impacto en la economía local, la generación de empleo y los beneficios a largo plazo (Pinos & Andrade, 2021). Además, se aplican herramientas como el análisis de costos-beneficios (ACB), flujo de caja proyectado y cálculo del retorno de inversión (ROI) , para garantizar que el paradero turístico sea autosostenible y contribuya al desarrollo del destino (Morocho & Posligua, 2023). Este análisis permite considerar los factores de riesgo tanto externos como internos que pueden afectar el direccionamiento óptimo y la toma de decisiones acertada.

4.1. Inversión y financiamiento

El primer paso para efectuar el análisis de inversión es entender las necesidades inminentes, es decir, identificar cuales son los rubros de inversión tanto en activos fijos como en activos diferidos de constitución, esto involucra entender cuales son los elementos esenciales para el flujo de trabajo y operación eficiente (Andrade & Cobacango, 2023).

Del mismo modo, Gambarota & Lorda (2017) mencionan que es crucial identificar las fuentes del financiamiento tanto a corto como largo plazo, para definir si la inversión es recuperable o el resultado es deficiente.

En consecuencia, se presenta el detalle de los rubros de inversión categorizados en la siguiente manera: infraestructura y construcción, equipamiento y tecnología, servicios básicos y seguridad licencias permisos y seguros, y un fondo de contingencia considerando un 2.44% del total de la inversión, este fondo será utilizado para imprevistos que no estén considerados directamente en los rubros invertidos (Merizalde 2020).

Tabla 4.1 Detalle de gastos

CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	MONTO ESTIMADO
1. Infraestructura y Construcción		
Terreno	Adquisición/ compra del terreno	\$30,000.00
Construcción del local (150 m²)	Costos asociados con la adecuación o construcción del edificio (Obras civiles)	\$45,000.00
Mobiliario y decoración (interiores y exteriores)	Compra de mesas, sillas, decoración, iluminación ambiental.	\$7,000.00
2. Equipamiento y Tecnología		
Equipos de cocina y utensilios	Compra de electrodomésticos, estufas, refrigeradores, etc.	\$7097.00
Sistema de refrigeración y ventilación	Sistemas de aire acondicionado y refrigeración.	
Equipos de punto de venta (TPV, cajas registradoras, software)	Tecnología para gestión de ventas, inventarios, y pagos.	
3. Servicios Básicos y Seguridad		
Instalación de servicios básicos (agua, luz, gas)	Conexión a los servicios necesarios para la operación.	\$2,000.00
Seguridad (cámaras, alarmas, caseta para personal de seguridad)	Sistema de seguridad para el local.	\$2,000.00
4. Licencias, Permisos y Seguros		
Licencias de funcionamiento y permisos	Trámites legales para operar el restaurante en la zona.	\$1,500.00
Seguro del establecimiento (incendio, daños, responsabilidad civil)	Seguro para cubrir riesgos.	\$1,500.00
5. Contingencias		
Fondo de contingencia	Reserva para imprevistos durante la puesta en marcha del restaurante.	\$2,000.00
TOTAL		\$ 98,097.00

La inversión del paradero Turístico “Cabaña del Río” se enfoca en diversos aspectos, siendo la inversión total por \$98,097.00, en este sentido, se evidencia los rubros necesarios para el funcionamiento del paradero turístico, “Cabaña del Río” en la parroquia Ingapirca, cantón Cañar.

A continuación, se presenta un análisis de participación del rubro de la inversión en función de su total, del mismo modo, se determina las fuentes de financiamiento de acuerdo con la inversión proyectada del paradero Turístico “Cabaña del Río”.

Tabla 4.2 Porcentaje de inversión y financiamiento del paradero Turístico “Cabaña del Río”

Inversión y financiamiento del proyecto		
A. Inversiones del proyecto	Valor \$	%
Activos corrientes		
Factor de caja	\$ 98.097,00	100,00%
Activos fijos		
Terreno	\$ 30.000,00	30,58%
Construcción	\$ 45.000,00	45,87%
Mobiliario	\$ 7.000,00	7,14%
Servicios básicos y seguridad	\$ 2.000,00	2,04%
Equipo de computo	\$ 2.000,00	2,04%
Enseres (equipamiento y tecnología)	\$ 7.097,00	7,23%
Total, activos fijos	\$ 93.097,00	94,90%
Activos diferidos		
Gastos de Constitución	\$ 1.500,00	1,53%
Gastos de Instalación	\$ 1.500,00	1,53%
Fondo de contingencia	\$ 2.000,00	2,04%
Total, activos diferidos	\$ 5.000,00	5,10%
Total, inversiones	\$ 98.097,00	100,00%
B. Financiamiento del proyecto	VALOR \$	%
Pasivo	\$ 112.192,15	114,37%
Prestamos corto plazo (20%)	\$ 23.619,40	24,08%
Prestamos Largo plazo (75,00%)	\$ 88.572,75	90,29%
Patrimonio	\$ 5.904,85	6,02%
Aporte de socios inversionistas (5%)	\$ 5.904,85	6,02%
Total, pasivo y patrimonio (financiamiento)	\$ 98.097,00	100,00%

Considerando la inversión antes planificada, se puede observar que la inversión en activos fijos representa un 94.90% y en activos diferidos representa el 5.10%. Además, se establecen las fuentes de financiamiento del paradero turístico “Cabaña del Río” como préstamos a corto con un 20%, los préstamos a largo plazo cubrirán el 75% de la inversión y el capital invertido por la accionista sería de \$5904.85 siendo el 5%.

4.2 Ingresos del Paradero Turístico “Cabaña del Río”

Los ingresos del Paradero Turístico “Cabaña del Río” se consideran en función de la demanda de los productos que se ofertan, en este sentido, tomando como referencia el lugar del paradero turístico “Cabaña del Río”, el tipo de clientes a quienes se estima llegar y conforme la competencia directa, se establece los costos de los productos. A continuación, se detalla los productos que se ofertaran en el paradero y el costo y precio de venta estimado:

Tabla 4.3 Descripción de ingresos proyectados

Estimación de ingresos del paradero turístico “cabaña del río” (ventas)						
Años	2025			2026		
Rubros	CANT.	PU	TOTAL	CAN	PU	TOTAL
Platos tradicionales	15.000	5,5	\$ 82.500	16.200	5,5	\$ 89.100
Cafetería	3000	2,5	\$ 7.500	6000	2,8	\$ 16.500
Bebidas alcohólicas	2400	2,5	\$ 6.000	4900	2,5	\$ 12.250
Bebidas no alcohólicas	2000	1,5	\$ 3.000	4000	1,5	\$ 6.000
Postres	1000	2	\$ 2.000	2000	2	\$ 4.000
Artesanías	500	3	\$ 1.500	1000	3	\$ 3.000
Salón eventos	12	700	\$ 8.400	13	800	\$ 10.400
Total ingresos			\$ 110.900			\$ 141.250

Años	2027			2028		
Rubros	CANT.	PU	TOTAL	CANT.	PU	TOTAL
Platos tradicionales	22.500	7	\$ 157.500	24.000	7	\$ 168.000
Cafetería	11000	3	\$ 33.000	16000	3	\$ 48.000
Bebidas alcohólicas	7900	3	\$ 23.700	10900	3	\$ 32.700
Bebidas no alcohólicas	6000	2	\$ 12.000	8000	2	\$ 16.000
Postres	5000	2,25	\$ 11.250	8000	2,3	\$ 18.000
Artesanías	3000	3	\$ 9.000	5000	3	\$ 15.000
Salón eventos	14	900	\$ 12.600	15	1000	\$ 15.000
Total, ingresos			\$ 259.050			\$ 312.700

Años	2029		
Rubros	CANT.	PU	TOTAL
Platos tradicionales	25.500	7	\$ 178.500
Cafetería	21000	3	\$ 63.000
Bebidas alcohólicas	13900	3	\$ 41.700
Bebidas no alcohólicas	10000	2	\$ 20.000

Postres	11000	2,3	\$ 24.750
Artesanías	7000	3	\$ 21.000
Salón eventos	16	1000	\$ 16.000
Total, ingresos			\$ 364.950

Los ingresos del Paradero Turístico “Cabaña del Río” se han realizado en base a la inflación nominal para el 2025 que es del 2.18%, proyectando así para 5 años y logrando un incremento.

Tabla 4.4 Descripción de costos proyectados

Estimación de costos del paradero turístico “cabaña del río”						
Años	2025			2026		
Rubros	CANT.	COSTO	TOTAL	CAN	CT	TOTAL
Platos tradicionales	15.000	4,5	\$ 67.500	16.200	4,5	\$ 72.900
Cafetería	3000	1,5	\$ 4.500	6000	1,5	\$ 9.000
Bebidas alcohólicas	2400	2	\$ 4.800	4900	2	\$ 9.800
Bebidas no alcohólicas	2000	0,5	\$ 1.000	4000	0,5	\$ 2.000
Postres	1000	1	\$ 1.000	2000	1	\$ 2.000
Artesanías	500	1,5	\$ 750	1000	1,5	\$ 1.500
Salón eventos	12	400	\$ 4.800	13	400	\$ 5.200
Total ingresos			\$ 84.350			\$ 102.400

Años	2027			2028		
Rubros	CANT.	CT	TOTAL	CANT.	CT	TOTAL
Platos tradicionales	22.500	4,5	\$ 101.250	24.000	4,5	\$ 108.000
Cafetería	11000	1,5	\$ 16.500	16000	1,5	\$ 24.000
Bebidas alcohólicas	7900	2	\$ 15.800	10900	2	\$ 21.800
Bebidas no alcohólicas	9000	0,5	\$ 4.500	14000	0,5	\$ 7.000
Postres	5000	1	\$ 5.000	8000	1	\$ 8.000
Artesanías	3000	1,5	\$ 4.500	5000	1,5	\$ 7.500
Salón eventos	14	400	\$ 5.600	15	400	\$ 6.000
Total ingresos			\$ 153.150			\$ 182.300

Años	2029		
Rubros	CANT.	CT	TOTAL
Platos tradicionales	25.500	4,5	\$ 114.750
Cafetería	21000	1,5	\$ 31.500
Bebidas alcohólicas	13900	2	\$ 27.800
Bebidas no alcohólicas	19000	0,5	\$ 9.500

Postres	11000	1	\$ 11.000
Artesanías	7000	1,5	\$ 10.500
Salón eventos	16	400	\$ 6.400
Total ingresos			\$ 211.450

Los costos se han considerado en base al mismo número de unidades de los ingresos proyectados.

4.3 Gastos del Paradero Turístico “Cabaña del Río”.

Los gastos del Paradero Turístico “Cabaña del Río” se consideran aquellos rubros que no se recuperan con el tiempo, en ello contempla los gastos administrativos, comerciales y ventas, en tal sentido, estos gastos promueven el buen desenvolvimiento del negocio, promueven el desarrollo oportuno y fomenta la creación de ingresos.

Es importante considerar los rubros de gastos proyectados, para ello se ha tomado como referencia de incremento la tasa de inflación nacional promedio que actualmente esta en 0.18%, en tanto, a continuación, se presenta los gastos proyectados del paradero.

Tabla 4.5 Presupuesto de gastos

Presupuesto de gastos					
Gastos de administración	2025	2026	2027	2028	2029
Sueldos Administrativos	5433,00	5550,90	5671,35	5794,42	5920,16
Prestaciones Sociales	2364,80	2416,12	2468,55	2522,11	2576,84
Servicios Básicos	500,00	510,85	521,94	533,26	544,83
Sistema Contable (Adquisición y actualización)	5000,00		2086,50		
Sistema de control de asistencia	1500,00	500,00	357,95		
Total gastos administración	14797,80	8977,86	11106,28	8849,79	9041,83
Gastos de venta					
Sueldos (ventas)	1307,02	1307,02	1307,02	1307,02	1307,02
Prestaciones sociales	2246,07	2294,81	2344,61	2395,49	2447,47
Publicidad y Promoción	7500,00	7662,75	3831,38	3914,52	3999,46
Transporte	5000,00	5108,50	2554,25	2609,68	2666,31
Total gastos de venta	16053,09	16373,08	10037,25	10226,70	10420,26
Gastos financieros					
Intereses	5505,05	3176,52	1832,39	1088,26	44,13
Total gastos financieros	5505,05	3176,52	1832,39	1088,26	44,13
Total gastos	36355,94	28527,46	22975,93	20164,75	19506,22

4.4 Análisis de Rentabilidad

El análisis de la rentabilidad permite identificar un enfoque claro de proyección tanto de ingresos como de gastos de inversión en el tiempo estimado de 5 años, obteniendo así,

una evaluación preliminar de la inversión propuesta, considerando la generación de efectivo y el financiamiento de las obligaciones.

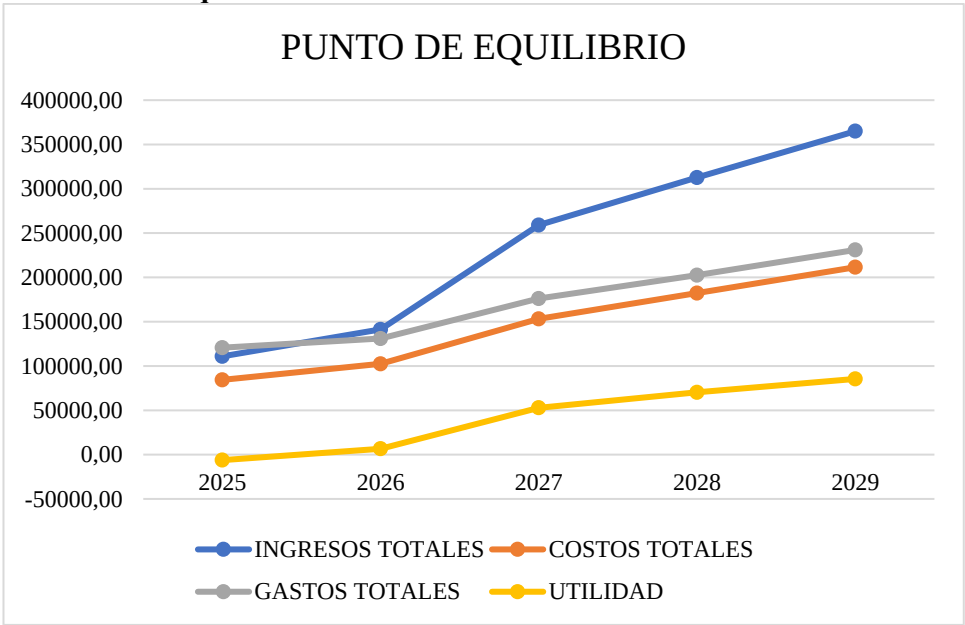
4.4.1 Punto de equilibrio

Es importante evaluar las operaciones económicas, en este sentido, se identifica cuando se igualan los ingresos totales con los gastos totales, en este caso.

Tabla 4.6 Punto de equilibrio

	Punto de equilibrio				
	2025	2026	2027	2028	2029
Ingresos totales	110900,00	141250,00	259050,00	312700,00	364950,00
Costos totales	84350,00	102400,00	153150,00	182300,00	211450,00
Gastos totales	120705,94	130927,46	176125,93	202464,75	230956,22
Utilidad	-6251,29	6580,62	52864,10	70274,97	85421,03

Figura 4.2. Punto de equilibrio



De acuerdo con la gráfica que antecede, se identifica que en el año 2026 el Paradero no generara ni perdida ni ganancia. En consecuencia, se evidencia que mientras los ingresos totales se incrementan los gastos totales disminuyen.

4.4.2 Flujos de caja

De acuerdo con la proyección de ingresos se estima que se incremente entre 9% y 10% de año a año los ingresos totales, para lo cual, a continuación, se plantea un estado de resultados proyectado, a fin de determinar la rentabilidad económica financiera del Paradero Turístico “Cabaña del Río”.

Tabla 4.7 Estado de resultados proyectado

Estado de resultados proyectado					
	AÑOS				
RUBROS	2025	2026	2027	2028	2029
Ventas	\$ 110.900,00	\$ 141.250,00	\$ 259.050,00	\$ 312.700,00	\$ 364.950,00
(-) Costo de Producción (costo de Ventas)	\$ 84.350,00	\$ 102.400,00	\$ 153.150,00	\$ 182.300,00	\$ 211.450,00
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 26.550,00	\$ 38.850,00	\$ 105.900,00	\$ 130.400,00	\$ 153.500,00
Gastos Operativos:					
(-) Gastos de Administración	\$ 14.797,80	\$ 8.977,86	\$ 11.106,28	\$ 8.849,79	\$ 9.041,83
(-) Gastos de Venta	\$ 16.053,09	\$ 16.373,08	\$ 10.037,25	\$ 10.226,70	\$ 10.420,26
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 4.300,89	\$ 13.499,06	\$ 84.756,46	\$ 111.323,51	\$ 134.037,91
(-) Gastos Financieros	\$ 5.505,05	\$ 3.176,52	\$ 1.832,39	\$ 1.088,26	\$ 44,13
(=) UTILIDAD ANTES DE P. A TRABAJADORES	-\$ 9.806	\$ 10.323	\$ 82.924	\$ 110.235	\$ 133.993,78
(-) 15% Utilidades trabajadores	-\$ 1.470,89	\$ 1.548,38	\$ 12.438,61	\$ 16.535,29	\$ 20.099,07
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	-\$ 8.335	\$ 8.774	\$ 70.485	\$ 93.700	\$ 113.894,71
(-) Impuesto a la renta	-\$ 2.083,76	\$ 2.193,54	\$ 17.621,37	\$ 23.424,99	\$ 28.473,68
(=) UTILIDAD NETA	-\$ 6.251,29	\$ 6.580,62	\$ 52.864,10	\$ 70.274,97	\$ 85.421,03

Una vez determinado los ingresos es realizar el estado de resultados proyectado para determinar cuál será la utilidad neta en cada periodo y para que nos sirva de base como flujo de efectivo neto de cada año. En este sentido, se ha considera los ingresos y costos a fin de determinar solvencia en las operaciones dentro de 5 años.

En consecuencia, para que el análisis sea más exhaustivo de la rentabilidad, se calcula el punto de equilibrio y la aplicación de ciertos indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Tabla 4.8 Tasa de descuento

Financiamiento	Dólares	%	Tasa de interés	Tasa de ponderación
Capital propio	\$ 5.904,85	5,00%	4,99%	0,25%
Cfn l/p	\$ 88.572,75	75,00%	11,61%	8,71%
Coac c/p	\$ 23.619,40	20,00%	8,83%	1,77%
	\$ 118.097,00	100,00%		10,72%

La tasa mínima requerida que debería ganar el proyecto es de 10,72%. Lo que se considera que no pierde el valor en el mercado, considerando las fuentes de financiamiento utilizadas. El 10,72% representa la tasa mínima de retorno requerida (TMRR) para que el proyecto sea considerado viable financieramente, asegurando que no pierda valor en el mercado. Esta tasa actúa como un umbral de rentabilidad.

Tabla 4.9 Valor Actual Neto

	Flujos de caja netos	Factor de actualizar	Flujos netos de caja actualizados	Flujos netos de caja acumulados
Inversión inicial	-98097,0			
Año 1	-6251,29	0,8333333333	-\$ 5.209,41	-5209,41
Año 2	6580,62	0,6944444444	\$ 4.569,87	-639,53
Año 3	52864,10	0,578703704	\$ 30.592,65	29953,12
Año 4	70274,97	0,482253086	\$ 33.890,32	63843,44
Año 5	85421,03	0,401877572	\$ 34.328,80	98172,23
			\$ 98.172,23	
		Inversión inicial	\$ 98.097,00	
		VAN	\$ 75,23	

El VAN es mayor que 0, por lo tanto, se acepta el proyecto, se indica la viabilidad del proyecto, demostrando que la rentabilidad esperada supera el costo de oportunidad del capital invertido. Esta condición financiera justifica su implementación, ya que generará retornos que exceden no solo la inversión inicial sino también su valorización en el mercado, creando así valor económico para la empresa.

Tabla 4.10 Tasa Interna de Retorno

Inversión inicial	-98097,00
AÑO 2025	-6251,29
AÑO 2026	6580,62
AÑO 2027	52864,10
AÑO 2028	70274,97
AÑO 2029	85421,03
TIR=	20,02%

Tasa de descuento 10,72%

Costo de oportunidad 8% inversión plazo fijo

La TIR es de 20.02%, siendo MAYOR que el costo promedio ponderado de capital, por lo tanto, el proyecto de inversión se **acepta**. Además, La TIR es mayor que el costo de oportunidad lo que garantiza que este proyecto rinde más que la inversión alternativa.

Una vez aplicado diversas herramientas, se ha analizado la rentabilidad económica financiera del Paradero Turístico “Cabaña del Río”, evidenciando claramente que, la inversión en el mismo es viable y a su vez sostenible, prevaleciendo una solvencia financiera inminente, dado que la inversión es recuperable a corto plazo y los ingresos permiten tener un flujo de efectivo que respalda la liquidez financiera del Paradero Turístico “Cabaña del Río”, es menester recalcar que el proyecto es aceptable, puesto que nos proporciona un mejor rendimiento de retorno, mayores ingresos económicos, mejor gestión, y mayor productividad.

La rentabilidad analizada es sólida con base a ingresos con proyección a crecimiento para 5 años, considerando los precios de acuerdo con el mercado, al sector, y la inflación actual, impulsando de esta manera una estructura planificada de costos de inversión, lo que hace que el crecimiento sea sostenible del negocio.

4.5 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad para los proyectos de inversión se utiliza para analizar los resultados financieros totales bajo diversos parámetros que pueden afectar o mejorar el rendimiento del negocio.

El enfoque principal de la aplicación de este sistema es tomar decisiones bajo los preceptos de incertidumbre positiva o negativa, mejorar el desempeño de las operaciones y que los resultados sean mas precisos conforme las diversas circunstancias.

Bajo este contexto, se presenta el análisis de 3 escenarios optimista, pesimista y conservador, a fin de mitigar el riesgo eminente que puede presentarse durante el desarrollo del proyecto.

4.5.1 Escenario pesimista

En este escenario se provee un incremento en ventas de los productos solo del 5% en la cantidad de platos vendidos, es decir, un incremento mínimo, respecto a los ingresos base considerando los clientes potenciales.

Tabla 4.11 Ingresos proyectados escenario pesimista

Años	2025			2026		
Rubros	CANT.	PU	TOTAL	CAN	PU	TOTAL
Platos tradicionales	15.000	5,5	\$ 82.500	15.750	5,5	\$ 86.625
Cafetería	3000	2,5	\$ 7.500	3.150	2,8	\$ 8.663
Bebidas alcohólicas	2400	2,5	\$ 6.000	2.520	2,5	\$ 6.300
Bebidas no alcohólicas	2000	1,5	\$ 3.000	2.100	1,5	\$ 3.150
Postres	1000	2	\$ 2.000	1.050	2	\$ 2.100
Artesanías	500	3	\$ 1.500	525	3	\$ 1.575
Salón eventos	12	700	\$ 8.400	13	800	\$ 10.080
Total ingresos			\$ 110.900			\$ 118.493

Años	2027			2028		
Rubros	CANT.	PU	TOTAL	CANT.	PU	TOTAL
Platos tradicionales	16.538	7	\$ 115.763	17.364	7	\$ 121.551
Cafetería	3.308	3	\$ 9.923	3.473	3	\$ 10.419
Bebidas alcohólicas	2.646	3	\$ 7.938	2.778	3	\$ 8.335
Bebidas no alcohólicas	2.205	2	\$ 4.410	2.315	2	\$ 4.631
Postres	1.103	2,25	\$ 2.481	1.158	2,25	\$ 2.605
Artesanías	551	3	\$ 1.654	579	3	\$ 1.736

Salón eventos	13	900	\$ 11.907	14	1000	\$ 13.892
Total ingresos			\$ 154.074			\$ 163.167

Años	2029		
Rubros	CANT.	PU	TOTAL
Platos tradicionales	18.233	7	\$ 127.628
Cafetería	3.647	3	\$ 10.940
Bebidas alcohólicas	2.917	3	\$ 8.752
Bebidas no alcohólicas	2.431	2	\$ 4.862
Postres	1.216	2,25	\$ 2.735
Artesanías	608	3	\$ 1.823
Salón eventos	15	1000	\$ 14.586
Total ingresos			\$ 171.326

Tabla 4.12 Flujo de efectivo proyectados escenario pesimista

Estado de resultados proyectado					
RUBROS	AÑOS				
	2025	2026	2027	2028	2029
Ventas	\$ 110.900,00	\$ 118.492,50	\$ 154.074,38	\$ 163.167,24	\$ 171.325,61
(-) Costo de Producción (costo de Ventas)	\$ 84.350,00	\$ 88.567,50	\$ 92.995,88	\$ 97.645,67	\$ 102.527,95
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 26.550,00	\$ 29.925,00	\$ 61.078,50	\$ 65.521,58	\$ 68.797,65
Gastos Operativos:					
(-) Gastos de Administración	\$ 14.797,80	\$ 8.977,86	\$ 11.106,28	\$ 8.849,79	\$ 9.041,83
(-) Gastos de Venta	\$ 16.053,09	\$ 16.373,08	\$ 10.037,25	\$ 10.226,70	\$ 10.420,26
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 4.300,89	\$ 4.574,06	\$ 39.934,96	\$ 46.445,08	\$ 49.335,56
(-) Gastos Financieros	\$ 5.505,05	\$ 3.176,52	\$ 1.832,39	\$ 1.088,26	\$ 44,13
(=) UTILIDAD ANTES DE P. A TRABAJADORES	-\$ 9.806	\$ 1.398	\$ 38.103	\$ 45.357	\$ 49.291,43
(-) 15% Utilidades trabajadores	-\$ 1.470,89	\$ 209,63	\$ 5.715,39	\$ 6.803,52	\$ 7.393,71
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	-\$ 8.335	\$ 1.188	\$ 32.387	\$ 38.553	\$ 41.897,72
(-) Impuesto a la renta	-\$ 2.083,76	\$ 296,98	\$ 8.096,80	\$ 9.638,32	\$ 10.474,43
(=) UTILIDAD NETA	-\$ 6.251,29	\$ 890,93	\$ 24.290,39	\$ 28.914,97	\$ 31.423,29
Flujo de efectivo					
FLUJO DE CAJA	-\$ 6.251	\$ 891	\$ 24.290	\$ 28.915	\$ 31.423
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	-\$ 104.348,29	-\$ 97.206,07	-\$ 73.806,61	-\$ 69.182,03	-\$ 66.673,71
Inversión	-\$ 98.097,00				
VAN	-\$ 62.058,12				
TIR	-4,83%				

De acuerdo con el análisis detallado para 5 años se evidencia que, bajo este precepto la cabaña se afrontara dificultades financieras, conociendo que la inversión inicial es de \$98 097,00, se presentara operativamente pérdidas significativas, dado que a los 5 años no se recuperara aun la inversión, tomando como referencia, el VAN y la TIR, mientras que en base a los flujos de caja netos a partir del tercer año se observa el cambio de tendencia. Es menester recalcar que a futuro en función a los flujos de caja proyectados se compensara el valor de la inversión inicial, es decir, dentro de este escenario conlleva más tiempo la recuperación de la inversión.

En conclusión, a pesar de las condiciones financieras difíciles, el factor clave para el desarrollo sostenible futuro de la cabaña es la gestión estratégica de costos y el manejo óptimo de los recursos prioritarios necesarios para el buen desenvolvimiento del negocio

4.5.2 Escenario conservador

En este escenario se provee un incremento en las ventas del 10%, no se puede dejar de lado la inflación considerando que los últimos años a afectado significativamente al desarrollo económico de los negocios del país.

Tabla 4.13 Ingresos proyectados escenario conservador

Años	2025			2026		
Rubros	CANT.	PU	TOTAL	CAN	PU	TOTAL
Platos tradicionales	15.000	5,5	\$ 82.500	16.500	5,5	\$ 90.750
Cafetería	3000	2,5	\$ 7.500	3.300	2,8	\$ 9.075
Bebidas alcohólicas	2400	2,5	\$ 6.000	2.640	2,5	\$ 6.600
Bebidas no alcohólicas	2000	1,5	\$ 3.000	2.200	1,5	\$ 3.300
Postres	1000	2	\$ 2.000	1.100	2	\$ 2.200
Artesanías	500	3	\$ 1.500	550	3	\$ 1.650
Salón eventos	12	700	\$ 8.400	13	800	\$ 10.560
Total ingresos			\$ 110.900			\$ 124.135

Años	2027			2028		
Rubros	CANT.	PU	TOTAL	CANT.	PU	TOTAL
Platos tradicionales	18.150	7	\$ 127.050	19.965	7	\$ 139.755
Cafetería	3.630	3	\$ 10.890	3.993	3	\$ 11.979
Bebidas alcohólicas	2.904	3	\$ 8.712	3.194	3	\$ 9.583
Bebidas no alcohólicas	2.420	2	\$ 4.840	2.662	2	\$ 5.324
Postres	1.210	2,25	\$ 2.723	1.331	2,3	\$ 2.995

Artesanías	605	3	\$ 1.815	666	3	\$ 1.997
Salón eventos	15	900	\$ 13.068	16	1000	\$ 15.972
Total ingresos			\$ 169.098			\$ 187.604

Años		2029	
Rubros	CANT.	PU	TOTAL
Platos tradicionales	21.962	7	\$ 153.731
Cafetería	4.392	3	\$ 13.177
Bebidas alcohólicas	3.514	3	\$ 10.542
Bebidas no alcohólicas	2.928	2	\$ 5.856
Postres	1.464	2,25	\$ 3.294
Artesanías	732	3	\$ 2.196
Salón eventos	18	1000	\$ 17.569
Total ingresos			\$ 206.365

Tabla 4.14 Flujo de efectivo proyectados escenario conservador

Estado de resultados proyectado					
RUBROS	AÑOS				
	2025	2026	2027	2028	2029
Ventas	\$ 110.900,00	\$ 124.135,00	\$ 169.097,50	\$ 187.604,45	\$ 206.364,90
(-) Costo de Producción (costo de Ventas)	\$ 84.350,00	\$ 92.785,00	\$ 102.063,50	\$ 112.269,85	\$ 123.496,84
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 26.550,00	\$ 31.350,00	\$ 67.034,00	\$ 75.334,60	\$ 82.868,06
Gastos Operativos:					
(-) Gastos de Administración	\$ 14.797,80	\$ 8.977,86	\$ 11.106,28	\$ 8.849,79	\$ 9.041,83
(-) Gastos de Venta	\$ 16.053,09	\$ 16.373,08	\$ 10.037,25	\$ 10.226,70	\$ 10.420,26
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 4.300,89	\$ 5.999,06	\$ 45.890,46	\$ 56.258,11	\$ 63.405,97
(-) Gastos Financieros	\$ 5.505,05	\$ 3.176,52	\$ 1.832,39	\$ 1.088,26	\$ 44,13
(=) UTILIDAD ANTES DE P. A TRABAJADORES	-\$ 9.806	\$ 2.823	\$ 44.058	\$ 55.170	\$ 63.361,84
(-) 15% Utilidades trabajadores	-\$ 1.470,89	\$ 423,38	\$ 6.608,71	\$ 8.275,48	\$ 9.504,28
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	-\$ 8.335	\$ 2.399	\$ 37.449	\$ 46.894	\$ 53.857,56
(-) Impuesto a la renta	-\$ 2.083,76	\$ 599,79	\$ 9.362,34	\$ 11.723,59	\$ 13.464,39
(=) UTILIDAD NETA	-\$ 6.251,29	\$ 1.799,37	\$ 28.087,02	\$ 35.170,78	\$ 40.393,17
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO					
FLUJO DE CAJA	-\$ 6.251	\$ 1.799	\$ 28.087	\$ 35.171	\$ 40.393
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	-\$ 104.348,29	-\$ 96.297,63	-\$ 70.009,98	-\$ 62.926,22	-\$ 57.703,83
Inversión	-\$ 98.097,00				
VAN	-\$ 52.608,46				
TIR		0,26%			

El escenario conservador presenta un punto más semejante a la visión real, en este sentido, toma como referencia diversos aspectos que afectan directamente al desarrollo neto del negocio, es decir, se considera ya el efecto de realizar un análisis de mercado enfocado en la demanda cambiante pero estable. Por otro lado, la competencia directa que pudiere establecerse hace que los márgenes de ganancia sean mínimos y los precios se ajusten a la competitividad de mercado.

El enfoque clave de este escenario se basa en la fidelización de los clientes, en proporcionar un servicio de calidad, y un sabor único y diferente, con estrategias de eficiencia en los procesos internos, de servicio, hace que, a pesar de las circunstancias, se fortalezca la fuerza de ingresos. La calidad se garantizará mediante fidelización con trato personalizado, experiencias únicas que diferencien la marca, y procesos internos eficientes (logística, capacitación y tecnología).

En función de los resultados obtenidos, se determina que el VAN es negativo, pero a pesar de ello la TIR es positiva lo que implica que el proyecto garantiza que tiene mayor rentabilidad que inversiones alternativas, puesto que los flujos de caja son positivos a partir del segundo año, en tal sentido, ya desde una perspectiva realista, el crecimiento es lento, de acuerdo con las condiciones políticas, macro y microeconómicas, condiciones de mercado, de demanda cambiante.

4.5.3 Escenario optimista

En este escenario se provee un incremento en las ventas del 20%.

Tabla 4.15 Ingresos proyectados escenario optimista

Años	2025			2026		
Rubros	CANT.	PU	TOTAL	CAN	PU	TOTAL
Platos tradicionales	15.000	5,5	\$ 82.500	18.750	5,5	\$ 103.125
Cafetería	3000	2,5	\$ 7.500	3.750	2,8	\$ 10.313
Bebidas alcohólicas	2400	2,5	\$ 6.000	3.000	2,5	\$ 7.500
Bebidas no alcohólicas	2000	1,5	\$ 3.000	2.500	1,5	\$ 3.750
Postres	1000	2	\$ 2.000	1.250	2	\$ 2.500
Artesanías	500	3	\$ 1.500	625	3	\$ 1.875
Salón eventos	12	700	\$ 8.400	15	800	\$ 12.000
Total ingresos			\$ 110.900			\$ 141.063

Años	2027	2028
------	------	------

Rubros	CANT.	PU	TOTAL	CANT.	PU	TOTAL
Platos tradicionales	23.438	7	\$ 164.063	29.297	7	\$ 205.078
Cafetería	4.688	3	\$ 14.063	5.859	3	\$ 17.578
Bebidas alcohólicas	3.750	3	\$ 11.250	4.688	3	\$ 14.063
Bebidas no alcohólicas	3.125	2	\$ 6.250	3.906	2	\$ 7.813
Postres	1.563	2,25	\$ 3.516	1.953	2,25	\$ 4.395
Artesanías	781	3	\$ 2.344	977	3	\$ 2.930
Salón eventos	19	900	\$ 16.875	23	1000	\$ 23.438
Total ingresos			\$ 218.359			\$ 275.293

Años	2029		
Rubros	CANT.	PU	TOTAL
Platos tradicionales	36.621	7	\$ 256.348
Cafetería	7.324	3	\$ 21.973
Bebidas alcohólicas	5.859	3	\$ 17.578
Bebidas no alcohólicas	4.883	2	\$ 9.766
Postres	2.441	2,25	\$ 5.493
Artesanías	1.221	3	\$ 3.662
Salón eventos	29	1000	\$ 29.297
Total ingresos			\$ 344.116

Tabla 4.16 Flujo de efectivo proyectados escenario optimista

Estado de resultados proyectado					
	AÑOS				
RUBROS	2025	2026	2027	2028	2029
Ventas	\$ 110.900,00	\$ 141.062,50	\$ 218.359,38	\$ 275.292,97	\$ 344.116,21
(-) Costo de Producción (costo de Ventas)	\$ 84.350,00	\$ 101.220,00	\$ 121.464,00	\$ 145.756,80	\$ 174.908,16
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 26.550,00	\$ 39.842,50	\$ 96.895,38	\$ 129.536,17	\$ 169.208,05
Gastos Operativos:					
(-) Gastos de Administración	\$ 14.797,80	\$ 8.977,86	\$ 11.106,28	\$ 8.849,79	\$ 9.041,83
(-) Gastos de Venta	\$ 16.053,09	\$ 16.373,08	\$ 10.037,25	\$ 10.226,70	\$ 10.420,26
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	-\$ 4.300,89	\$ 14.491,56	\$ 75.751,84	\$ 110.459,67	\$ 149.745,96
(-) Gastos Financieros	\$ 5.505,05	\$ 3.176,52	\$ 1.832,39	\$ 1.088,26	\$ 44,13
(=) UTILIDAD ANTES DE P. A TRABAJADORES	-\$ 9.806	\$ 11.315	\$ 73.919	\$ 109.371	\$ 149.701,83
(-) 15% Utilidades trabajadores	-\$ 1.470,89	\$ 1.697,26	\$ 11.087,92	\$ 16.405,71	\$ 22.455,27
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	-\$ 8.335	\$ 9.618	\$ 62.832	\$ 92.966	\$ 127.246,56
(-) Impuesto a la renta	-\$ 2.083,76	\$ 2.404,45	\$ 15.707,88	\$ 23.241,43	\$ 31.811,64
(=) UTILIDAD NETA	-\$ 6.251,29	\$ 7.213,34	\$ 47.123,65	\$ 69.724,28	\$ 95.434,92
Estado de flujo de efectivo					
FLUJO DE CAJA	-\$ 6.251,29	\$ 7.213,34	\$ 47.123,65	\$ 69.724,28	\$ 95.434,92
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	-\$ 104.348,29	-\$ 90.883,66	-\$ 50.973,35	-\$ 28.372,72	-\$ 2.662,08
Inversión	-\$ 98.097,00				
VAN	\$ 951,39				
TIR	20,28%				

Bajo el escenario optimista, el negocio presenta una oportunidad favorable que impulsa el crecimiento neto de la venta de los productos, en este sentido, se enfoca en la diversificación de productos para la venta y prestación de servicios adicionales, presentando como propuesta, crear un espacio de descanso corto para viajeros de paso, donde se incluya herramientas que puedan concluir trabajos momentáneos, servicios de mensajería, correos, llamadas, con proyección a la instalación de duchas serviciales, baños de aseo exclusivos para viajeros de paso, con esta estrategia, la demanda crece, los ingresos incrementan y la inversión se recupera en un tiempo corto.

En consecuencia, en el escenario optimista con adaptación de nuevas perspectivas de negocio ancladas al negocio en análisis, se obtendría mejores resultados, evidenciándose que el VAN y la TIR, son mayores que cero, el proyecto es aceptable, y la probabilidad de recuperación de la inversión es alta y con mayor probabilidad de retorno

En conclusión, el proyecto es aceptable, la inversión es recuperable en base a diversas circunstancias que pueden ser favorables o desfavorables, la rentabilidad es sostenible a lo largo del tiempo, considerando que el factor clave de análisis, es la gestión operativa y financiera que se lleve a cabo ya en el proceso de funcionamiento, la adaptación al entorno cambiante, las estrategias que se implementen, la calidad del servicio y que la satisfacción del cliente sea la visión clave de la creación de la Cabaña del Río. En tal sentido, es menester recalcar que bajo las condiciones de los escenarios tanto conservador como pesimista, nos proporciona una alerta sobre los riesgos a los que se puede estar expuesto, y ello conlleve a resultados negativos.

4.4. Factibilidad del estudio del paradero turístico “Cabaña del Río”

El anterior estudio permite analizar la rentabilidad económica financiera del paradero turístico “Cabaña del Río”, evidenciando claramente que, la inversión es viable y a su vez sostenible, prevaleciendo una solvencia financiera tanto en los escenarios conservador como optimista. La inversión demuestra:

1. Recuperación acelerada del capital (corto plazo), garantizando solvencia incluso en escenarios conservadores.
2. Flujo de caja positivo y recurrente, asegurando liquidez para operaciones, obligaciones y reinversión.

3. Respaldo financiero dual:

- En el escenario optimista, maximiza rentabilidad con margen para crecimiento.
- En el escenario conservador, mantiene estabilidad sin depender de condiciones externas favorables.

Cabaña del Río es un proyecto rentable, además de ser un activo financieramente resiliente. Su modelo, basado en bajos costos operativos y demanda sostenida, transforma la viabilidad inicial en perdurabilidad económica, posicionándolo como un negocio turístico con cimientos sólidos para prosperar en el tiempo.

4.5. Análisis de riesgo financiero

El proyecto tiene potencial en un mercado turístico en crecimiento, pero requiere manejo prudente de riesgos, considerando factores internos y externos que impacten en flujos de caja, rentabilidad y sostenibilidad.

Principales Riesgos Financieros

- Riesgos de Mercado: Incluyen demanda turística fluctuante (estacionalidad, crisis económicas), competencia no prevista y precios no competitivos por altos costos operativos.
- Riesgos Operativos y de Costos: Sobrecostos en construcción, mantenimiento más caro de lo estimado y falta de personal calificado.
- Riesgos Financieros y de Liquidez: Dificultad en acceso a financiamiento (tasas altas, rechazo de créditos), retrasos en flujo de caja y efectos de devaluación o inflación.
- Riesgos Legales y Regulatorios: Cambios en normativas turísticas/ambientales y conflictos con la comunidad local.

Capítulo 5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

Esta investigación busca optimizar las condiciones económicas, sociales y culturales de la localidad mediante la implementación de un paradero turístico “Cabaña del Río” en la parroquia Ingapirca. Pese a su vasto patrimonio natural, atractivos turísticos y riqueza cultural, el GAD Parroquial enfrenta limitaciones derivadas de la baja articulación intersectorial, lo que impide maximizar su potencial. La propuesta plantea una estrategia integrada para dinamizar el encadenamiento productivo del turismo, fomentando el desarrollo socioeconómico y la sostenibilidad. Esto incluye la creación de empleo, la inclusión comunitaria y el posicionamiento del destino a escala nacional e internacional, mediante una gestión participativa que garantice la distribución equitativa de beneficios.

El lienzo Canvas, permite evidenciar diversos los aspectos principales para la viabilidad del emprendimiento. El mas importante es establecer un vinculo con los proveedores, operadoras turísticas, transportistas, comida tradicional. Además, siendo una actividad muy llamativa en la actualidad, con alimentos de calidad, y con el objetivo de servir a clientes nacionales e internacionales, debemos enfocarnos en cuidar el recurso clave que son los empleados, manteniendo siempre capacitados y promoviendo siempre en los principales canales de difusión

El análisis realizado reveló que el paradero turístico “Cabaña del Río”, ubicado en la parroquia Ingapirca del cantón Cañar, cuenta con un alto potencial de aceptación por parte de los clientes. Esto se debe a su ubicación estratégica, cercana a atractivos turísticos de relevancia cultural e histórica, como son las ruinas de Ingapirca, y a la creciente demanda de servicios turísticos que integren experiencias únicas en la región. El desarrollo del turismo comunitario en la provincia del Cañar es fundamental porque fortalece la economía local, preserva la identidad cultural cañari e impulsa el crecimiento sostenible, al involucrar directamente a las comunidades en la gestión turística de atractivos como Ingapirca, generando empleo, revalorizando tradiciones y distribuyendo los beneficios económicos de manera equitativa, mientras se promueve la sostenibilidad que protege el patrimonio natural y arqueológico de la región.

El diseño del modelo de negocio se fundamentó en prácticas sostenibles que garantizan la viabilidad económica, social y ambiental del proyecto a largo plazo. Este modelo incluye estrategias de diversificación de servicios turísticos, como actividades culturales, gastronómicas y de ecoturismo, que no solo maximizan las fuentes de ingreso, sino que también fortalecen la conexión con la comunidad y el entorno.

La evaluación financiera del modelo de negocio, basada en distintos escenarios económicos, demostró que el proyecto es rentable y tiene la capacidad de crecer en el futuro. Indicadores financieros clave como el VAN positivo y una TIR superior a la tasa de descuento evidencian que la inversión es atractiva. Además, la implementación de un plan financiero sólido permite mitigar riesgos y asegurar un retorno sostenible a los inversionistas. La TIR es de 16.00%, siendo mayor que el costo promedio ponderado de capital, por lo tanto, el proyecto de inversión se **acepta**. Además, La TIR es mayor que el costo de oportunidad lo que garantiza que este proyecto rinde más que la inversión alternativa.

5.2. Recomendaciones

Promocionar el paradero turístico “Cabaña del Río” destacando su cercanía a las ruinas de Ingapirca y su oferta de actividades que resalten la cultura y la naturaleza de la región. Esto incluye alianzas con operadores turísticos, el uso de plataformas digitales y campañas en redes sociales para atraer tanto a turistas nacionales como internacionales interesados en experiencias auténticas.

Integrar a la comunidad en el proyecto mediante la contratación de personal local, la compra de insumos a proveedores de la región y la inclusión de actividades que reflejen las tradiciones culturales y artesanales del área. Esto no solo impulsará la aceptación social del proyecto, sino que también contribuirá a su sostenibilidad social.

Implementar un sistema de seguimiento continuo de los indicadores financieros y operativos clave (ventas, costos, rentabilidad, ocupación, etc.) para garantizar un funcionamiento eficiente. Además, realizar ajustes periódicos basados en análisis de escenarios y proyecciones para adaptarse a posibles fluctuaciones en el mercado turístico. En un futuro se debe diversificar las ofertas con experiencias únicas como turismo vivencial (talleres de artesanía, agricultura

ancestral y rituales cañaris), mejorar la conectividad digital y física con alianzas público-privadas, integrar otras rutas turísticas regionales.

Los sitios turísticos de Ingapirca reciben principalmente turistas nacionales y pocos extranjeros, posiblemente por la escasa promoción internacional. Los visitantes expresan insatisfacción con servicios clave como transporte, alimentación, alojamiento e información turística, aspectos fundamentales que requieren mejoras. Además, existe interés en actividades como senderismo, visitas a comunidades indígenas e interpretación cultural, lo que podría diversificar la oferta turística. Los turistas señalan la falta de promoción por parte del GAD Ingapirca, evidenciando una necesidad de mayor difusión de los atractivos locales. Entre las recomendaciones para mejorar destacan una mejor atención al cliente, más publicidad y actividades culturales interactivas. Las autoridades atribuyen las debilidades del sector a la falta de coordinación institucional, presupuesto insuficiente y poca publicidad, lo que limita el conocimiento del destino. Como soluciones prioritarias, se propone capacitar al personal en servicio al cliente, reforzar la promoción y ampliar las actividades turísticas para convertir Ingapirca en un destino consolidado y no solo de visita breve.

Referencias

- Abad, Cristian, Jorge, Almeida, Juan, Ávila y Luisa, Albuja. 2024. “La dinámica de la inflación y el desempleo: un estudio econométrico basado en la curva de Phillips”. *Revista Innovación Social y Respuestas Económicas* 4 (2): 1-16.
<https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v4/n2/99>
- Aguagallo, Adrian. 2022. “Estudio de factibilidad para la implementación de un sistema de estacionamiento rotativo tarifado, en el centro urbano del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, período 2022-2023”. (tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo), <https://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/18674>
- Álvarez, Ruth. 2022. “El turismo rural y el desarrollo local sostenible desde la percepción de los pobladores de la parroquia Ingapirca.” *Revista Publicando* 9 (33): 67-86.
<https://doi.org/10.51528/rp.vol9.id2278>
- Andrade, Silvia y Lorena, Cobacango. 2023. “La inversión pública y su aporte al desarrollo turístico del cantón Puerto López, 2016-2020”. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN* 7 (13): 11-27.
<https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/398/734>
- Arana, Angelica. 2024. “Aprovechamiento de los recursos turísticos. caso de estudio: cantón Montecristi, provincia de Manabí”. (tesis de grado, Universidad Estatal del Sur de Manabí), <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/6418>
- Ávalos, Juan, Adriana Morales, Carmen Samaniego, y Miguel Pinos. 2022. “Rediseño de la cadena de valor turística, y su incidencia en la rentabilidad económica y social del GAD Parroquial Ingapirca, del Cantón y Provincia del Cañar”. *Polo del conocimiento* 7 (7): 1562-1592. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/4304/0>
- Ayala, Manuel, y Christian Varela. 2023. “Estudio de factibilidad para la implementación de una micro cervecería artesanal tipo pale ale, en el cantón Tisaleo”. (tesis de grado, Universidad Tecnológica Indoamérica),
<https://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/5197>
- Banco Central del Ecuador. 2024. Informe de resultados - cuentas nacionales - trimestrales.
https://contenido.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/cuentasnacionales/ix_cuentasnacionalestrimestrales.html#
- Banco Central del Ecuador. 2024. Programación macroeconómica - sector real- 2024-2027.
https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/SectorReal_092024.pdf
- Banco Mundial. 2025. Perspectivas económicas mundiales.
https://www.bancomundial.org/es/publication/globaleconomicprospects?cid=ECR_GA_worldbank_ES_EXTP_search&skwid=AL!18468!3!764758433006!b!g!!economia%20mundial&gad_source=1
- Carvajal, Carlos. 2018. “Implementación de la metodología CANVAS en el desarrollo de la pequeña industria de la ciudad de Quito – Provincia de Pichincha”. (tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar), <http://hdl.handle.net/10644/6393>
- Cedeño, Carmen y Quiroz, Eva. 2011. “Estudio de factibilidad para la creación de una panadería en el municipio de La Unión en el departamento del Valle del Cauca”. (tesis de grado, Universidad del Valle), <https://hdl.handle.net/10893/10965>
- Chirau, Diana. 2023. “Plan estratégico del asadero - restaurant “Las especias del sabor” en el cantón Colta para el periodo 2022-2026”. (tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo), <https://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/18972>

- Duarte, Rodrigo, y Marlene Rojas. 2024. “Investigación gastronómica en Ecuador: revisión sistemática y tendencias”. *Revista de gastronomía y cocina* 3 (1): 1-19.
<https://doi.org/10.70221/rgc.302781>
- GAD Parroquial de Ingapirca. 2023. Ingapirca. <https://www.ingapirca.gob.ec/>
- Gambarota, Daniela y María, Lorda. 2017. “El turismo como estrategia de desarrollo local”. *Revista Geográfica Venezolana* 58 (2): 346-359. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347753793006>
- García, Jerson y Valverde, Berenice. 2022. “Diseño de procesos operativos en la gestión comercial de la empresa Negocios Empresariales A y S SAC en la ciudad de Trujillo en el año 2022”. (tesis de grado, Universidad Privada del Norte), <https://hdl.handle.net/11537/32390>
- Hernández, Alma, Aldazaba, Gabriela, Millán, Víctor y Cabrera, Ariadna. 2024. “Factibilidad Técnica y Económica en el Reciclado de Plástico, un Caso de Estudio”. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar* 8 (5): 11738-11753. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.14591
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. 2024. Boletín Técnico: No 02-2024-IPC. Base: 2014. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Inflacion/2024/Febrero/Boletin_tecnico_02-2024-IPC.pdf
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. 2020. Cañar - Ciudad Patrimonial del Ecuador. <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/canar/>
- Lastra, Xavier, y Enrique Cabanilla. 2020. “Impact of Tourism on Ecuador’s Development. Reflections from the Academy – IV CONGRETUR”. *Revista Científica Estudios y Perspectivas en Turismo* 29 (4): 1272-1289.
<https://www.redalyc.org/journal/1807/180766099014/180766099014.pdf>
- León, Leo, Leonardo Ruperti, y Argenis Montilla. 2022. “El Turismo Sostenible en Ecuador: reflexiones constitucionales y legislativas”. *Revista de Ciencias Sociales y Económica – UTEQ* 6 (1): 55-67. <https://doi.org/10.18779/csye.v6i1.553>
- Lozano, Luis, Jorge Caicedo, Teófilo Fernández, y Ronny Onofre. 2019. “The business model: canvas methodology as a strategic innovation for the design of business projects”. *Journal of science and research* 4 (1): 87-99. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3594015>
- Lucio, Sonia. 2024. “Cultura de servicio al cliente en el desarrollo competitivo de las microempresas turísticas, asociadas a la prestación de servicios de alimentación en restaurantes de 3 tenedores, ubicadas en la Zona Especial Turística de la Mariscal de la ciudad de Quito”. (tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar), <http://hdl.handle.net/10644/9930>
- Mantilla, Kiara y Rivas, Oscar. 2019. “Estudio de factibilidad para la creación empresarial de un operador turístico: con énfasis en ecoturismo en el Distrito especial, industrial, portuario, biodiverso y ecoturístico de Buenaventura.”. (tesis de grado, Universidad del Valle Sede Pacífico), <https://hdl.handle.net/10893/14348>
- Marin, Paul, y Washington Astudillo. 2024. “Incremento de la delincuencia organizada como factor de crisis en el Estado Ecuatoriano año 2023”. *MQR Investigar* 8 (4): 1854 -1873. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.4.2024.1854-1873>
- Merizalde, Carlos. 2020. “Estudio de factibilidad para la comercialización de helados de paila Rosalía en coches distribuidores móviles en la zona urbana del cantón Ibarra, provincia de Imbabura”. (tesis de grado, Universidad Técnica del Norte), <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10447>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. 2024. Propuesta de Política Pública Agropecuaria 2024-2034. <https://www.agricultura.gob.ec/propuesta-de-politica-publica-agropecuaria-2024-2034/>

- Ministerio de finanzas. 2024. Comité de Deuda y Financiamiento.
https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2024/06/2024-05-31_resoluci3n_cdf-res-2024-008_fmi-mef_vf-signed-signed10322261001717543332.pdf
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. 2024. Tratado de Libre Comercio entre Ecuador y China entrará en vigor el 01 de mayo.
<https://www.produccion.gob.ec/tratado-de-libre-comercio-entre-ecuador-y-china-entrara-en-vigencia-el-01-de-mayo/>
- Ministerio de Turismo. 2024. El Ministerio de Turismo presentó su Plan de Turismo 2024. 3 de enero del 2024. <https://www.turismo.gob.ec/el-ministerio-de-turismo-presento-su-plan-de-turismo-2024/>
- Ministerio de Turismo. 2016. Reglamento de Alojamiento Turístico. 18 de febrero del 2016.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. 2021. Cañar: Arqueología y cultura milenaria. 26 de enero del 2021.
<https://www.turismo.gob.ec/canar-arqueologia-y-cultura-milenaria/>
- Molina, Edison, Enrique Cabanilla, Carlos Garrido, y Juan Borja. 2022. “Estudio del comportamiento de la demanda turística interna en la reactivación del post-covid-19 en Ecuador”. *Revista Científica ECOCIENCIA* 9 (3): 63-80.
<https://doi.org/10.21855/ecociencia.93.663>
- Naranjo, Ximena, Andrés, Navas, Tania, Riascos y Franklin, Malla. 2022. “Análisis de los índices económicos en Ecuador y su afectación por la crisis sanitaria en los dos primeros trimestres del año 2020”. *Ciencia Latina Revista multidisciplinar* 6 (1): 2538-2551. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1665
- Nelson, Romero. 2023. “Tecnología en la implementación de técnicas culinarias”. *LATAM* 4 (6): 1450 – 1458. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1565>
- Oña, Adriana y Vega, Ruth. 2018. “Importancia del análisis FODA para la elaboración de estrategias en organizaciones americanas, una revisión de la última década”. *Revista Digital Tambara* 3 (1): 435-447. https://tambara.org/wp-content/uploads/2018/12/1.Foda_Oña_final.pdf
- Ordoñez, Stephany, Dayanna Quiroga, Emilia Cárdenas, y Alexandra Otavalo. 2022. “Los Excedentes oferta-demanda en destinos turísticos nacionales e internacionales. Caso de estudio: Cuenca, Guayaquil y Quito, Ecuador”. *Tsafiqui - Revista Científica En Ciencias Sociales* 12 (18): 76 - 85. <https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v12i18.999>
- Ortiz, Gabriela, y Gisela Gómez. 2023. “Analysis of the elements of the canvas model and their relationship in increasing sales in SMES in mineral de la reforma, Hidalgo”. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo* 14 (27).
<https://doi.org/10.23913/ride.v14i27.1656>
- Pin, Franklin, García, Karla y Cañarte, Michelle. 2023. “Evaluación multicriterio de los recursos turísticos como base para la planificación turística de la parroquia Honorato Vásquez, Santa Ana, Manabí, Ecuador”. *UNESUM – Ciencias* 7 (1): 144–155.
<https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v7.n1.2023.674>
- Pinos, Alisson y Mónica, Andrade. 2021. “Análisis de la situación financiera y económica de los emprendimientos del sector turístico en Cuenca provocado por la pandemia del Covid-19”. (tesis de maestría, Universidad Politécnica Salesiana),
<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21873>

- Portilla, Jenny. 2022. “Análisis del Marco Normativo de Economía Circular en Ecuador Orientado al Sector de los Plásticos”. *FIGEMPA: Investigación y Desarrollo* 13 (1): 38-47. <https://doi.org/10.29166/revfig.v13i1.3364>
- Primicias. 2025. La economía de Ecuador decreció 1,5% en el tercer trimestre de 2024, según el Banco Central. 15 de enero del 2021. <https://revistagestion.primicias.ec/noticias/la-economia-de-ecuador-decrecio-15-en-el-tercer-trimestre-de-2024/>
- Quezada, Diana. 2020. “Diseño de un sistema de servucción turística sostenible en la parroquia Ingapirca del cantón Cañar”. (tesis de maestría, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil), <http://biblioteca.uteg.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1023>
- Rivera, Mauricio, y Luis Sislema. 2022. “Fuerzas Económicas y Desempeño de Mercado de Valores para la Comunidad Andina, Periodo 2005 – 2019”. (tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo), <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8608>
- Rodríguez, Esther. 2025. “Estudio de mercado para la creación de una ferretería usando el modelo Canvas, comuna San Vicente – Santa Elena, 2024”. (tesis de grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena), <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/12564>
- Salazar, Diego, y Daniela Espinoza. 2022. “Análisis de competitividad del destino turístico y el desarrollo de las rutas del cacao ecuatoriano”. *Revista Turismo y Patrimonio* 18: 95-112. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2022.n18.05>
- Sanabria, José. 2022. “Los cabildos insulares, protagonistas del pasado, presente y futuro de la actividad turística en Canarias”. *Revista Cosmológica* 2: 287-308. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8912307>
- Santos, Rosario, y Carbone Omaira. 2023. “Mejoras en la Gestión Estratégica y Proyectos de la ONG Solidarity Perú”. (tesis de suficiencia profesional, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)), <http://hdl.handle.net/10757/672298>
- Tobar, Luis. 2022. “El turismo, su influencia en la economía del Ecuador”. *Notas de EconomIUS* 1 (1): 1-14. <https://ius-sdb.com/wp-content/uploads/2022/09/NOTAS-DE-ECONOMIA-EL-TURISMO-UPS-Ecuador.pdf>
- Trejo, Rubén, Sánchez, Alejandro, Pérez, Jared, Moreno, Zeus y Gonzáles, Barsimeo. 2023. “Análisis de Factores Internos y Externos Mediante las Herramientas de PESTEL y FODA en una Empresa de Corte Laser en el Estado de Tlaxcala”. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar* 7 (5): 8461-8474. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i5.8421
- Yasar, Buket, Eun Kyong, Hyun Woo, y Parque Heelye. 2024. “Dinámica de la calidad del servicio: exploración del impacto de la novedad en el disfrute y la satisfacción del cliente con robots de servicio”. *ICHRIE Research Reports* 9 (4). https://via.library.depaul.edu/ichrie_rr/vol9/iss4/2/
- Yungan, Sara. 2022. “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio de productos agrícolas en el GAD parroquial de Flores, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo”. (tesis de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo), <https://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/17632>

Anexos

Anexo 1: proformas para capital de trabajo



www.neohomedesign.com
neohomedesign@gmail.com
099-767-3084 / 099-768-0166 / 0995844212
El Tambo, Carrera Ingapirca - Frente al municipio;
Cañar, Parque Central 2do piso del Banco de Guayaquil.

El tambo, 7 de febrero del 2025

Yo Arq. John Vladimir Chimbo con C.I.0302560305 y con matrícula profesional. 107-2023-2655650, proyectista del estudio NEOH-Arquitectos Cia.Ltda.

CERTIFICO

QUE:

A petición de la parte interesada: Sr. Fernando Pinos con cedula C.I. 0302480827 cumpla con presentar el respectivo monto del presupuesto necesario para la ejecución del proyecto de PARADERO TURISTICO, propiedad ubicada en la parroquia Ingapirca de la provincia de Cañar.

En el proyecto se realizará:

- Replanteo, nivelación y excavación del terreno.
- Cimentación de hormigón armado
- Mampostería de ladrillo visto (paredes).
- Cubierta en estructura de acero.
- Instalaciones hidrosanitarias.
- Instalaciones eléctricas.
- Carpinterías, cielo raso y otros acabados.
- Proyección de cerramiento

El centro turístico consta de 100m² de construcción.

El presupuesto destinado para cumplir con la construcción de este proyecto ascienda a 45,000.00 dólares (cuarenta y cinco mil). Adjunto anexo en el cual se detalla la ubicación y la planta propuesta a realizarse en el paradero turístico, es importante mencionar que este monto esta en base a los metros cuadrados descritos anteriormente.

Sin otro en particular que mencionar al respecto, autorizo al peticionario dar a la presente el uso que más crea pertinente.

Atentamente.

Arq. John Vladimir Chimbo.

ANEXO

UBICACIÓN

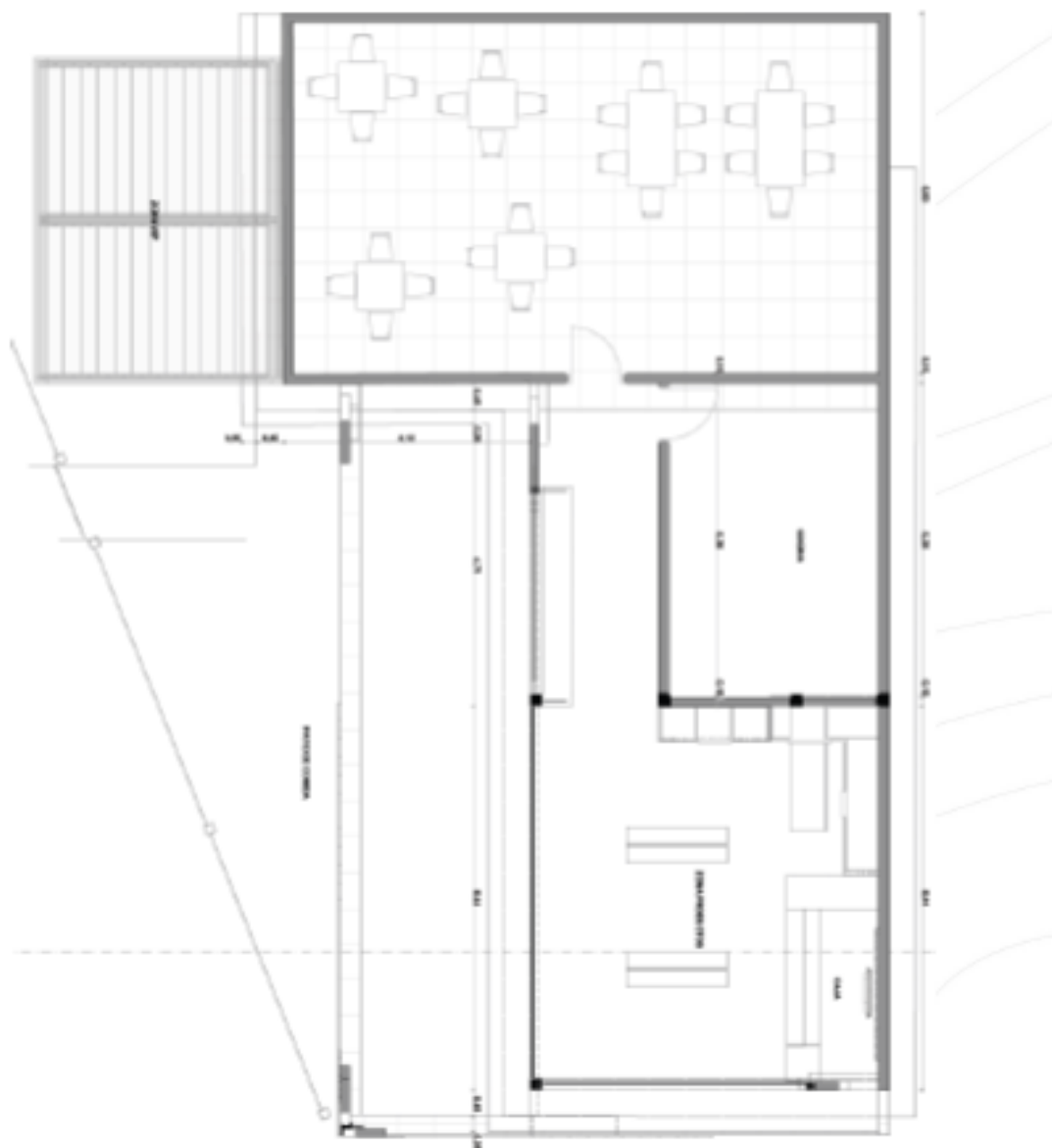
Coordenadas X: 735543.263

Y: 9719194.530

UBICACIÓN



PLANO PROPUESTA ARQUITECTONICA



PROFORMA PLAYA STORE
ARTICULOS PARA LOCAL CAFETERIA

Código	Producto	Cant.	Total
010131	JUEGO DE 6P. ECUA. TABLERO MELAMINE MATUTE	1	162
292944	SILLA ZHARA GRIS 601-BL	1	51
404049	TABURETE TULIP KY-836 BLANCO	1	32
424208	TABURETE ENJOY KY-905 RATAN DARK BROWN	1	38
424280	MESA NAARA STONE BLANCO AYZ-308-SS	1	57
5H00007	PROCESADOR 8 TAZAS 70450 HAMILTON BEACH	1	62
5H00008	PROCESADOR DE ALIMENTOS 70550R	1	51
8ESSIB0	ESCRITORIO SIENA BELLOTA	1	88
AEGF	APARADOR EXTRA GRANDE RFlores	1	356
BAT003	BATIDORAS DE 10 LTRS	1	612
CACM4Q	COCINA ACERO MUEBLE 4Q 6 V/M PRAIVE	1	160
CAY001	BAR SAN DIEGO UCHO	1	755
FRE010	FREI. 2 CANASTILLAS C/PATAS ULLOA	1	117
GALICIAZFO	COCINA INDURAMA GALICIA ZFO CROMA C30 S01	1	366
LOCORMUY8	LICORERA MUY 9	1	145
MCA100	MESA CENTRAL ACERO 100X60CM	1	90
PAMPLONA	COCINA INDURAMA PAMPLONA QZ	1	305
5RCAR04	REFRIGERADORA RCA INVERTER NEGRA SS MRF-630WS	1	599
10000406	REFRIGERADORA INDURAMA RI-770 SIDE BY SIDE	1	579
30001000	CONGELADOR INDURAMA CI400 TM SPA BLANCO CON S50	1	512
XLS250W	VITRINA CONTINENTAL 250L XLS-250W	1	387
XLS450W	VITRINA CONTINENTAL XLS450W 450L BLANCA	1	418
CAMP-003	CAMPANA DE OLOR CONTINENTAL G206-10A(90) ACERO INOX 90CM 50CM P DE	1	62
BP03416	* CAMPANA MADRID 76 SILVER	1	63
7861026901107	Dispensador de Cafe 50 Tazas UM0110	1	62
EXT004	EXTRACTOR DE FRUTAS GRANDE A ULLOA	1	679
838568	CUCHILLO TRAMONTINA X10 PZ.REF:23498/065	1	12
684251	CUCHILLO TRAMONTINA P/FILETEAR REF:22902/008 8" DYNAMIC	1	1
52459	CUCHILLO TRAMONTINA REF:24609/080/53021 10" PROFESSIONAL	1	7
857054	CUCHILLO TRAMONTINA P/PAÑ REF:22317/008/015785 8" DYNAMIC	1	2
56URG00	TIJERA DE COCINA COOK CHARMY HB6117CC	1	2
56URG34	CUCHARON PARA SERVIR WEST POINT HOME SA9	1	3
51BC001	CUCHARA BC4061	1	2
OK20216	PINZA BBQ 16" ONIX	1	2
OK102D	BATIDOR DE 16 ONIX	1	3
BC4022	ESPATULA DE SILICONA CON MANGO DE TPR BC003AC20096 48C 26X6X4 CM	1	4
OK267	RAYO MANO G ONIX	1	2
56TRCA2	TRA OLLA WOK LORETO 32CM 20252/732	1	19
7861080662235	SARTEN CUARZO LIGHT 24CM INDALUM	1	9
7861080662228	SARTEN CUARZO LIGHT 20CM INDALUM	1	7
032	CALDERO N 32 INDURASA	1	21
028	CALDERO N 28 INDURASA	1	15
51DI021	BANDEJA PARA ASAR A INOX 40CM/PBS520/40	1	7
AD4-2	BROCHETAS PARA BBQ 12PCS AD4-2	1	2

CORPORACION
ARFVALO YIMRI A F. RUJOS C.L.

WC320	TAZA DE MEDIR DE 1TZ PYR	1	2
5116818432	CUCHARON CON MEDIDA JUEGO X 9 PCS	1	2
51SIN1F	RECIPIENTE VIDRIO 2500ML 97582001	1	7
51SIN03	ORGANIZADOR DE ESPECIAS 4PCS 78822001	1	6
56URG3C	PELADOR MANUAL KC HP6435KT	1	2
51ARC40	PLATO GRANDE 28.5 EVERYDAY T H9859	1	1
F9693	CUCHARA SOPERA 4090203552015 PLATEADA / 20CM REF.625-1	1	2
VC0257	VASO AV LISO PRISMA 11 1/4OZ/335CC	1	0
P1344	JARRO LLANO DE OFERTATZ56335	1	1
AA80	ASADOR ACERO 80X50CM PATAS PRAIVE	1	142

VENDEDOR: JOFRE GREFA
FECHA:22/02/2025

TOTAL 7.097

COOPERACION
AL DESARROLLO

FEB 2025

LADO

Anexo 2: resumen ejecutivo

El presente estudio analiza la viabilidad de implementar el paradero turístico “Cabaña del Río” como motor de desarrollo socioeconómico para la parroquia Ingapirca, provincia del Cañar. La investigación parte del diagnóstico que evidencia una subutilización del potencial turístico del territorio, caracterizado por su riqueza arqueológica (Complejo de Ingapirca), patrimonio cultural cañari y atractivos naturales, debido principalmente a deficiencias en la articulación intersectorial y carencia de infraestructura turística.

Tiene como objetivo principal aprovechar el potencial turístico existente en la parroquia Ingapirca a través de la implementación del paradero turístico Cabaña del Río, brindando un servicio de alimentación y esparcimiento de alta calidad, que satisfaga las necesidades de los turistas, y que a su vez genere una alta rentabilidad económica al local.

El proyecto plantea un modelo de negocio basado en tres pilares fundamentales: sostenibilidad económica, inclusión comunitaria y conservación patrimonial, mediante la implementación de un establecimiento que integra servicios de alimentación tradicional, alojamiento básico y experiencias turísticas culturalmente auténticas. El análisis de mercado demuestra una demanda insatisfecha de turismo vivencial, con un crecimiento anual del 12% en visitantes a la zona, según datos del Ministerio de Turismo (2023). La propuesta utiliza la metodología Canvas para estructurar su modelo operativo, destacando como elementos clave: las alianzas estratégicas con el GAD parroquial, cooperativas de productores locales y operadoras turísticas; la segmentación de mercados nacionales e internacionales; y la creación de valor a través de experiencias gastronómicas y culturales únicas.

El estudio financiero, realizado bajo escenarios conservadores y optimistas, arroja indicadores positivos: un VAN de \$62.058,12 y un TIR del 4,83%, TIR y un período de recuperación de la inversión en 5 años, demostrando robustez económica. El impacto social se cuantifica en la generación de empleos con especial énfasis en la capacitación y contratación de mano de obra local. Ambientalmente, el proyecto incorpora prácticas de turismo sostenible certificado, con sistemas de gestión de residuos y uso eficiente de recursos. Finalmente, la evaluación financiera del modelo de negocio, basada en distintos escenarios económicos, demostró que el proyecto es rentable y tiene la capacidad de crecer en el futuro.



FLACSO
ECUADOR

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador

Departamento de Economía, Ambiente y Territorio

Encuesta dirigida a los visitantes nacionales y extranjeros para el estudio de factibilidad para la implementación de un paradero turístico “Cabaña del Río” en la parroquia Ingapirca del cantón Cañar.

¿Cuál es su procedencia?

Nacional		Extranjero	
----------	--	------------	--

¿Usted viaja con?

Solo		En pareja	
En grupo		Con amigos	
Con familia		Con estudiantes	

¿Los atractivos turísticos del GAD Parroquial Ingapirca cumple con lo que ofertan a través del ministerio de Turismo?

Sí		No	
----	--	----	--

Instrucciones: Responda con sinceridad cada uno de los ítems, marcando con un aspa (X) sólo una de las opciones por s, teniendo en cuenta que:

1: Pésimo;

3: Regular;

5: Muy bueno.

2: Malo;

4: Bueno;

6: Excelente

N.º	ÍTEMS	1	2	3	4	5	6
1	¿La atención por parte de los proveedores de servicios y productos turístico?						
2	¿Cómo ha sido la atención del personal durante su recorrido el paradero turístico Cabaña del Río Ingapirca?						
3	¿Cómo califica servicio de información turística en el paradero turístico Cabaña del Río?						
4	¿Cómo es el servicio de transporte en la localidad?						
5	¿Cómo califica usted los niveles de seguridad durante su visita?						
6	¿Cómo califica usted el servicio de alojamiento?						
7	¿Cómo califica usted el servicio de alimentación?						
8	¿Considera usted que el paradero turístico Cabaña del Río debe ser publicitado como un servicio de importancia?						
9	¿Usted considera importante fortalecer las actividades del paradero turístico?						
10	¿Usted considera que senderismo, visitas a comunidades indígenas e interpretación cultural serían opciones interesantes para el paradero turístico?						

¡¡Gracias por tu apoyo y colaboración, ayuda al pueblo a mejorar siempre en sus actividades!!