



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

CARRERA DE TURISMO

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN TURISMO**

**ALTERNATIVAS DE OPERACIONES DE TURISMO RECEPTIVO EN EL
CANTÓN CAYAMBE-ECUADOR**

AUTORA: IPIALES ACHIÑA FRANCIS KRISTINA

DIRECTOR: NHORA BENÍTEZ BASTIDAS PhD.

IBARRA

2020

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Yo Nhora Benítez Bastidas, en mi calidad de Directora del Trabajo de Grado presentado por la estudiante: Ipiales Achiña Francis Kristina, para optar por el Título de ingeniera en Turismo, cuyo tema es **“ALTERNATIVAS DE OPERACIONES DE TURISMO RECEPTIVO EN EL CANTÓN CAYAMBE-ECUADOR”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra el 08 de diciembre de 2020

A handwritten signature in blue ink, consisting of several large, overlapping loops and flourishes, positioned above a horizontal line.

MSc. Nhora Benítez Bastidas

DIRECTORA ENCARGADA DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	172596111-2	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Ipiales Achiña Francis Kristina	
DIRECCIÓN:		Cayambe	
EMAIL:		fkipialesa@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO:	-	TELÉFONO MÓVIL:	0969736325

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ALTERNATIVAS DE OPERACIONES DE TURISMO RECEPTIVO EN EL CANTÓN CAYAMBE-ECUADOR
AUTOR (ES):	Ipiales Achiña Francis Kristina
FECHA: DD/MM/AAAA	08/12/2020
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Nhora Benítez

2.- CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 11 días del mes de agosto del 2021.

EL AUTOR:



Francis Kristina Ipiales Achiña

Ipiales Achiña Francis Kristina

Dedicatoria

En primera instancia dedico este logro a mi madre María Achiña y a mi hijo Mateo Hidalgo por apoyarme con tanto sacrificio y paciencia con su amor incondicional, amándome a pesar de todo.

A mis amigas/os ya que con su apoyo y compañía forjaron cada uno de mis objetivos que establecí en mi camino universitario.

A mis sabios docentes quienes han sido mis guías en cada dificultad que se presentó en el transcurso de mi camino, sin esperar nada a cambio, por ser unos profesionales ejemplares formando una profesional de bien.

Agradecimiento

Agradezco a Dios que me dio la fuerza para tomar decisiones correctas a lo largo de mi camino y así llegar a alcanzar cada uno de mis objetivos propuestos en mi carrera estudiantil

A mis padres, por brindarme su apoyo incondicional, confiando en mis anhelos y metas propuestas para ser mejor en mi vida profesional.

A mis amigas/os con quienes he compartido el transcurso de mi etapa universitaria, con su apoyo en buenos y malos momentos, sabiendo continuar con nuestros objetivos propuestos.

A mis docentes de la prestigiosa Universidad Técnica del Norte, por haber compartido sus conocimientos y aconsejado cuando más lo he necesitado.

ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE TABLA.....	x
Resumen	xv
Capítulo I	12
1. El problema	12
1.1. Planteamiento del problema.	12
1.2. Formulación del problema.....	13
1.3. Preguntas de investigación	13
1.4. Objeto de estudio y campo de acción.	13
1.5 Justificación.....	14
Capítulo II	16
2. Marco teórico.....	16
2.1. Reseña histórica del Turismo.....	16
2.2. Potencial Turístico del Cantón Cayambe	17
2.3. Concepto de turismo	17
2.4. Desarrollo del turismo	18
2.5. Técnicas de marketing.....	18
2.6. Política de productos	18
2.7. Mercado Turístico	19
2.8. Componentes del mercado turístico	20
2.9. Producto turístico	20
2.10. Calidad del producto turístico.....	21
2.11. Concepto de oferta turística.....	22

2.12.	Concepto de demanda Turística	22
2.13.	Definición de estudio de factibilidad	22
2.14.	Visión del Turismo en el Ecuador:	23
2.15.	Turismo receptivo en el Ecuador	23
2.16.	Operadoras	23
2.17.	Concepto de Empresa	24
2.18.	Planta turística	25
Capítulo III	26
3.1.	Metodología de la investigación	26
3.1.1.	Metodología de la investigación.....	27
3.1.3.	Métodos prácticos.....	27
Capítulo IV	31
4.1.	Análisis e interpretación de resultados.....	31
4.2.	Estudio de mercado	40
4.2.1.	Perfil del turista	40
4.2.3.	Proyección de la demanda	41
4.2.4.	Análisis y oferta de la competencia	43
4.2.5.	Análisis mercadológico	46
4.2.6.	Tamaño de la empresa	49
4.2.7.	Localización del proyecto	53
4.2.8.	Diseño de productos.....	54
4.2.9.	Diagrama de procesos de servicios.....	60
4.2.10.	Requerimiento de instalaciones.....	61
4.2.11.	Requerimiento de los departamentos o áreas.	62
4.3.	ESTUDIO AMBIENTAL Y ADMINISTRATIVO	65
4.3.1.	Identificación de impactos.....	65

4.3.2.	Evaluación de impactos	66
4.3.3.	Tabla de valorización.....	67
4.3.4.	Plan de manejo.....	68
4.3.5.	Estructura organizativa	70
4.4.	Estudio económico financiero	81
4.4.1.	Prefactibilidad económica.....	81
4.5.	Estudio financiero.....	87
4.5.1.	Costo de capital.....	87
4.5.2.	Flujo neto de efectivo.....	88
4.5.3.	Valor actual neto van.....	88
4.5.4.	Costo- Beneficio	89
4.5.5.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	89
Capítulo V.....		90
5.	Conclusiones y recomendaciones.....	90
5.1.	Conclusiones	90
5.2.	Recomendaciones	91
BIBLIOGRAFÍA.....		91
ANEXOS.....		94

ÍNDICE DE TABLA.

Tabla 1. Tabla de criterio de población.....	28
Tabla 2. Perfil del turista Nacional	40
Tabla 3. Proyección de la demanda.	42
Tabla 4. Resumen de los atractivos turísticos	43
Tabla 5. Cantidad promedio de turistas anuales que visitan las operadoras que se las considera como competencia.	43
Tabla 6. Proveedores	44
Tabla 7. Proyección de la oferta para cinco años.	45
Tabla 8. Proyección de la demanda insatisfecha.....	45
Tabla 9. Proyección de la demanda Objetiva.	46
Tabla 10. Plan de comercialización.	49
Tabla 11. Proyección de la demanda.	50
Tabla 12. Proyección de los consumidores con respecto a las actividades demandadas.	51
Tabla 13. Proyecciones de los consumidores con respecto al servicio turismo montañismo.....	51
Tabla 14. Proyección de los consumidores con respecto a la actividad de Turismo comunitario.	52
Tabla 15. Proyección de los consumidores con respecto a la actividad de museos.	52
Tabla 16. Organización del espacio.....	61
Tabla 17. Presupuesto general del arriendo local y compra vehículo.....	62
Tabla 18. Requerimiento por área.	63
Tabla 19. Requerimiento de equipamiento para el área de la oficina.	63
Tabla 20. Requerimiento de los servicios básicos.	64
Tabla 21. Presupuesto general de la operadora turística.	64

Tabla 22. Análisis de precios.....	64
Tabla 23. Identificación de impactos.....	66
Tabla 24. Valorización de magnitud.....	67
Tabla 25. Criterio De Evaluación Cualitativa/ Cuantitativa.....	67
Tabla 26. Matriz de Leopold.	68
Tabla 27. Plan de manejo.....	69
Tabla 28. Funciones de la Recepcionista.....	73
Tabla 29. Funciones del Contador.....	74
Tabla 30. Funciones del Agente de Viajes.	75
Tabla 31. Funciones del Publicista.	76
Tabla 32. Funciones del Conductor.....	77
Tabla 33. Remuneración del Gerente.....	78
Tabla 34. Remuneración del Recepcionista.	78
Tabla 35. Remuneración de la Publicista.	78
Tabla 36. Remuneración del Guía.....	78
Tabla 37. Remuneración del Conductor.....	78
Tabla 38. Activo fijo, diferido y capital de trabajo.....	81
Tabla 39. Fuentes de financiamiento y usos de fondos.....	82
Tabla 40. Financiamiento del proyecto.....	82
Tabla 41. Cálculo de amortización anual.....	83
Tabla 42. Cálculo de depreciación de activos fijos.....	84
Tabla 43. Servicios en general.....	84
Tabla 44. Resumen de costos y gastos.....	85
Tabla 45. Ingresos por productos.....	85
Tabla 46. Estados de resultados.....	86
Tabla 47. Punto de equilibrio.....	87

Tabla 48. Costo del capital.	87
Tabla 49. Flujo neto de efectivo.....	88
Tabla 50. Valor actual neto.....	88
Tabla 51. Costo – beneficio.	89
Tabla 52. Tasa interna de retorno.....	89
Tabla 53. Metodología de instrumentos.....	95
Tabla 54. Modelo de ficha técnica.	111
Tabla 55. Ficha nevado Cayambe.	119
Tabla 56. Ficha museo de la ciudad.....	126
Tabla 57. Museo Puntiatzil.	133
Tabla 58. Centro Intercultural.	140
Tabla 59. Monumento de la mitad del mundo.....	147
Tabla 60. Cuniburo -Furajanga.....	153
Tabla 61. Molinos San Juan.	160
Tabla 62. Cálculo de amortización.....	166
Tabla 63. Turismo comunitario.	169
Tabla 64. Montañismo.	170
Tabla 65. Museos.	171
Tabla 66. Gastos Administrativos.	172
Tabla 67. Gasto de ventas y exportaciones.....	173
Tabla 68. Gastos de financiamiento.	173
Tabla 69. Estado de flujo de caja.....	175

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cálculo de tamaño de la muestra.	30
Figura 2. Edad.	31
Figura 3. Género.	31
Figura 4. Nacionalidad.	32
Figura 5. Nacionalidad.	33
Figura 6. Nivel de ingreso.	33
Figura 7. <i>Conoce el cantón.</i>	34
Figura 8. Salir de viaje.	34
Figura 9. Frecuencia de actividades turísticas.	35
Figura 10. ¿Qué actividad turística le gustaría experimentar?	36
Figura 11. Servicios de una operadora de turismo.	36
Figura 12. Dispuesto a pagar por un paquete turístico de un día.	37
Figura 13. Servicio que incluye el paquete.	37
Figura 14. Alternativas de turismo en el cantón.	38
Figura 15. Última salida turística.	38
Figura 16. Último viaje.	39
Figura 17. Factores más importantes.	39
Figura 18. Logotipo.	48
Figura 19. Macro localización.	53
Figura 20. Micro localización.	54
Figura 21. Mapa ruta del producto uno.	55
Figura 22. Mapa ruta del producto dos.	57
Figura 23. Mapa ruta del producto tres.	59
Figura 24. Diagrama de procesos de servicios.	60
Figura 25. Plano	61

Figura 26. Plano en 3D.....	62
Figura 27. Organigrama estructural.	70
Figura 28. Organigrama funcional.	71
Figura 29. Árbol de problemas.....	94
Figura 30. Cálculo del impuesto a la renta	174

Resumen

El Turismo es la principal actividad turística que realizan las personas en sus tiempos libres, durante un periodo de tiempo inferior a un año con distintos fines. En el cantón Cayambe, se encuentra la problemática de una deficiente gestión y desarrollo de productos que generen oferta turística en la ciudad. De tal manera se pretende diagnosticar la situación actual de las actividades turísticas, de la misma forma desarrollar varios estudios como: el de mercado que será de ayuda en la identificación de la oferta y la demanda del producto, también el elaborar un estudio financiero, que determinará la factibilidad del emprendimiento y por último efectuar el estudio ambiental para la identificación de los impactos, tanto positivos como negativos que existirán en la ejecución del proyecto. La metodología aplicada en esta investigación se basó en diversos documentos, se realizó las entrevistas a dos personas las cuales se tomó en cuenta su desarrollo en la actividad turística del cantón; también se aplicaron, 385 encuestas a personas nacionales que visitan los distintos atractivos del cantón. Dando como resultado final que el emprendimiento es factible. Con la información obtenida se pudo determinar la falta de organización, comunicación por parte de los prestadores de servicios turísticos en el cantón además de presentar ineficiencia en la calidad de algunos servicios.

Abstract

Tourism is the main tourist activity carried out by people in their free time, for a period of less than a year for different purposes. In the Cayambe canton, there is the problem of poor management and development of products that generate tourist offer in the city. In this way, it is intended to diagnose the current situation of tourist activities, in the same way to develop several studies such as: the market that will help in identifying the supply and demand of the product, also to prepare a financial study, which It will determine the feasibility of the undertaking and finally carry out the environmental study to identify the impacts, both positive and negative that will exist in the execution of the project. The methodology applied in this research was based on various documents, interviews were conducted with two people who took into account their development in the tourist activity of the canton; 385 surveys were also applied to nationals who visit the different attractions of the canton. Giving as a final result that the undertaking is feasible. With the information obtained, it was possible to determine the lack of organization, communication on the part of the providers of tourist services in the canton, in addition to presenting inefficiency in the quality of some services.

CAPÍTULO I

1. El problema

1.1. Planteamiento del problema.

El presente estudio tiene como finalidad conocer la situación actual en la que se encuentra la actividad turística en el cantón, el mismo que cuenta con atractivos turísticos, por lo cual hasta el momento su economía está basada en la agricultura, ganadería y algunas familias que viven o que trabajan en las plantaciones de flora existentes en Cayambe y Pedro Moncayo.

La actividad turística no es todavía un medio de producción, considerado para el desarrollo de la localidad, además de presentar altos porcentajes de desinterés de parte de los pobladores en potencializar los atractivos existentes, siendo esta una de las razones por la cual no se ha podido potencializar los atractivos turísticos en su totalidad.

En el cantón se encuentra ubicadas las oficinas de información turística; sin embargo, esta no es suficiente para dar a conocer los atractivos con los que cuenta la misma, por lo tanto, esta sería otra de las razones por la cual sería de gran ayuda la creación de una operadora turística. De esta manera brindar la información completa, además de ofertar paquetes turísticos con los que se cuentan en el cantón, ya que existe una escasa promoción turística

En la ciudad, existen escasas líneas de crédito que fomenten el desarrollo de emprendimientos turísticos, por tal motivo los ciudadanos van perdiendo el interés en las actividades turísticas por lo que no cuentan con un apoyo.

Por todos estos motivos existe la problemática, de inexistencia de alternativas de turismo receptivo para ofertar experiencias turísticas, en los entornos naturales del cantón Cayambe.

Si este emprendimiento se llegara a ejecutar en el cantón Cayambe este sería una nueva alternativa económica, a través del turismo proyectando nuevas alternativas que generen conexiones de trabajo, que involucren a toda la comunidad Cayambeña, además de seguir potencializando los recursos con los que cuenta esta.

Si el emprendimiento no diese los resultados del estudio de factibilidad positivos, la comunidad Cayambeña seguiría de la misma manera siendo su fuente principal las actividades productivas tales como la agricultura, ganadería y floricultura además de seguir desperdiciando el potencial turístico con el que cuenta este, por la falta de conocimiento acerca de los atractivos turísticos existentes.

Debido a diversas causas se realiza un estudio de las alternativas de operaciones de turismo receptivo, el cual permitirá al turista tener más información de las distintas actividades y lograr satisfacer las necesidades del visitante como es la comodidad, seguridad entre otras.

1.2. Formulación del problema

Deficiente gestión y desarrollo de productos que generen, oferta turística en la ciudad de Cayambe.

1.3. Preguntas de investigación

Esta investigación propone responder a las siguientes interrogantes:

¿Cuál es la situación actual de las alternativas turísticas en el cantón Cayambe?

¿Cuál es la oferta y demanda actual de turismo en el cantón Cayambe?

¿Qué productos deben diseñar las operadoras de turismo receptivo en el cantón Cayambe?

¿Qué condiciones técnicas y financieras se requieren para la implementación de las alternativas de turismo en el cantón Cayambe?

1.4. Objeto de estudio y campo de acción.

La creación de una operadora de alternativas de turismo receptivo en el cantón Cayambe.

1.5. Objetivos.

1.5.1. Objetivo General

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de nuevas alternativas de turismo receptivo en el cantón Cayambe.

1.5.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de las actividades turísticas en el cantón Cayambe.
- Desarrollar los estudios: mercado, técnico productivo, administrativo, que determine la oferta y demanda del segmento consumidor para los productos de turismo receptivo en el cantón Cayambe.
- Elaborar el estudio, económico y financiero para los productos de turismo receptivo en el cantón Cayambe.
- Efectuar el estudio ambiental para la identificación de los impactos positivos y negativos del emprendimiento en el cantón Cayambe.

1.5 Justificación

El turismo es una actividad recreativa que se disfruta con la familia o amigos. Este a la vez permite conocer toda su historia, trascendencia, evolución de los aspectos sociales, culturales, económicos y políticos, el turismo se ha convertido en una de las principales actividades económicas que sobresalen en nuestro país y en especial de nuestra región.

La creación de una operadora de turismo receptivo es una fuente fundamental en la generación de recursos económicos que se enfoca en ofertar productos y servicios turísticos ya que en el turismo se presentan conexiones como son: alimentación, transporte, alojamiento, viajes, entre otros. Siendo la misma de importancia en estos últimos tiempos, debido al interés que ha causado en las personas experimentar viajes que permitan conocer varios lugares o por motivos de negocios, generando satisfacción en los clientes y así obtener grandes ingresos económicos al país.

La ejecución de este estudio de factibilidad se lo realizará con la finalidad de proponer la implementación de alternativas de turismo receptivo con el objetivo de ofertar, organizar, comercializar, distribuir servicios y productos turísticos que permita satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes nacionales.

El valor fundamental que se toma en cuenta para la creación de alternativas de operaciones de turismo receptivo es la innovación de los recursos del pueblo kayambi, ya que existe alto porcentaje de desconocimiento de esta cultura que se encontró localizada en estos sectores siendo importante como las demás culturas ecuatorianas, ellos poseían características especiales en su iconografía donde se puede observar su cultura indígena, una tradición que aún se conserva en ciertos sectores, por lo cual se pretende una vinculación con las personas de la localidad a través de la propuesta en la innovación de productos que realizan, con ello tener un mayor auge de información dentro de la ciudad para que se pueda transmitir la historia y vivencias a los turistas que visiten los lugares naturales y culturales con los que cuenta el cantón Cayambe.

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

2.1. Reseña histórica del Turismo

En la actividad turística como consecuencia del fenómeno que se generó con el esparcimiento de turistas ingleses a Europa Continental durante las postrimerías del siglo XVII y principios del siglo XIX se dio en Inglaterra, donde por primera vez se le define y aparece en 1811 como: "La teoría y la práctica del viaje de placer"(Acosta, 2013).

Tiempo después y conforme a la actividad turística se fue incrementando, la importancia de sus estudios, quienes narran y describen al turismo en concordancia con su especialidad o profesión. De este modo como en Alemania surge en 1929 "La Escuela Berlinese" simbolizada por investigadores del turismo, quienes, entre otras cosas, ofrecen definiciones más completas como es la de a continuación del Movimiento de personas que dejan temporalmente el lugar de su residencia por cualquier motivo relacionado con el espíritu, su cuerpo o profesión.

Estas y las diferentes definiciones hacen énfasis en el concepto temporal de personas por diversos motivos (diversión, cultura, placer, comercio, etc.) que no era por actividades laborales o a fijar su residencia en el destino (inmigrantes), pues el carácter mismo del turismo es esparcirse de un lugar a otro con regreso al lugar de origen, esto quiere decir que implica ir y venir. (Quesada, 2007).

Hoy el turismo es una de las industrias fundamentales a nivel mundial ya que promueve viajes de todo tipo: con fines de descanso, motivos culturales, interés social, negocios o simplemente ocio.

A pesar de que la actividad turística ha ido trascendiendo de años atrás, recientemente se concretó hace pocos años como una actividad económica independiente y puesto que engloba a un porcentaje alto de variedad de sectores económicos como aspectos académicos, encontrar una definición definitiva del término es un poco complicada.

2.2. Potencial Turístico del Cantón Cayambe

Según datos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Pichincha, en el cantón Cayambe se registran 58 atractivos turísticos, de los cuales 37 representan a Manifestaciones Culturales y 21 a Sitios Naturales, que se encuentran distribuidos por todo el territorio del cantón.

El cantón cuenta con el majestuoso volcán Cayambe (jerarquía III) siendo este de importancia para los turistas, así mismo, en el territorio cantonal se encuentra en una de las principales rutas turísticas del norte del país, la “Avenida de los Volcanes” siendo unos de los atractivos que se destacan en la ciudad (Falcón, 2016) .

Cayambe se encuentra como un destino turístico que se localiza en un espacio suplementario, entre dos de los principales destinos turísticos del país (Quito y Otavalo), lo que representa una gran oportunidad para este territorio, a la vez que marca su vocación turística territorial, en este caso el Turismo Cultural, Natural y Ecoturismo, de estos dos se articulan como productos complementarios el Turismo Comunitario al Turismo de Deportes de Aventura.

Dentro de la oferta cultural están las fiestas de San Pedro y San Pablo, varias haciendas, con infraestructura civil, religiosa, así como una creciente oferta de turismo comunitario, son importantes referentes a nivel territorial. Respecto a atractivos naturales, el Parque Nacional Cayambe Coca al interior de este existe un su sistema lacustre, ecosistemas y montañas, así como el agroturismo en conjunto a la vida rural y producción florícola, junto al desarrollo de actividades de deportes y aventura, montañismo y caminata (Sinchiguano, 2013).

2.3. Concepto de turismo

El Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Por esta razón, el turismo es entendido alrededor de todo el mundo como la forma como las personas dedican su tiempo para divertirse y recrearse.

2.4. Desarrollo del turismo

El turismo puede atribuir delicadamente en la actividad de diversos sectores, que, a su vez, por medio del consumo turístico, podrían ver acelerado su desarrollo, repercutiendo en la creación de riqueza. Toda actividad de índole turística reviste dos posibles efectos dentro de la zona de localización de este (Navarro, 2015).

En primer lugar, hay una incidencia positiva en lo referente al desarrollo económico, social, cultural y en definitiva de adelanto de la población de la zona donde se aumentó el desarrollo a la actividad turística; por otra parte, puede darse una influencia negativa por el incremento del costo de la vida y un cambio en la aptitud de los pobladores al adoptar de una forma negativa estereotipos ajenos a su modo de actuar (FLACSO, 2000).

En otro punto se puede fomentar nuevas actividades, aumentando el nivel educativo, introducir la cultura y las zonas de influencia dentro de la temática de la civilización y tendencias actuales, se podría arreglar la infraestructura vial, así como la de alojamiento del país.

2.5. Técnicas de marketing

Son todos aquellos instrumentos que permiten actuar sobre el mercado. De su aplicación correcta o incorrecta depende del éxito de la operación del marketing que se esté desarrollando.

2.6. Política de productos

Abarca varios puntos como la selección de los productos que se va a ofertar en el mercado, sus distintas particularidades técnicas y su innovación en la presentación.

2.6.1. Política de distribución

Es un complemento fundamental para la selección del canal de distribución, la forma de llegar a las expectativas del cliente proyectado.

2.6.2. Política de promoción

Sobre todo, en la manera de cómo llegar a entender las tendencias y necesidades de los clientes la promoción del producto, como punto base se

tiene a la publicidad que es una de las principales estrategias para acercarse al mercado al cual se va a dirigir mi producto.

2.6.3. Estrategias de marketing

Una estrategia de marketing es un método por el cual una empresa u otra organización buscan concienciar a los consumidores de un mensaje específico, a menudo relacionado con un producto utilizando distintas alternativas de venta del producto (Guzmán, 2014).

Esta estrategia está conformada de un número de distintas piezas enfocadas con el diseño y la distribución del mensaje. Todas las estrategias de marketing son planes; el cumplimiento real de una campaña de marketing puede centrarse en su mayoría a las distintas formas de distinción en la venta.

Marketing es la actividad humana dirigida a satisfacer deseos y expectativas mediante procesos de intercambio. La dirección de marketing es un cargo de las empresas incluida en su planeación estratégica.

Las cuatro actividades principales para una mejora de la función anterior giran en torno a la toma de decisiones sobre la demanda y la oferta de productos, precios, comunicación y los canales de distribución.

2.7. Mercado Turístico

El turismo es una actividad de desarrollo que une a los lugares y países que emiten pasajeros (mercados emisores) con los lugares y países que los atienden y hospedan (mercados receptores), desarrollando así corrientes o flujos turísticos. Por lo cual la razón, el turismo está enlazado a la evolución del mercado mundial, es decir, a las leyes financieras de la oferta y la demanda tanto internacional como local.

La compra o venta (transacción comercial) puede realizarse entre una empresa y el consumidor final o entre empresas. Controlados por normas, leyes y reglamentos (superestructura) que ayuden a que todos estos actores funcionen con tranquilidad con sus entornos (Sinchiguano, 2013).

2.7.1. Clasificación del mercado turístico

El mercado turístico se clasifica de la siguiente manera:

- Mercado Total: Es aquel que está distribuido por el universo con distintas necesidades que pueden estar satisfechas por la oferta de una empresa.
- Mercado Potencial: Conjunto de todos los entes del mercado total que también al desear un servicio o un bien están en escenarios de adquirirlos.
- Mercado Real: Representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado (González & Pinela, 2016).

2.8. Componentes del mercado turístico

El mercado de turismo está conformado por una oferta turística, demanda turística y la competencia.

2.8.1. Oferta turística

Conjunto de productos turísticos, servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

2.8.2. Demanda turística

Demanda turística es la que se encuentra formada por la unión de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.

2.9. Producto turístico

Es el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista lo percibe como uno sólo (Baca, 2009).

2.9.1. Características del producto turístico

Tangible: Se observa en un emprendimiento de hospedaje como; la mesa de un hotel, la calidad de la comida. La parte tangible que conforma el producto turístico en si, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.

Intangible: Se deduce del hecho de que las características de los componentes de un producto turístico no pueden estar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan como es el producto, que uso le darán, y que resultados esperan obtener.

Este componente de intangibilidad hace que los consumidores duden y no estén seguros de lo que van a adquirir, ni del beneficio que en realidad van a obtener cuando consuman este producto.

2.9.2. Componentes del producto

Este conjunto de elementos se ha conformado para un análisis en varios componentes que contribuyen en el producto turístico:

- Recursos básicos y singulares
- Alojamiento
- Restaurante
- Equipamientos de ocio, deportivos y turísticos
- Infraestructuras
- Organización y gestión del turismo
- Imagen de marca

2.10. Calidad del producto turístico

Un producto turístico con buena presentación es la mezcla adecuada de atractivos, servicios, capaz de motivar a viajar y de brindar una experiencia completamente satisfactoria al visitante (Novoa, 2016).

Este concepto junta los enfoques de oferta y demanda (que son primordiales al producto turístico) y se rige con claridad que la naturaleza está agrupada a las expectativas y satisfacción de la visita, especialmente de la calidad que se brinde este servicio o producto.

2.10.1. Desarrollo del producto turístico

Los productos turísticos son la base que ayudan a un adecuado funcionamiento del sector turístico de un destino, enfrentándose a un mercado exigente y dinámico que debe ser percibido como, funcional que se pueda

adaptar a los requerimientos de la demanda. Por lo cual el producto se comprende de los siguientes elementos.

- **Diferenciado:** Es el valor agregado, es decir como aquella que sorprende se otorga y por el cual no se cobra ningún valor.
- **Único:** En un entorno cambiante innovador posibilidad de recrearse en función de la aparición de nuevas necesidades y expectativas.
- **Competitivo:** Adecuada relación calidad -precio. Aquel que tiene la mayor calidad posible al menor precio posible (Pelate, 2009).

2.11. Concepto de oferta turística

Es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los ofertantes del sector estos preparados a ofrecer a determinados precios. Existen dos tipos de oferta turística:

- Oferta turística básica: está conformada por los bienes y servicios de carácter primordialmente turístico tales como, (agencias de viajes, alojamientos, transportes.
- Oferta turística complementaria: está compuesta por todo bien que no son solamente turísticos, pero que aun así son solicitados por turistas y complementan el producto turístico final (restauración, deportes, ocio, comercio (Romero, 2015).

2.12. Concepto de demanda Turística

La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción.

2.13. Definición de estudio de factibilidad

El estudio es la cosa o fenómeno al que se enfoca en un proceso de investigación, respecto del cual se formula una tesis y después el que abran de demostrarse y someterse los resultados, factibilidad se refiere a la disposición de los recursos necesario para llevar a cabo los objetivos o metas señalados (Hernández & Fernández, 2010).

2.14. Visión del Turismo en el Ecuador:

En el 2020, el Ecuador ha concluido que el turismo sostenible es una herramienta eficaz para el desarrollo integral, con rentabilidad social del país. Este aportará con oportunidades de empleo de mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores, comunidades y territorios bajo políticas legales e institucional moderno como eficaz. Ecuador ocupa un puesto como un destino turístico sostenible líder altamente diverso, con su competencia, seguro y de calidad en el ámbito internacional.

Ecuador garantiza la gestión sostenible en el desarrollo y operación turística de sus riquezas tanto culturales como naturales; la articulación de las cadenas de valor del turismo; la seguridad, calidad de los distintos destinos; la innovación, el conocimiento, tecnología aplicada; con conexiones, infraestructura y facilidades adecuadas para el turismo (Rivera, 2007).

En este marco, asegura la sostenibilidad del turismo puesto que se hace ha convertido en el reto principal de todos los que participan en el desarrollo y gestión de este deslumbrante sector de actividad, llamado a crecer en los próximos decenios a tasas al menos similares a las registradas el último cuarto de este siglo (Organización Mundial del Turismo, 1999).

2.15. Turismo receptivo en el Ecuador

Para el 2002, el nivel internacional se tiene que los ingresos registrados por la industria turística mundial fueron de 443,265 miles de millones de dólares. Europa disfruta de un gran porcentaje de los ingresos turísticos mundiales, casi el 51.2% del total de ingresos, esto se debe a que ahí se encuentra la mayor parte de la civilización mundial con un mejor nivel de ingresos y la mayor parte se produce por turismo Interregional (Ministerio de Turismo, 2018).

2.16. Operadoras

Las Operadoras de Turismo son las empresas que elaboran, organizan, operan y venden, ya sea directa o indirectamente al cliente o por medio de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser ofertados al interior o fuera del país (Echeverría, 2006).

Su actividad se desarrollará dentro del siguiente marco:

- a) Proyección, organización, operación y venta de todos los servicios turísticos dentro del territorio nacional.
- b) Venta, nacional e internacional, de todos los servicios turísticos a ser prestados dentro del Ecuador, ya sea directamente o a través de las agencias de viajes.
- c) Venta directa en el territorio ecuatoriano de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios de transporte marítimo o terrestre dentro del país.
- d) Reserva, adquisición y venta de boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas naturales protegidas dentro del país (Decreto Ejecutivo, 2011).
- e) Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo dentro del país;
- f) Prestación de cualquier otro servicio turístico que complemente los enumerados en el presente artículo.

Para la operación de los programas turísticos dentro del país, las operadoras deben utilizar guías turísticos, que posean sus licencias debidamente expedidas por el Ministerio de Turismo, previa la evaluación correspondiente.

Para el funcionamiento del transporte turístico dentro del país, la operadora debe presentar en el vehículo su nombre y número de registro. Los guías encargados del transporte deberán llevara siempre su licencia debidamente autorizada.

No podrán prestar el servicio de transporte turístico ninguna persona natural o jurídica, que no esté registrada legalmente en el Ministerio de Turismo, como agencia de viajes.

2.17. Concepto de Empresa

La empresa turística, como cualquier otra empresa de otro sector requiere de ciertas actividades funcionales para poder producir y ofrecer sus servicios tales como: alojamiento, recreación, alimentación, transporte, servicios de apoyo o de venta como son las agencias de viajes.

2.17.1. Características de las empresas turísticas

Las principales características de la mayoría de las empresas turísticas escuchan en general a su propio diseño, en función de los servicios y actividades que desarrolla, de su desenvolvimiento con el entorno, de su relación con el mercado al que se utilizara.

2.17.1.1. Características generales

- Estructura bastante rígida que obedece a la propia rigidez de la oferta turística
- Unidad económico-generadora de riquezas.
- Objetivos de servicio y lucro.
- Organización social y humana.
- Ubicación lejos del mercado.
- Mercado nacional e internacional.
- Mercado de masa.
- Demanda flexible y elástica.
- Otros.

2.18. Planta turística

La planta turística está constituida por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y su estancia en el destino escogido. Fundamentalmente son los siguientes (Realpe & Benítez, 2015).

- Transporte.
- Alojamiento.
- Alimentación.
- Recreación.
- Servicio de apoyo.

CAPÍTULO III

3.1. Metodología de la investigación

En el primer objetivo uno se plantea diagnosticar la situación actual de las actividades turísticas en el cantón Cayambe, para lo cual se utilizó los instrumentos como es el registro bibliográfico tomando en cuenta, variables como son; atractivos naturales, culturales entre otros y como fuente de información se utilizó documentos como libros, revistas, etc.

De acuerdo con el segundo objetivo que se menciona realizar un estudio de mercado, administrativo para determinar la oferta y la demanda del segmento consumidor para los productos de turismo receptivo, la viabilidad que existe en la implementación de una operadora turística que potencialice los atractivos turísticos del Cantón Cayambe.

Es fundamental utilizar como instrumentos como es la entrevista, encuestas y las fichas técnicas tomando en cuenta las variables como son; la, interacción de los turistas con los prestadores de servicios, el nivel de aceptación del producto de turismo receptivo, que se creara aprovechando las fuentes de información como aplicación de encuestas a los ciudadanos del cantón Cayambe.

Para poder determinar el segmento de mercado consumidor de los paquetes turísticos en la ciudad de Cayambe, apegado a las expresiones de la cultura Kayambi como se menciona en el objetivo dos, se enfocó en realizar la aplicación de una encuesta a turistas que visitan y adquieran los servicios turísticos en la ciudad de Cayambe, tomando en cuenta las distintas variables para determinar los principales consumidores del producto turístico, las preferencias de los consumidores, potenciales clientes de los diferentes segmentos de mercados que concurren al cantón.

Para el objetivo específico tres enfocado, en la elaboración del estudio económico y financiero la creación de nuevas alternativas de turismo receptivo en el cantón Cayambe se partió de documentos bibliográficos por medio de revisión de documentos con información del mismo cantón, para adquirir una base de datos sobre la ubicación estratégica de la empresa en la cual se implementará el proyecto es fundamental mencionar que dentro de la

recopilación de datos también se tomara en cuenta la documentación legal para el funcionamiento del emprendimiento que se adquirirá de la página del Ministerio del Turismo.

En cuanto al estudio financiero se debe tomar en cuenta la inversión con la cual la empresa empezará su funcionamiento sean ya capital propio o préstamo, en el transcurso del tiempo se debe contar con los registros de los gastos e ingresos y comprobar si el emprendimiento es factible o no.

En el objetivo cuatro que es efectuar el estudio ambiental siendo este fundamental para la identificación de impactos negativos y positivos que ocasionará la implementación del proyecto en el cantón Cayambe.

3.1.1. Metodología de la investigación

3.1.2. Cuantitativo

A través de este método se determinó la muestra, en este caso a los visitantes que tiene un rango etario considerable, en el enfoque es fundamental realizar técnicas cuantitativas para comprobar la factibilidad del emprendimiento turístico en el cantón.

3.1.3. Métodos prácticos.

3.1.3.1. Encuesta

La información recopilada, usando procedimientos estandarizados de manera que a cada individuo se le hacen las mismas preguntas en más o menos la misma manera. La intención de la encuesta no es describir los individuos particulares quienes, por azar, son parte de la muestra, sino obtener un perfil compuesto de la población

3.1.3.2. Entrevista

La entrevista, desde el punto de vista del método, es la manera de realizar una interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, formando un diálogo particular, donde una de las

partes busca recolectar informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones.

3.1.1.1. Población

La información del número de turistas que llegan anualmente al cantón Cayambe, se lo realizó por medio de la Cámara de Turismo del cantón, el mismo que se encuentra vinculado con las oficinas del “Parque Nacional Cayambe-Coca”, siendo esta la única fuente de información estadística del registro de llegada de turistas en la localidad, ya que en otras entidades como el GADIP del Municipio de Cayambe también fuentes secundarias como la páginas del Ministerio de Turismo y del INEC, no se encuentra registrada esta información. Sin embargo, los turistas que visitan el PNCC, forman parte de un circuito de visitas a los sitios turísticos del cantón, aterrizando finalmente en la visita al Parque Nacional Cayambe Coca.

La información ya recolectada pertenece a los datos tomados del “Actualizado plan estratégico de desarrollo turístico sostenible e innovación del cantón Cayambe “2017-2022”, en donde indica el número de visitantes de acuerdo con el siguiente detalle:

Tabla 1. Tabla de criterio de población.

CRITERIO	DETALLE	FUENTE
Visitantes	37653	Número de turistas del Parque Nacional “Cayambe - Coca” 2017

A pesar de que el Parque Nacional “Cayambe-Coca” se conecta con las provincias de Imbabura, Napo, Pichincha y Sucumbíos, esta se convierte en la única fuente de información proporcionada y disponible para la presente investigación.

3.2. Instrumentos de investigación.

Para identificar las posibilidades de generar productos de turismo cultural y natural en Cayambe, a partir de los recursos existentes se ve necesario

principalmente identificar los atractivos culturales y naturales del sitio por medio de fichas técnicas de los principales lugares turísticos, a esto se suma dos entrevistas aquellos que están inmersos dentro de la actividad laboral del turismo, para así determinar la situación actual del cantón, el turismo natural y cultural que se puede realizar en Cayambe, dicha información es complementada por fuentes tales como la Dirección de Turismo y el GAD Municipal del cantón.

Para identificar las preferencias de consumo del turismo cultural y natural en el cantón Cayambe se utilizó instrumentos como la encuesta con una variedad de preguntas que detallen aspectos, entornos del perfil del turista su comportamiento, necesidades, deseos con respecto al consumo de las actividades turísticas y de los potenciales clientes, de este modo se obtenga un muestreo estratificado ara determinar la preferencia en base a la encuesta.

Los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta y la ficha técnica, que permiten desglosar cada una de la información que puede dar como resultado la creación de los productos turísticos.

3.2.1.1. Cálculo de la muestra.

Para el cálculo de la muestra se toma como referencia la población de 37.653 visitantes.

3.2.1.1.1. Determinación de la muestra.

Para determinar los involucrados que serán estudiados en la recopilación de información de fuentes primarias, se utiliza el procedimiento de muestreo no probabilístico por conveniencia que consiste en la determinación de la muestra de acuerdo con la accesibilidad, y tomando en cuenta que no se cuenta con una lista de individuos que forman parte de nuestra población.

3.2.1.1.2. Muestra

The image shows a web-based calculator titled "Calcula el tamaño de la muestra". It features three input fields: "Tamaño de la población" with the value 37653, "Nivel de confianza (%)" with a dropdown menu set to 95, and "Margen de error (%)" with the value 5. Below these fields, the calculated "Tamaño de la muestra" is displayed in a large green box as 385. At the bottom, there is a promotional message in Spanish: "¿Está haciendo una investigación de mercado? SurveyMonkey Audience te proporciona el público objetivo adecuado para tu encuesta de manera rápida y fácil teniendo en cuenta datos demográficos, comportamientos del consumidor, geografía o incluso áreas de marketing designadas."

Figura 1. Cálculo de tamaño de la muestra.

Nota. Elaboración propia a partir del software.

CAPÍTULO IV

4.1. Análisis e interpretación de resultados.

En este capítulo se refiere a la interpretación de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a diferentes personas del cantón Cayambe, la cual se creó una base de datos SPSS versión 25 con la recopilación de toda la información de cada una de las preguntas.

¿Cuál es su Edad?

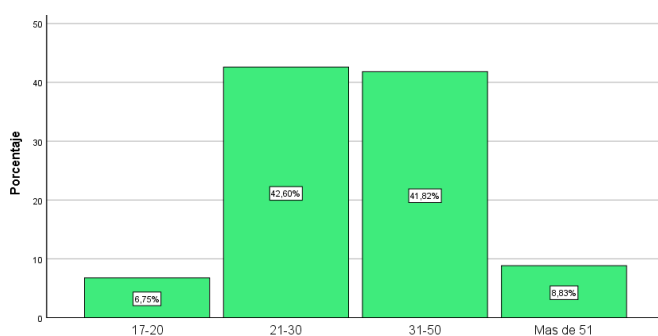


Figura 2. Edad.

Nota. SPS versión 25

Análisis

De acuerdo con la investigación de campo realizado en el cantón Cayambe, los resultados obtenidos representan que la mayoría de encuestados se encuentran en un rango de edad de 21 a 30 años con una mínima diferencia de 31 a 50 años los cuales indican que el perfil turístico adecuado para el consumo del servicio de alternativas turísticas es captado por dicho segmentó.

¿Cuál es su Género?

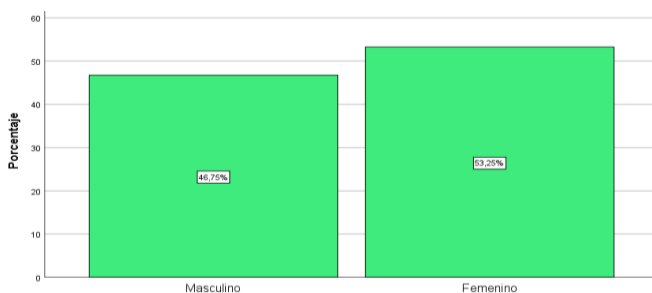


Figura 3. Género

Nota. SPS versión 25

Análisis

Con este resultado obtenido se puede analizar que en su mayoría el cantón Cayambe es visitado por mujeres; sin embargo, esta diferencia no es significativa ya que es ínfima por lo que en un futuro estos resultados podrían llegar a un equilibrio.

¿Cuál es su profesión u ocupación?

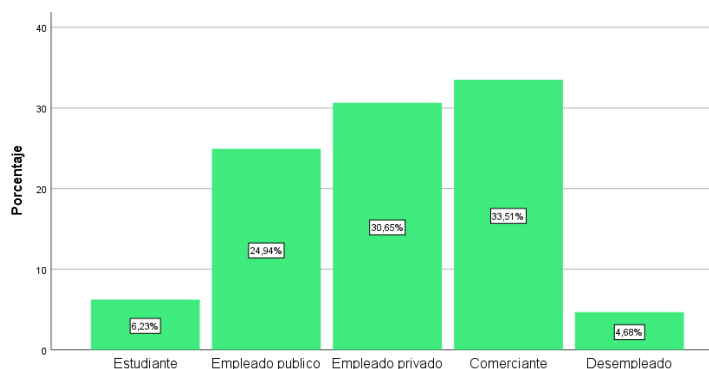


Figura 4. Nacionalidad.

Nota. SPS versión 25

Análisis

De acuerdo con la recolección de datos acerca del nivel de instrucción se muestra que una gran parte de los encuestados son comerciantes y otra parte significativa indica que los empleados públicos es el segundo rango con mayor puntuación por lo tanto permite la identificación del conocimiento acerca del servicio en cuanto a las alternativas operacionales.

¿Cuál es su Nacionalidad?

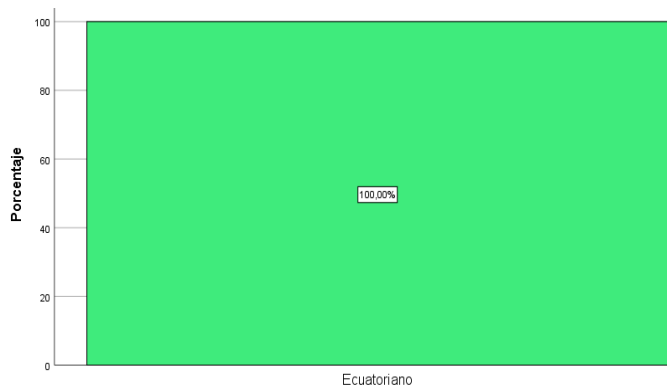


Figura 5. Nacionalidad

Nota. SPS versión 25

Análisis

A partir de los resultados se analiza que el porcentaje total en su mayoría son visitantes nacionales.

Si bien el porcentaje en su totalidad son visitantes nacionales, se debe considerar la oportunidad de buscar alternativas para dar cabida al turismo extranjero, donde se pueda dar a conocer en su mayoría los atractivos turísticos del cantón Cayambe.

¿Cuánto es su nivel de ingreso?

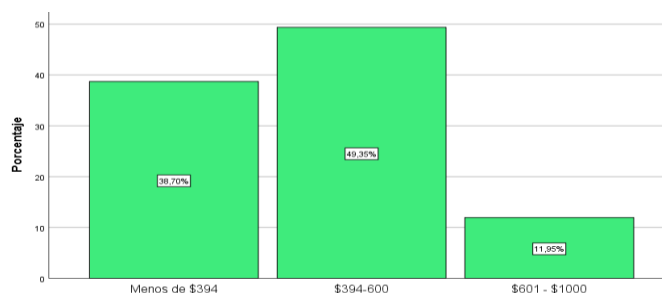


Figura 6. Nivel de ingreso.

Nota. SPS versión 25

Análisis

Con este resultado obtenido se puede observar que en su mayoría con un 49,35% ganan de \$394 a \$600 siendo esto una base para tomar en cuenta el

alcance de ingreso para adquirir un servicio turístico y se establezca el alcance de todos los visitantes al cantón.

¿Conoce usted el cantón Cayambe

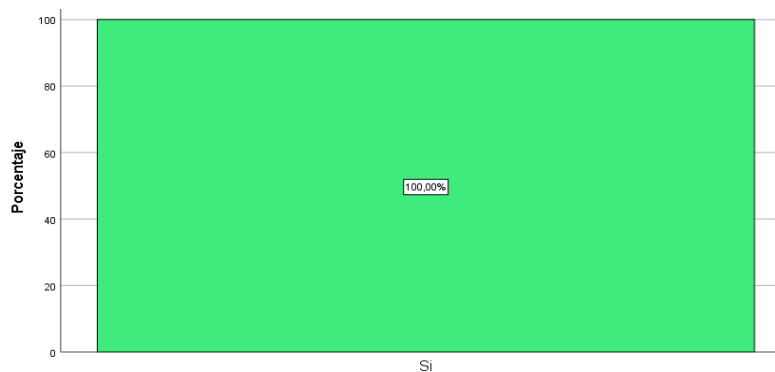


Figura 7. Conoce el cantón.

Nota. SPS versión 25

Análisis

Con un porcentaje total las personas encuestadas que conocen el cantón Cayambe.

Con este resultado obtenido se puede observar que las personas encuestadas si conocen el cantón siendo esto un punto a favor para este emprendimiento ya que es más fácil ofertar las alternativas turísticas por lo cual lo conocen y también tomando en cuenta que si no lo conocen recurran a esta operadora e informar de la mejor manera y seguir creciendo en el mercado.

¿Con quién suele usted salir de viaje?

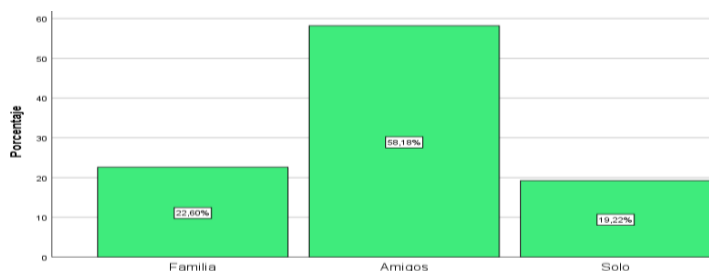


Figura 8. Salir de viaje.

Nota. SPS versión 25

Análisis

En la gran mayoría de los encuestados mencionan que al momento de realizar sus actividades turísticas lo prefieren realizar con amigos, este dato es de vital importancia para estratificar de una manera adecuada nuestras alternativas, permitiendo determinar el tipo de paquetes turísticos y segmento a ofrecer en una operadora de turismo en el cantón Cayambe.

¿Con que frecuencia usted realiza actividades turísticas?

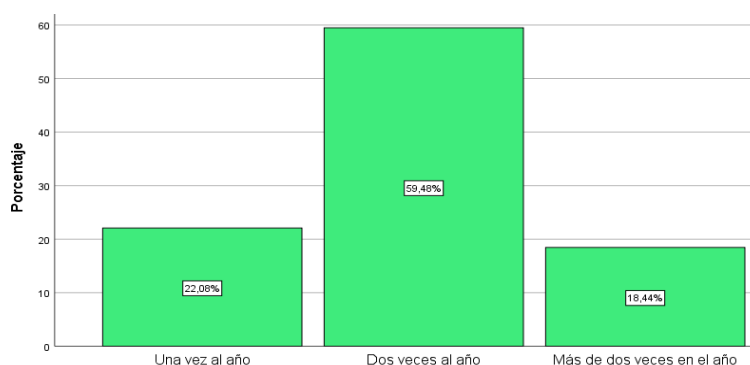


Figura 9. Frecuencia de actividades turísticas.

Nota. SPS versión 25

Análisis

Las personas encuestadas consideran el salir dos veces al año como veces que realizan conveniente para disfrutar de los distintos atractivos turísticos, esto ayuda a determinar la frecuencia con la que se debe ofertar y el nivel de acogida que tendrán estos además de conocer si existe una demanda frecuente en la contratación del servicio durante el periodo anual. Seguido por las frecuencias semestral, semanal y así enfatizar los días de servicio de una operadora turística.

¿Qué actividad turística le gustaría experimentar en el Cantón Cayambe?

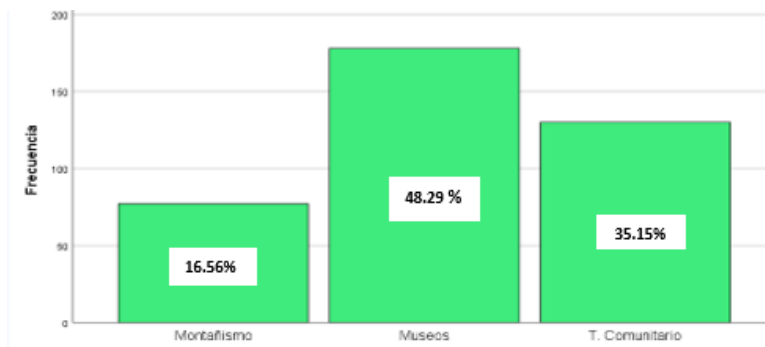


Figura 10. ¿Qué actividad turística le gustaría experimentar?

Nota. SPS versión 25

Análisis

Con la aplicación de las encuestas se determina que el porcentaje siendo este la mayoría prefieren realizar la actividad de montañismo la misma que es de ayuda para la elaboración del producto turístico que complementara al mismo tomando en cuenta la alternativa de montañismo como prioridad en la elaboración del paquete a ofertar.

¿Contrataría usted los servicios de una operadora de turismo para conocer los atractivos turísticos del cantón?

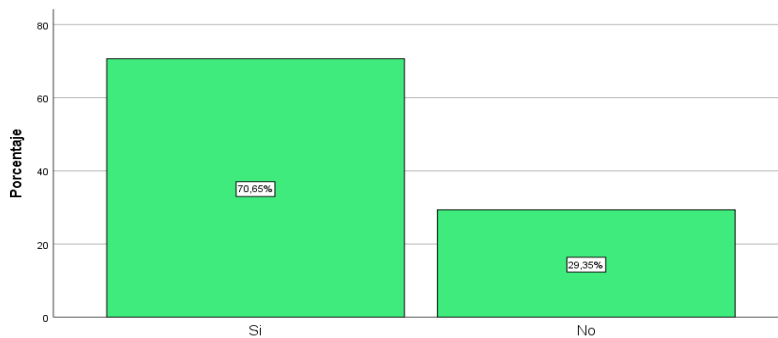


Figura 11. Servicios de una operadora de turismo.

Nota. SPS versión 25

Análisis

Esta interrogante permite introducirse hacia una nueva oportunidad de emprendimiento, debido al nivel alto de aceptación del segmento de mercado ante una propuesta de una operadora turística en el cantón.

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un paquete turístico de un día en el cantón Cayambe?

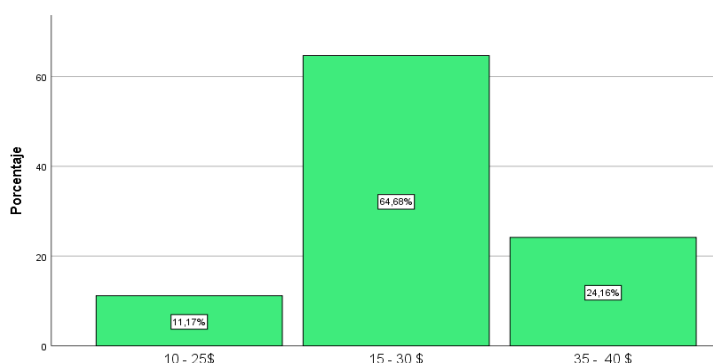


Figura 12. Dispuesto a pagar por un paquete turístico de un día.

Nota. SPS versión 25

Análisis

El objetivo de esta interrogante ayuda a determinar el costo que se daría a un paquete turístico que incluya todos los servicios por un día siendo en la mayoría \$15 a \$30 además de ayudar a establecer la demanda efectiva, puesto que muestra un nivel de aceptación de nuestro producto.

¿Qué tipo de servicio le gustaría que incluya en su paquete?

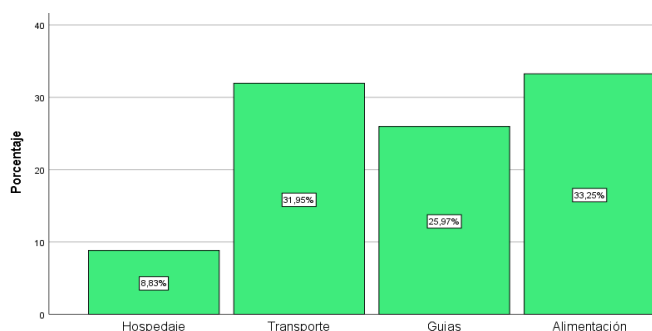


Figura 13. Servicio que incluye el paquete.

Nota. SPS versión 25

Análisis

Los resultados de las encuestas dicen que el servicio con mayor nivel de aceptación es la alimentación, con una mínima diferencia el transporte estos datos son de importancia conocerlos, ya que serán de ayuda al momento de la publicidad sabremos en lo que más captara la atención del turista.

¿A través de que medios usted se informó sobre las alternativas de turismo en el cantón?

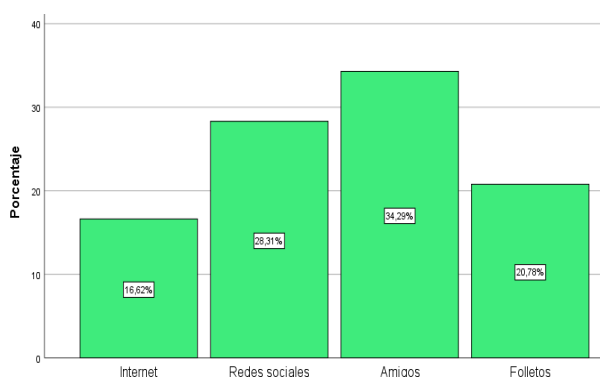


Figura 14. Alternativas de turismo en el cantón.

Nota. SPS versión 25

Análisis

La mayoría de los visitantes decidieron visitar el cantón debido a que recibieron buenas referencias por comunicación de sus amigos y con un mínimo de diferencia por redes sociales, por los que las experiencias en los distintos sitios de la ciudad desempeñan un papel importante para que Cayambe continúe siendo recomendado como destino turístico.

¿En su última salida turística, cuánto dinero gasto?

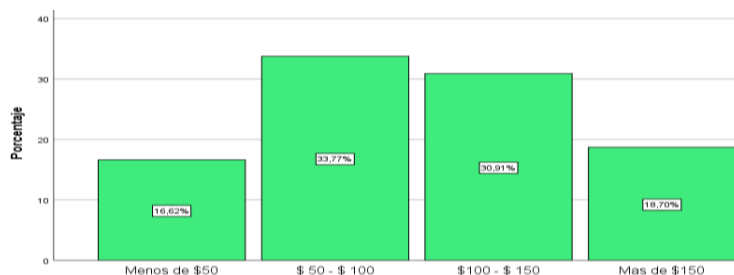


Figura 15. Última salida turística.

Nota. SPS versión 25

Análisis

Esta interrogante es importante para determinar un costo aproximado en base al producto ya que la mayoría su gasto suele ser entre los \$50 y \$100 siendo esta la cantidad de dinero que están dispuesto a pagar por el servicio diario, mismos que en este dato nos será muy importante a la hora de determinar el precio de nuestro servicio a los distinto destinos.

¿El motivo de su último viaje fue?

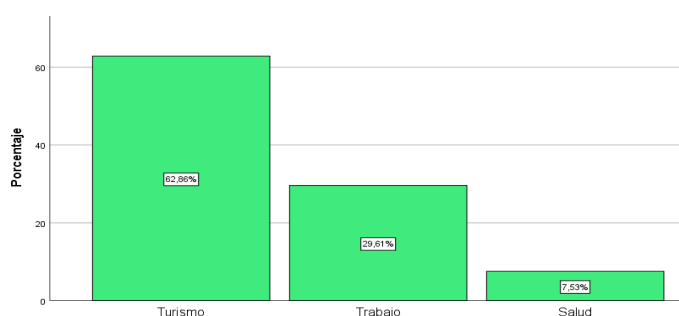


Figura 16. Último viaje.

Nota. SPS versión 25

Análisis

Con este resultado obtenido se puede observar que las personas al realizar salidas de su lugar habitual lo hacen por turismo, siendo esto un dato para conocer que si es factible que se posea un producto turístico en el cantón Cayambe.

¿Cuál de los siguientes factores es más importante para usted al momento de visitar un establecimiento turístico?

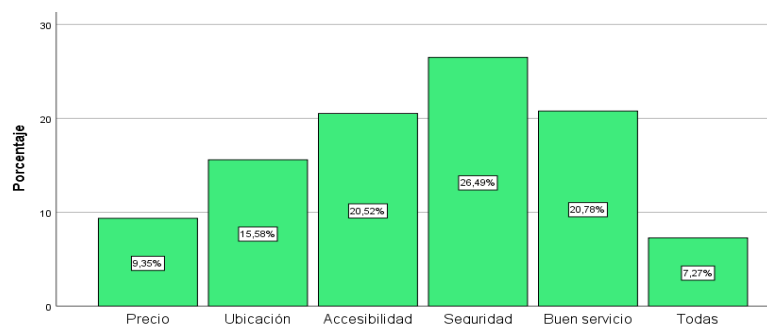


Figura 17. Factores más importantes.

Nota. SPS versión 25

Análisis

De acuerdo con la investigación de campo realizados, dice que los visitantes prefieren ante toda la seguridad, esto ayuda a tener en cuenta que al momento de vender un paquete turístico se le dé la confianza de que su seguridad estará garantizada siendo beneficioso al momento de vender un paquete.

4.2. Estudio de mercado

4.2.1. Perfil del turista

Tabla 2. *Perfil del turista Nacional*

	CARACTERISTICAS
PERFIL DEL TURISTA NACIONAL	Nacionalidad Ecuatorianos.
	Rango de edad entre los 17 - 21 años.
	La mayoría de encuestados son del género Femenino.
	Personas con mayor ocupación son comerciantes.
	Con ingresos mensuales entre \$394 - \$600.

El perfil del turista se enfoca a nacional ya que según los datos recolectados en las encuestas cubriendo su totalidad dio como resultado que hay más turistas nacionales y el producto se enfocara a este segmento de visitantes.

Según el análisis de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales se obtiene que el perfil del turista es de nacionalidad ecuatorianos con edades que van de 17 a 21 años, de género femenino siendo su mayor ocupación comerciantes.

4.2.2. Análisis de la demanda

La demanda turística es una base fundamental del sistema económico productivo del país por lo que es primordial para este proyecto conocer la demanda de turista en los atractivos del cantón Cayambe ya que será de ayuda para la determinar si el proyecto es factible o no.

En la ciudad de Cayambe si existe una demanda de servicios turísticos según los resultados de las encuestas aplicadas en los habitantes del cantón, pero la mayoría manifestó la mala calidad en cuanto a prestación de los servicios turísticos.

4.2.3. Proyección de la demanda

La proyección de la demanda dará a conocer el probable comportamiento de la actividad turística en el cantón Cayambe, la cual se realizará para los próximos cinco años y para ello se aplicará la fórmula del incremento la población compuesta $C_n = C_o (1+i)^n$ (Muñoz, 2004, p.14).

Descripción de la fórmula:

C_n= Incremento compuesto.

C_o= Número de clientes iniciales (N* el % de aceptación del proyecto, según la encuesta aplicada) /100%.

i = Índice de crecimiento turístico (dato del Ministerio de Turismo).

n= Años a proyectar (periodo a proyectar, en este caso, 2019 – 2023).

Tabla 3. *Proyección de la demanda.*

A	ACEPTACIÓN	Co	Co aproximado	I	N	C _n
37653	50%	18826,5	18827	0,11	1	20897
		18826,5	18827	0,11	2	23196
		18826,5	18827	0,11	3	25748
		18826,5	18827	0,11	4	28580
		18826,5	18827	0,11	5	31724

Nota. Elaborado por la autora a partir de Muñoz (2015).

Leyenda. El nivel de aceptación del proyecto es un 71%, pero, para empezar, la autora ha decidido con un 50 % de nivel de aceptación ya que no se podrá cubrir toda la demanda del emprendimiento.

De acuerdo con la proyección de la demanda N= 37653 se tomó a partir del Plan Estratégico del GADIP del cantón Cayambe y del registro de visitas del Medio Ambiente de Cayambe, donde se demuestra el crecimiento del incremento compuesto (C_n) por lo cual se puede decir que este incremento es favorable en relación con la proyección de la demanda con el número de turistas.

4.2.4. Análisis y oferta de la competencia

Tabla 4. *Resumen de los atractivos turísticos*

Reserva	Categoría	Tipo	Subtipo
Complejo arqueológico Quito loma.	Manifestaciones-culturales.	Arquitectura	Área arqueológica
Cuniburo – finca agroecológica – Jurafanga.	Manifestaciones-culturales.	Realizaciones - técnicas y científicas.	Centros agropecuarios y pesqueros.
Centro intercultural tránsito Amaguaña.	Manifestaciones-culturales.	Arquitectura	Infraestructura cultural.
Molino San Juan hacienda	Manifestaciones-culturales.	Arquitectura	Infraestructura cultural.
Monumento a la mitad del mundo.	Manifestaciones-culturales.	Arquitectura	Monumentos.
La casa del venado.	Manifestaciones-culturales.	Realizaciones - técnicas y científicas.	Centros de exhibición de flora y fauna.
Iglesia matriz de Cayambe.	Manifestaciones-culturales.	Arquitectura	Infraestructura cultural.
Casa de hacienda Guáchala.	Manifestaciones-culturales.	Arquitectura	Historia/vernáculo.
Museo de la ciudad de Cayambe	Manifestaciones-culturales.	Arquitectura	Infraestructura cultural.
Volcán Cayambe	Atractivos naturales	Ambientes – lacustres.	Laguna.
Sitio arqueológico de Puntiatzil.	Manifestaciones-culturales.	Arquitectura	Área arqueológica
Bizcochos de Cayambe.	Manifestaciones-culturales.	Acervo cultural y popular	Gastronomía.

Nota. Elaboración propia, a partir de las fichas técnicas.

4.2.4.1. Análisis de la oferta

De acuerdo con este resumen de inventario de atractivos turísticos se determina la oferta conformada por los distintos atractivos Culturales, naturales y gastronómicos que conformaran en la creación del producto turístico para el cantón Cayambe a partir de recursos existentes en el cantón.

4.2.4.2. Oferta de la competencia

Tabla 5. *Cantidad promedio de turistas anuales que visitan las operadoras que se las considera como competencia.*

Nombre del establecimiento.	Cantidad de turistas 2018	Promedio anual
Tributrek	900	
Ecuultimate Tours	1200	
Galápagos Experience	1000	
Ecomontes Tour	1500	
TOTAL		1150

Análisis

En cuanto a la competencia se tomó en cuenta a cuatro operadoras de Quito, por el motivo que en la ciudad de Cayambe no existen operadoras, las operadoras de Pichincha la ciudad de Quito siendo la competencia más cercana para Cayambe, venden distintos productos en el mercado Nacional; sin embargo, estas no ofertan los atractivos del cantón, las cuales a un futuro se espera un apoyo al crecimiento de la operadora Kayambi Tour, con los paquetes turísticos a ofertarse.

4.2.3.3 Proveedores de la competencia

Tabla 6. *Proveedores*

Nombre	Tipo de proveedores	Ubicación	Observaciones
Hotel	Alojamiento	Cayambe	Privado, servicio de alojamiento
Restaurante	Alimentación	Cayambe	Privado, servicio de alimentación.
Guía local	Guianza	Cayambe	Privados contratos.
Aseguradora del Sur C,A	Seguros contra accidentes	Ibarra	Empresa privada.

Análisis

De acuerdo con la información, se determinan los proveedores quienes serán nuestros aliados estratégicos para complementar la operación y elaboración del producto turísticos, estos proveedores serán los hoteles, restauración, guía local y aseguradora de sur contra accidentes, mismo que son privado y se generara contratos de servicios

4.2.4.3. Proyección de la oferta

Tabla 7. *Proyección de la oferta para cinco años.*

AÑO	Cantidad de turistas
1	1150
2	1277
3	1417
4	1573
5	1746

Análisis

Proyección de la oferta se realizará para los próximos cinco años y para ello se utiliza como primer dato para el año 2019, el promedio anual de turistas que llegan a los establecimientos, dato obtenido en la tabla “Proyección de la oferta competencia”, la fórmula para obtener la proyección para los siguientes años es: la multiplicación de la cantidad de turistas del primer año por el índice de crecimiento turístico dato del Ministerio del Turismo, más la cantidad de turistas del mismo año.

4.2.4.4. Proyección de la demanda insatisfecha

Tabla 8. *Proyección de la demanda insatisfecha*

Año	Demanda potencial *	Competencia **	Demanda insatisfecha ***
1	20897	1150	19747
2	23196	1277	21919
3	25748	1417	24331
4	28580	1573	27007
5	31724	1746	29978

Análisis:

La investigación indica que para el año 2023 se determina una demanda insatisfecha no atendida de 29978 turistas, esto quiere decir que el total de personas que adquirirían servicios de competencia, pero que por alguna razón podrían optar por otros servicios o adquirir otros productos, razón por la cual se ofertaran nuevos productos y servicios turísticos dentro del cantón Cayambe.

4.2.4.5. Demanda objetiva proyectada

Para obtener la demanda objetiva es necesario aplicar la siguiente formula:

$$D. \text{Objetiva} = (\text{demanda insatisfecha} \% \text{ a captar})$$

Tabla 9. *Proyección de la demanda Objetiva.*

Año	Demanda insatisfecha *	Demanda Objetiva **
1	19747	9874
2	21919	10960
3	24331	12165
4	27007	13504
5	29978	14989

Análisis

En la siguiente tabla muestra que la demanda objetiva va incrementando en los próximos cinco años, dando para el 2023 un valor de 14989 turistas, que significa que éste total son de personas que adquirirían servicios de la competencia, pero que por alguna razón podrían optar por otros servicios o comprar nuevos productos, razón por la cual se ofertara nuevos servicios turísticos dentro del cantón Cayambe.

4.2.5. Análisis mercadológico

4.2.5.1. Canales de distribución

4.2.5.1.1. La promoción para el presente proyecto comprende:

- Diseño de página web Informativa, en la cual se añadirá información sobre la visión, misión, valores, así como también la ubicación, descripción del cantón Cayambe y principalmente botones que permitan solicitar información para visualizar los paquetes y atractivos del cantón, permitiéndole realizar sus pagos a través de herramientas seguras para el consumidor.
- Innovación de paquetes periódicamente mediante estudios de mercado y con esos resultados estructurar los paquetes turísticos de igual manera se los actualizara en la página web.

- Publicaciones en redes sociales, la cual se vinculará con la página web para brindar información más amplia de esta manera el consumidor pueda conocer los paquetes disponibles.
- Publicidad en la radio y televisión periódicamente en las principales estaciones y canales que se encuentren mejor posicionados en el mercado.
- Publicidad y venta de puerta a puerta, la operadora de turismo contará con agentes de viajes que ofrecerán paquetes turísticos en diversas instituciones.

a. Canales de distribución a utilizar:

Los canales de distribución para el servicio de paquetes de una operadora turística en el cantón Cayambe son los siguientes:

- **Venta en la página web:** los usuarios podrán acceder a la compra y pago de paquetes turísticos a través de tarjetas de crédito
- **Venta Directa:** todo usuario que desee adquirir un paquete turístico podrá hacerlo directamente en la operadora turística.
- **Vendedores:** Los agentes de viajes podrán ofrecer y vender los paquetes de una forma directa en las oficinas de la operadora turística brindando al usuario la seguridad y facilidades al momento de adquirir un producto

4.2.5.2. Estrategia de promoción y publicidad

4.2.5.2.1. Slogan

El slogan “**Viaja con nosotros, experimenta con nosotros**” hace referencia al conjunto de emociones que se puede experimentar en cada viaje sintiendo la aventura, adrenalina, admiración y nostalgia.



¡Viaja con nosotros, experimenta con nosotros!




Figura 18. Logotipo.


Logotipo de la operadora turística “Kayambi Tour”

El logotipo se lo diseño tomando en cuenta uno de los principales emblemas del cantón Cayambe como es su volcán, la línea que está atravesando en el volcán representa la línea equinoccial que cruza por el Ecuador y su fondo redondo identifica unos de los dioses principales como lo es el sol.

4.2.5.2.2. Descripción de colores

Colores:

-  El color amarillo es asociado con el dios sol, luz, oro y energía. Es el color del verano y también el que más abunda en las flores. Representa la calidez de su gente y sus festividades “Inti Raymi” (Fiesta del sol y la cosecha”.
-  El color blanco se asocia a la limpieza, pureza, claridad y simplicidad. Da una absoluta percepción de espacio y amplitud. Representa su nevado y la sencillez de su gente.
-  El verde está relacionado con lo ecológico, ya que se asocia el verde para simbolizar la naturaleza. Pero por otro lado también significa dinero, Esperanza y armonía.

- 
 Representa sus tierras fértiles, labradas y dando frutos. Se relaciona con la resistencia, la defensa, confianza y la permanencia así mismo tiene un lado oscuro de tristeza, pero también de satisfacción. Haciendo la referencia del pueblo Kayambi ya que fue el último en resistir el asedio inca.

4.2.5.3. Plan de comercialización

Tabla 10. Plan de comercialización.

Target*	Canal**	Táctica	Medios publicitarios	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Edad de 21 a 30 años.	Internet	Promoción en redes sociales	Facebook	7 días por mes	\$ 5 días por mes	\$35
Nacionalidad Ecuatoriano (Pichincha)	Indirecto		Redes sociales.	1	0.00	0.00
			Folletos.	1500	0.50	250
		Página web.	1	0.00	0.00	

El estudio técnico de la operadora es el que representa el valor del tamaño óptimo una planta, determinando la ubicación principal de la planta, ingeniería del emprendimiento y el análisis organizativo, administrativo y legal.

4.2.6. Tamaño de la empresa

El emprendimiento es una empresa pequeña, siendo privada ya que no es predominante en el mercado en el cual se implementará.

Con los resultados obtenidos de la tabla de la proyección de la demanda se analiza el número de clientes los cuales, están proyectados para los cinco años siguientes, por lo que se define de manera más precisa realizando un cálculo anual, semestral, mensual, quincenal y diario datos que se presenta en la siguiente tabla:

4.2.6.1. Número de clientes proyectados.

Tabla 11. *Proyección de la demanda.*

Año	Anual	Semestral	Mensual	Quincenal	Diario
1	20897	10449	1741	871	58
2	23196	11598	1933	967	64
3	25748	12874	2146	1073	72
4	28580	14290	2382	1191	79
5	31724	15862	2644	1322	88

4.2.6.2. Consumo aparente con respecto a las actividades demandadas de los porcentajes por los turistas.

Para determinar la actividad con mayor preferencia por el turista, se parte desde la pregunta potencial de la encuesta, que es la de la pregunta de qué actividad prefiere realizar en sus salidas habituales.

Al analizar la siguiente tabla se toma en cuenta los servicios adicionales que se ha presentado a la demanda las cuales expresaron sus preferencias con los siguientes porcentajes de selección:

- Montañismo 16.56%
- Turismo comunitario 35.15%
- Museos 48.29%

Datos importantes que permite el cálculo para cada una de las actividades con la demanda objetiva, por lo tanto, indica cual es el servicio con mayores índices de preferencia, a continuación, se detalla la tabla de proyección con el total de consumidores con respecto a los servicios demandados.

4.2.6.3. Consumo aparente de las actividades demandadas

Tabla 12. *Proyección de los consumidores con respecto a las actividades demandadas.*

Año	Demanda objetiva	Montañismo	Turismo comunitario	Museos
		16.56%	35.15%	48.29%
1	9874	1635	3471	4768
2	10960	1815	3852	5293
3	12165	2015	4276	5874
4	13504	2236	4747	6521
5	14989	2482	5269	7238

Con los datos obtenidos en el cálculo de la tabla de proyección se puede observar que en el año cinco, existe un mayor índice de preferencia por el servicio de museos con una cantidad de 7238 turistas por consumo de la actividad de museos.

4.2.6.4. Consumo del servicio turismo montañismo.

Para la proyección de los consumidores con respecto a la actividad de turismo montañismo en cual se determina el número de clientes que adquirirán dicho servicio adicional que ofertara la operadora turística. A continuación, se detalla los valores de proyección en el periodo anual, semestral, mensual, quincenal y diario:

Tabla 13. *Proyecciones de los consumidores con respecto al servicio turismo montañismo.*

Año	Anual	Semestral	Mensual	Quincenal	Diario
1	1635	818	136	68	5
2	1815	908	151	76	5
3	2015	1008	168	84	6
4	2236	1118	186	93	6
5	2482	1241	207	103	7

4.2.6.5. Consumo de la actividad de turismo comunitario.

En los datos obtenidos de la proyección de consumidores en la actividad de turismo comunitario que ofertará la operadora turística se puede verificar los resultados anuales, semestrales, mensual, quincenal, diario en la siguiente tabla:

Tabla 14. *Proyección de los consumidores con respecto a la actividad de Turismo comunitario.*

Año	Anual	Semestral	Mensual	Quincenal	Diario
1	3471	1736	289	145	10
2	3852	1926	321	161	11
3	4276	2138	356	178	12
4	4747	2374	396	198	13
5	5269	2635	439	220	15

4.2.6.6. Consumo de la actividad de museos.

Para la proyección de los consumidores con respecto a la actividad de museos se calcula el número de clientes que requerirán dicho servicio adicional de la operadora turística en el lapso de los periodos anual, semestral, mensual, quincenal y diario. A continuación, se detalla los valores de la proyección.

Tabla 15. *Proyección de los consumidores con respecto a la actividad de museos.*

Año	Anual	Semestral	Mensual	Quincenal	Diario
1	4768	2384	397	199	13
2	5293	2647	441	221	15
3	5874	2937	490	245	16
4	6521	3261	543	272	18
5	7238	3619	603	302	20

4.2.7. Localización del proyecto

4.2.7.1. Macro localización.

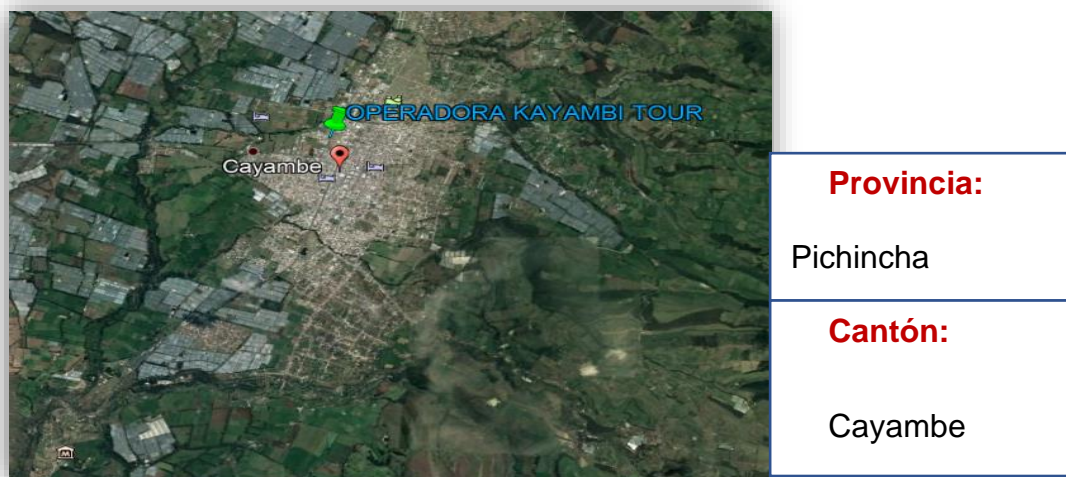


Figura 19. Macro localización.

Nota. Google Earth.

La macrozona, identificada para el proyecto se comprende el territorio nacional ecuatoriano, región sierra en la provincia de Pichincha, cantón Cayambe.

4.2.7.2. Micro localización

La localización de las oficinas de la operadora turística “Kayambi Tour” se la ubicaría en la zona urbana de Cayambe ya que posee una mayor accesibilidad y servicios básicos.

Dentro de la zona Urbana del cantón Cayambe se ubicó una oficina propicia en cuanto a su infraestructura de la operadora turística considerando la cercanía en la zona centro siendo una zona comercial, se encuentra el parque 23 de Julio, el GADIP Cayambe además del museo y las oficinas de planificación y desarrollo económico de Turismo la cual se encuentra vinculada con el Ministerio del Ambiente.



Figura 20. Micro localización.

Nota. Google map.

4.2.8. Diseño de productos

4.2.8.1. Producto montañismo

TOUR ANDES CAYAMBEÑOS - 1 DÍA

Un programa que está enfocado a los amantes y aventureros de las montañas, nuestro programa se desarrolla en Cayambe, en las tierras y alrededores del tercer volcán más alto del continente ecuatoriano llamado por el mismo nombre CAYAMBE.

- 08:00 Salida desde el parque 23 de julio, ubicado en el centro de Cayambe o desde su hotel que se encuentre dentro del centro de la ciudad.
- 09:00 Llegada al refugio Rúaless Oleas, ubicado a 4600 msnm, lugar donde vamos a recibir indicaciones por parte del guía para iniciar el ascenso y caminata por los senderos y observar los hermosos glaciares del volcán Cayambe, vamos a caminar por aproximadamente dos horas para llegar las muy comunes aristas del águila, cóndor con vértice cero, en este lugar si el clima nos acompaña disfrutaremos de un descanso y tiempo para las fotografías, antes de iniciar nuestro descenso.
- 12:30 Disfrutaremos de un caliente y delicioso café o chocolate con los deliciosos biscochos muy tradicionales del pueblo de Cayambe, junto a

un delicioso almuerzo en las instalaciones del refugio. Después nos dirigiremos al sector conocido como la Z, aquí vamos a mirar la flora nativa del lugar, una de estas es la chuquiragua muy conocida por sus propiedades curativas contra el mal de altura o también llamada chuquiragua y si tenemos suerte, en días claros observaremos animales locales silvestres corriendo por los páramos del volcán.

- 14:00 Retorno a la ciudad de Cayambe.
- Fin de los servicios.

Nota; los horarios pueden variar de acuerdo con condiciones climáticas o distintos factores.

¿Que llevar en el tour?

Ropa de montañismo, calzado de montaña, chaqueta de lluvia, gafas de sol, dos litros de agua, cámara fotográfica, pasaporte, guantes abrigados, bufanda, gorro abrigado y de sol, frutas y snacks para el recorrido.

¿Que incluye el tour?

Almuerzo – Stiks (palos de caminatas) – guía local – transporte - entrada al parque nacional Cayambe coca.

¿Qué no incluye el tour?

Otra actividad no descrita en el programa, souvenirs, snacks.



Figura 21. Mapa ruta del producto uno.

4.2.8.2. Producto museos

TOUR CAYAMBE 1 DÍA – SITIOS ARQUEOLÓGICOS Y MUSEOS.

Un producto diseñado para los amantes en descubrir la historia, raíces del pueblo Cayambe, conocer su desarrollo desde tiempos muy lejanos. Revive su historia juntos a nosotros.

- 09:00 Salida desde el parque 23 de julio, ubicado en el centro de Cayambe o desde su hotel que se encuentre dentro del centro de la ciudad.
- 09:10 El primer lugar que vamos a visitar es el museo de Cayambe, ubicados a pocos pasos del parque central de la ciudad, dentro del museo, vamos a observar y conocer salas donde se muestran evidencias arqueológicas en cerámicas como las de metal (cascabeles) y piedra (manos, metales, hachas y apoya nuca) que son originales.
El Museo presenta una mezcla de piezas arqueológicas con otros elementos culturales inmateriales al que se une el resultado de las investigaciones realizadas por el antropólogo francés Dennis Farkas.
- 10:15 Continuamos con nuestro recorrido para visitar el siguiente lugar llamado Puntiatzil un complejo arquitectónico que guarda evidencias arqueológicas y que era utilizado como observatorio astronómico de los indígenas de la zona de Cayambe, nuestro guía os contara toda su historia y las fiestas tradicionales que celebran dentro de sitio además tendremos un tiempo para fotografías y caminar por el lugar.
- 11:00 En el vehículo vamos con rumbo al lugar más importante del lugar, QUITSATO, la mitad del mundo, lugar único y especial por estar ubicado en latitud y longitud 0 grados, además de ser un reloj solar y sitio de grandes fiestas tradicionales del pueblo Cayambe.
- 12:00 Almuerzo en la parcela agroecológica el laurel.
- 13:30 Recorrido por los senderos y huertos orgánicos de la parcela agroecológica y convivencia con el pueblo Kayambi sobre la importancia de la seguridad alimentaria. Después de recorrer la parcela vamos a

visitar el museo de la semilla, donde se conservan semillas actuales de consumo y semillas que han perdido su valor alimenticio.

- 15:00 Visita al Museo de Molinos de San Juan, para conocer algunas de las piezas pertenecientes al pueblo Cayambe, muchas de ellas en realizadas en cerámica y barro. Tiempo libre para caminar por el museo.
- 16:00 Retorno a la ciudad de Cayambe. Fin de los servicios.

Nota; los horarios pueden variar de acuerdo con las condiciones climáticas o distintos factores.

¿Que llevar en el tour?

Protector solar, ropa abrigada, chaqueta de lluvia, gafas de sol, agua, cámara fotográfica, pasaporte, guantes abrigados, bufanda, gorro abrigado y de sol, frutas y snacks para el recorrido.

¿Que incluye el tour?

Almuerzo – guía local – transporte - entradas a los museos.

¿Qué no incluye el tour?

Otra actividad no descrita en el programa, souvenirs, snacks.



Figura 22. Mapa ruta del producto dos.

4.2.8.3. Producto turismo comunitario.

TOUR CAYAMBE 1 DÍA – TURISMO COMUNITARIO.

- 09:00 Salida desde el parque 23 de julio, ubicado en el centro de Cayambe o desde su hotel que se encuentre dentro del centro de la ciudad.
- 09:30 La primera actividad es visitar la comunidad de Jurafanga, aquí vamos a compartir la convivencia de las familias locales, observaremos la manera del desarrollo de productos procesados y artesanales de tejidos. Además, las familias nos preparan una presentación artística con un baile tradicional, y también participaremos en los juegos tradicionales con la comunidad.
- 12:00 Almuerzo tradicional junto una familia anfitriona.
- 13:30 Visita al centro cultural TRÁNSITO AMAGUAÑA, casa y hogar donde vivió la mayor representante y voz del pueblo Kichwa ecuatoriano. La ecuatoriana Tránsito Amaguaña, reconocida defensora de los derechos indígenas en este país andino, falleció un domingo a los 100 años en su pueblo natal Pesillo. En este lugar vamos a escribir todos sus misterios y el honorable legado que tiene el pueblo Kichwa con tan humilde mujer indígena.
- 15:00 Retorno a la ciudad de Cayambe. Fin de los servicios.

Nota; los horarios pueden variar de acuerdo con condiciones climáticas o distintos factores.

¿Que llevar en el tour?

Protector solar, ropa abrigada, chaqueta de lluvia, gafas de sol, agua, cámara fotográfica, pasaporte, guantes abrigados, bufanda, gorro abrigado y de sol, frutas y snacks para el recorrido.

¿Que incluye el tour?

Almuerzo – guía local – transporte - entradas al centro cultural, convivencia y actividades con la familia.

¿Qué no incluye el tour?

Otra actividad no descrita en el programa, suvenires, snacks.



Figura 23. Mapa ruta del producto tres.

4.2.9. Diagrama de procesos de servicios.

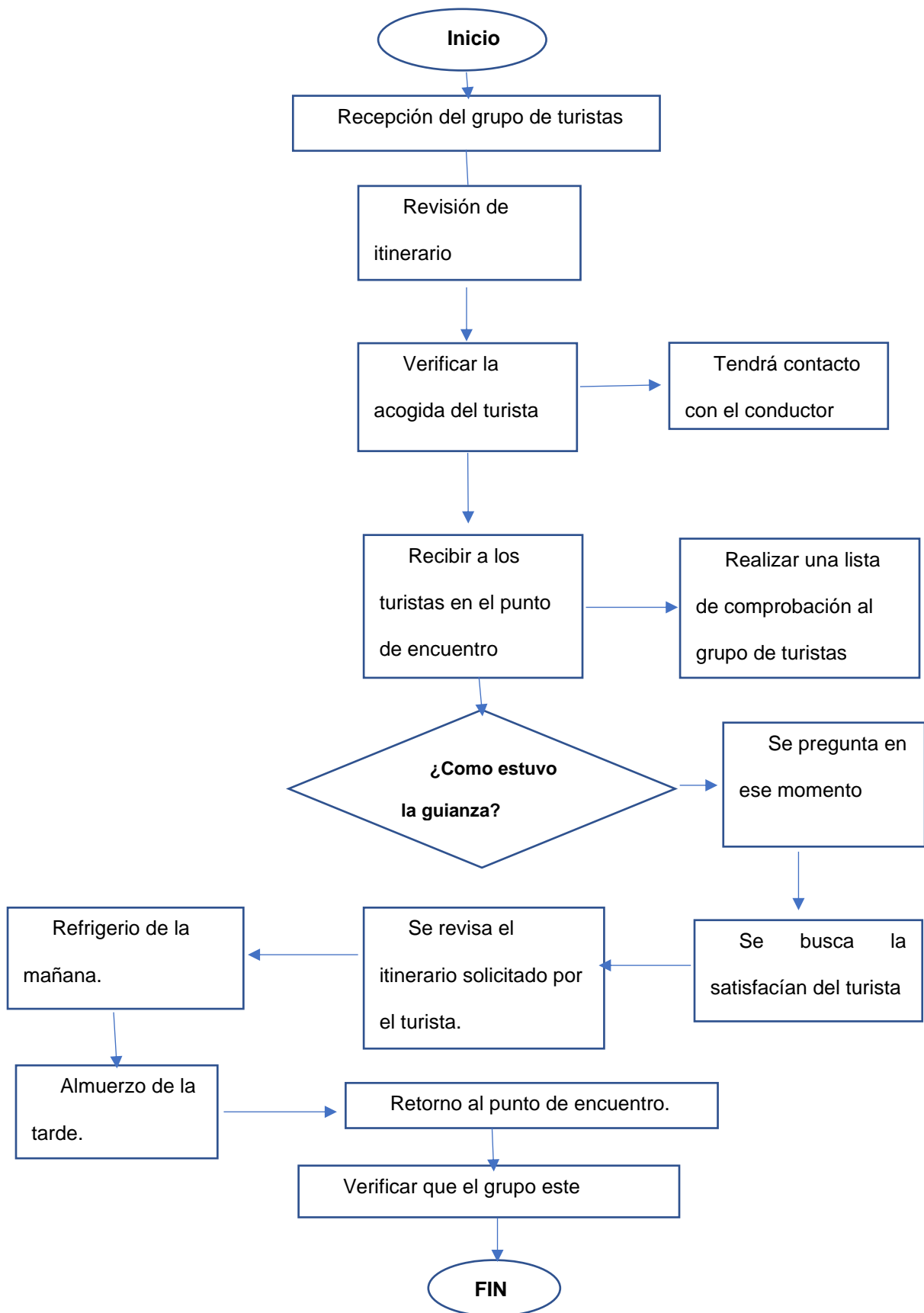


Figura 24. Diagrama de procesos de servicios.

4.2.10. Requerimiento de instalaciones

4.2.10.1. Definición y organización del espacio.

La operadora turística estará distribuida con distintas áreas para el desarrollo de sus actividades, en la cual cada sección estará equipada para el cumplimiento de sus funciones. A continuación, se detalla las áreas con las medidas que designa el Ministerio del Turismo, la cual manifiesta que no puede ser menor a 30 metros cuadrados.

Tabla 16. Organización del espacio.

Usos	Área Total (m ²)
Recepción	7 m ²
Sala de espera	10 m ²
Gerencia	8 m ²
Baño	3 m ²
Bodega	15 m ²
Estacionamiento	15 m ²

4.2.10.2. Distribución y organización del espacio.

Para la organización del espacio se elaboró un plano, el cual cuenta con la estructura adecuada para el funcionamiento de la operadora Kayambi Tour.

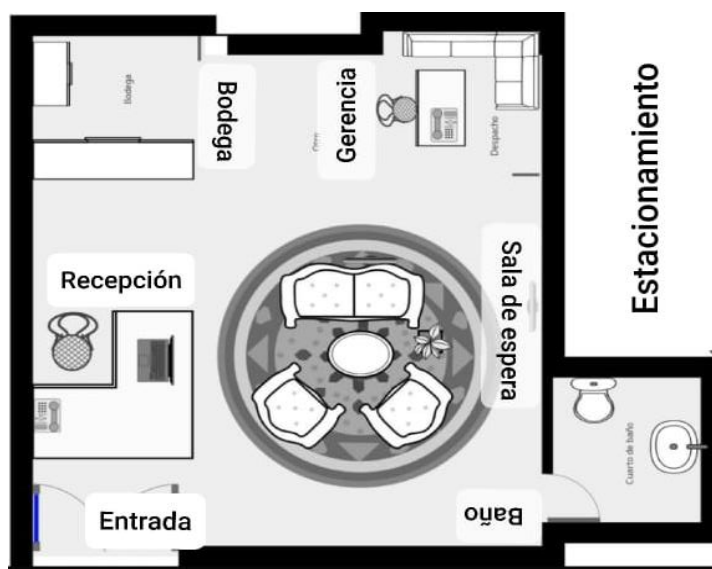


Figura 25. Plano

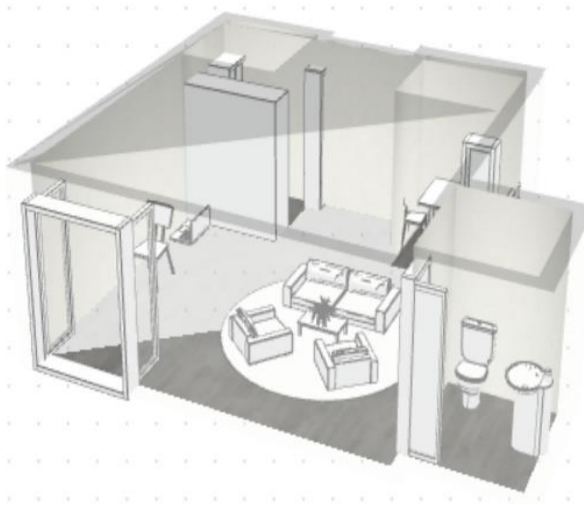


Figura 26. Plano en 3D.

4.2.10.3. Presupuesto general del arriendo del local y el vehículo.

La operadora pagará mensualmente el arriendo de un local que estará ubicada en el centro del cantón donde operará sus oficinas, estas incluyen el garaje para transportes de los clientes, cámaras de seguridad en la parte frontal de las oficinas. Además, la empresa contará inicialmente para sus actividades con una furgoneta.

Tabla 17. *Presupuesto general del arriendo local y compra vehículo.*

Descripción	Total
Arriendo del local	\$ 300.00
Vehículo HYUNDAI H1 – WAGON	\$ 12.000
Cámaras de seguridad	\$180.00

4.2.11. Requerimiento de los departamentos o áreas.

La operadora turística contará con un equipo de trabajo que constará en un nivel jerárquico iniciando con el gerente general, recepcionista, contador, personal de aseo, guía comunitario y guía especializado. Para sus respectivos pagos se toma en cuenta los beneficios de ley como son: decimos terceros, decimos cuarto, sueldo mensual que se explica a continuación en la tabla.

4.2.11.1. Requerimientos por área.

Tabla 18. *Requerimiento por área.*

Cargo	Cantidad	Costos mensuales	Costo anual + décimo tercero + décimo cuarto
Gerente General	1	\$ 550	$(550*12) + 550 + 394 =$ \$ 7544.00
Recepcionista	1	\$ 490	$(490*12) + 490 + 394 =$ \$ 6764.00
Publicista	1	\$ 500	$(500*12) + 500 + 394 =$ \$ 6894.00
Chofer	1	\$ 394	$(394*12) + 394 + 394 =$ \$ 5516.00
Contador	1	\$ 500	$(500*12) + 500 + 394 =$ \$ 6894.00
Guía comunitario	1	\$ 400	$(400*12) + 400 + 394 =$ \$ 5594.00
Guía especializado	1	\$ 450	$(450*12) + 450 + 394 =$ \$ 6244.00

4.2.11.2. Requerimiento de equipamiento del departamento.

Para el funcionamiento de la operadora son necesarios los insumos de oficinas para cada área. Puesto que son indispensables para realizar las actividades de manera protocolaria en las oficinas de la operadora de esta manera brindar un mejor servicio y atención a los clientes.

Tabla 19. *Requerimiento de equipamiento para el área de la oficina.*

Descripción	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)
Computadoras	3	\$ 600	\$ 1800
Teléfonos	2	\$ 35	\$ 70
Material de oficina consumible.	50	\$150	\$ 250
Calculadora	2	\$ 15	\$ 30
Escritorios	2	\$110	\$ 220
Perforadora	2	\$3	\$ 6
Grapadora	1	\$ 10	\$ 10
Sillas	6	\$15	\$ 90
Juego de sala	1	\$475	\$475
Copiadora	1	\$1100	\$ 1100
Total			\$ 4051

4.2.11.3. Requerimientos de los costos de servicios básicos.

Los valores para cancelar de los servicios básicos, en las oficinas de la operadora se toman en cuenta, el rubro mínimo a pagar más el adicional de gastos de acuerdo con el consumo de los servicios en las oficinas.

Tabla 20. *Requerimiento de los servicios básicos.*

Servicio	Costo mensual (\$)	Costo Anual (\$)
Telefonía	\$ 32	\$ 384
Electricidad	\$ 30	\$ 360
Internet	\$ 50	\$ 600
Agua Potable	\$ 10	\$ 120
Total		\$ 1464

Análisis

Las operadoras de competencia cuentan con varios paquetes turístico en la cual brinda sus servicios; sin embargo, para el presente análisis, se ha tomado en cuenta un destinos y actividades que la operadora es más demanda.

4.2.11.4. Presupuesto general para la empresa

Tabla 21. *Presupuesto general de la empresa.*

Descripción	Total
Gasto arriendo del local.	\$300
Gasto permisos.	\$600
Gasto de equipamiento para el departamento gerencial	\$ 1901
Gasto de equipamiento para el área de recepción.	\$ 841.80
Gasto de publicidad.	\$ 400
Gasto de equipamiento para el área sala de espera.	\$ 365
Gasto vehículo	\$ 5000
Gasto de equipamiento para el área de limpieza.	\$ 74.75
Gasto de servicios básicos.	\$ 1464
TOTAL	\$10946

4.2.11.5. Análisis de los precios

Las operadoras de competencia cuentan con varios paquetes turístico en la cual brinda sus servicios, sin embargo para el presente análisis, se ha tomado en cuenta un destinos y actividades que la operadora es más demanda.

Tabla 22. *Análisis de precios de la competencia.*

Producto	Precio de la competencia				Competencia
	1 a 5 pax	6 a 10 Pax	11 a 15 pax	16 a 20 pax	
Montañismo nevado Cayambe	\$ 75	\$ 65	\$ 60	\$ 55	12 horas
Full Day Quito	\$ 50	\$ 40	\$ 35	\$ 30	8 horas
Full Day Papallacta	\$ 120	\$130	\$ 150	\$ 160	7 horas
Full Day Baños	\$ 140	\$ 150	\$ 170	\$ 180	8 horas
Total	\$ 380	\$ 420	\$ 430	\$ 570	

4.3. ESTUDIO AMBIENTAL Y ADMINISTRATIVO

En este capítulo constituye un análisis de la identificación de impactos positivos y negativos que se generaran con la creación de la operadora Kayambi Tour por lo tanto se realizara una matriz de evaluación y plantear medidas de mitigación adecuadas para el proyecto.

4.3.1. Identificación de impactos

Para la identificación de los impactos ambientales como primer punto se realiza una evaluación de los principales impactos del proyecto. Una vez definidas las características ambientales del entorno donde se ubicará el proyecto, se detallará las actividades para esto, se determinan las acciones del proyecto que puedan generar impactos en los diferentes elementos físicos; bióticos y sociales de la fase de Operación de la empresa.

Tabla 23. *Identificación de impactos.*

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES					
	Energía eléctrica consumida en la oficina	Mantenimiento del local (pintura y limpieza)	Consumo de papel (oficina, folletos)	Descarga de desecho líquidos y sólidos	Generación de plazas de empleo.	Tráfico vehicular
Agua		X		X		
Suelo		X		X		X
Aire		X				
Socio Económico					X	

4.3.2. Evaluación de impactos

El método que se aplicara en la evaluación de impactos ambiental es la llamada “Matriz de Leopold” que fue el primer método utilizado para hacer estos estudios. En las columnas pone las acciones humanas que pueden alterar el sistema y en las filas las características del medio que pueden ser alteradas.

En cuanto a la escala de valoración se realizó de manera cualitativa y cuantitativa, determinando las áreas o aspectos generales en los que el proyecto tenga mayor incidencia tanto positiva como negativa, a continuación, se detalla los niveles e impactos de las actividades tanto en magnitud y valor de importancia.

4.3.3. Tabla de valorización

Tabla 24. *Valorización de magnitud.*

CRITERIO DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA.

CUANTITATIVA	
MAGNITUD	
5	CRITICO
4	SIGNIFICATIVAMENTE MODERADO
3	MODERADO
2	SIGNIFICATIVAMENTE BAJO
1	BAJO

Valor de importancia.

Tabla 25. *Criterio de Evaluación Cualitativa/ Cuantitativa*

CRITERIO DE EVALUACIÓN CUALITATIVA/ CUANTITATIVA

VALOR DE IMPORTANCIA	
5	ALTA
4	SIGNIFICATIVAMENTE MODERADO
3	MODERADO
2	SIGNIFICATIVAMENTE BAJO
1	BAJO

Tabla 26. *Matriz de Leopold.*

		ACTIVIDADES				IMPACTO TOTAL				
COMPONENTE AMBIENTAL		Energía eléctrica consumida en la oficina	Mantenimiento del local (pintura y limpieza)	Consumo del papel (oficina, folletos)	Descarga de desechos líquidos y sólidos.	Generaciones de plazas de empleo.	Tráfico vehicular	MAGNITUD -	IMPORTANCIA +	PONDERADO
	AGUA	-1	-1	-1	-3		-2	-8		
	SUELO	+1	+1	+1	+4	+2	+9			
			-2	-3	-3	-2	-10			4
			+1	+1	+3	+1	+6			
FISICOS	AIRE	-1	-2	-1	-1	-1	-6			2
		+1	+3	+1	+2	+1	+8			
SOCIO - ECONOMICO	SOCIAL	+1	+2			+3	+6			+11
		+1	+1			+3	+5			
IMPACTO TOTAL	MAGNITUD +-	-5	-5	-5	-5	-3	-23			7
	IMPORTANCIA +	-9	+8	+7	+1	+5	+30			

4.3.4. Plan de manejo

El Plan de Manejo Ambiental (PMA) se diseña a partir de la evaluación de los impactos ambientales generados de la operadora de turismo, de esa manera se puede ejecutar una minimización de los impactos en los componentes ambientales que se generen durante las actividades, para lo cual se establece medidas de prevención y mitigación para los efectos perjudiciales que se exponen en la operadora, enfocándose en la minimización de la contaminación ambiental.

Tabla 27. Plan de manejo.

Compon ente	Impact os	Medi das	Responsable		Cuando		Requerimie nto	C osto
			Re aliza	Co ntrol	Re aliza	Co ntrol		
Suelo	Contaminación	Tener contened ores de basura bien clasificad os de Desecho s con distintivo de colores.	Respon sable de la operad ora	Gerente	Inicio de operaci ones	Anual	Permisos por parte de entidades.	250\$
		Manejar un buen uso del agua que no exista mayor desperdic io ni fugas en el servicio del baño en especial.	Emplea dos y clientes	Gerente	Inicio de operaci ones y adecua miento	Diario	Brindar capacitaciones del cuidado del agua al personal de la operadora turística.	40\$
Agua	Calidad	Contaminación						
Aire	Contaminación al aire	Utilizar productos con menor porcentaj e de químicos perjudicia les	Person al de limpiez a	Gerente	Lista con los nombre s de product os menos dañinos	Diario	Limpieza: Diario Remodelación: anual	1 50\$
		Beneficia rá la población , incentivar á el empleo en el sector turístico	Dueño Operad ora	Gerente	Antes de iniciar operaci ones	Anual	Informar acerca de plazas de trabajo a personal capacitado y preparado	35\$
Socio económico	Participación de la población	Identificar a las personas que quieran aprovech ar de la situación de la actividad turística.	GAD Parroq ual de Cayam be y respon sables	Gerente	Durant e la Operaci ón del proyect o	Mensual	Identificar que personas tengan permisos requeridos para implementar negocios.	15\$

4.3.5. Estructura organizativa

4.3.5.1. Organigrama estructural

Organigrama estructural es la representación gráfica de los niveles de autoridad y responsabilidad de cada funcionario en la empresa.

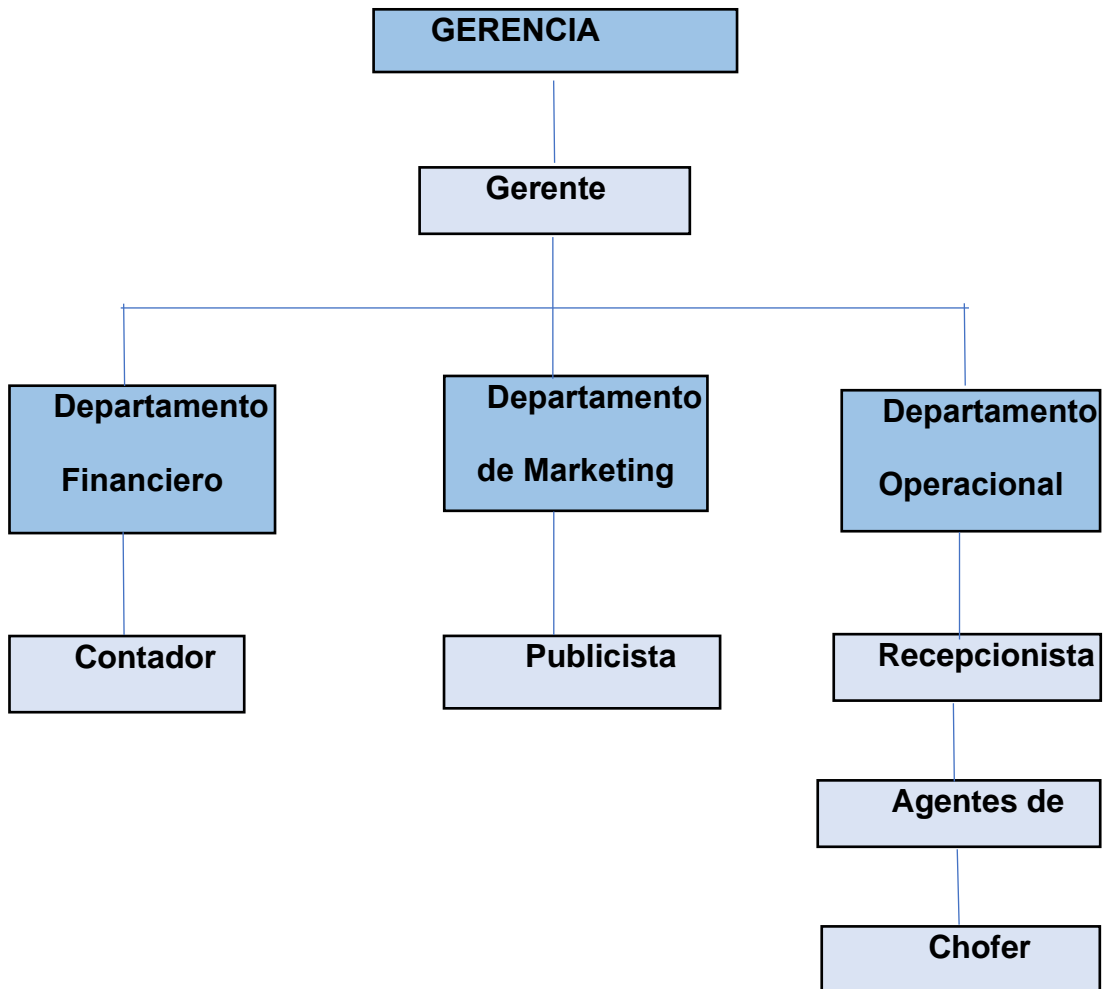


Figura 27. Organigrama estructural.

4.3.5.2. Organigrama funcional

A partir de la elaboración del organigrama estructural, se realiza el organigrama funcional de acuerdo con los colaboradores al servicio del emprendimiento, en el que se integran las actividades del guía y del chofer.

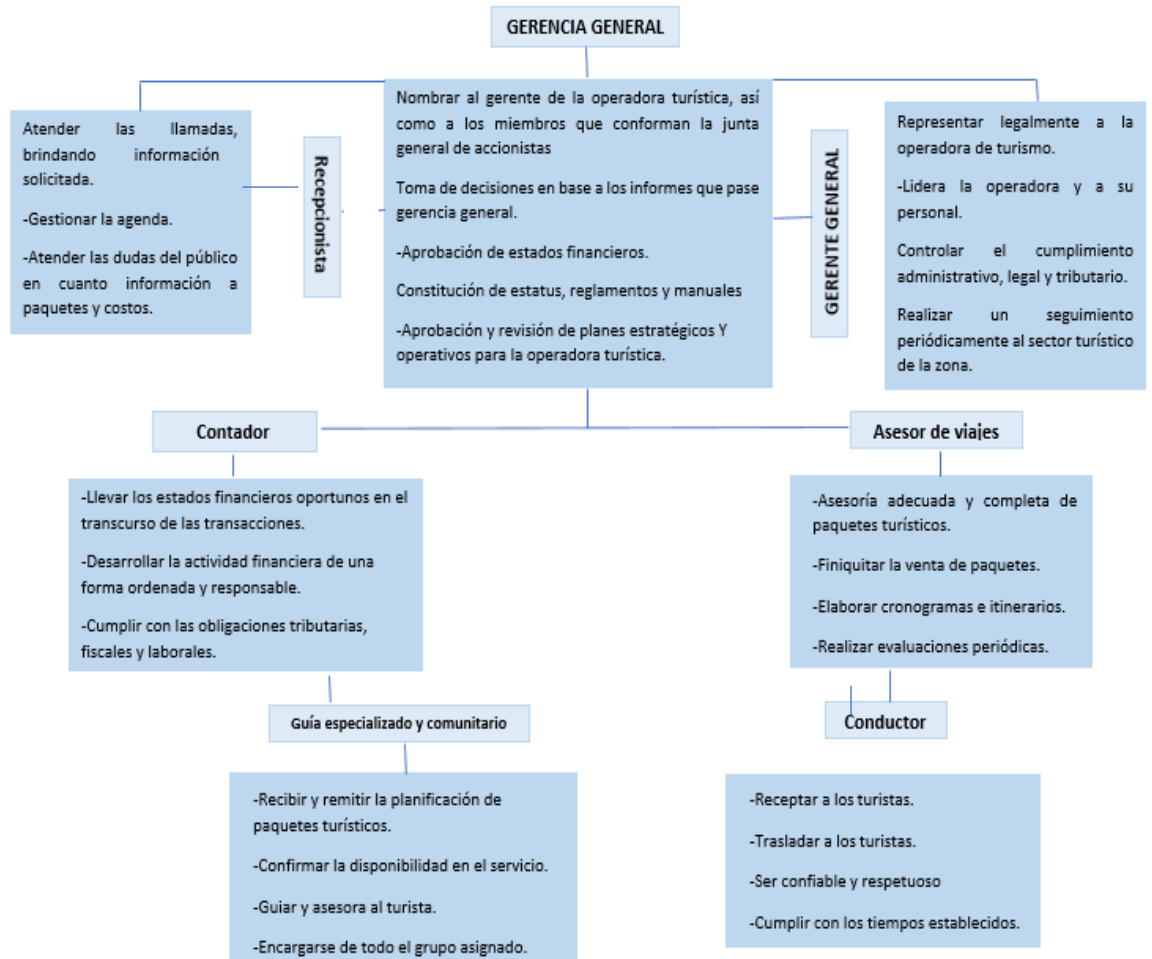


Figura 28. Organigrama funcional.

Nota: Elaborado por la autora partir de (Ramirez, 2018).

4.3.5.3. Manual de funciones de políticas y remuneración

4.3.5.3.1. Manual de funciones

Tabla 27. *Funciones del Gerente.*

 <p>¡Viaja con nosotros, experimenta con nosotros!</p>	Área:	Gerencia General
	Cargo:	Gerente General
Misión:	Perfil Profesional:	
“Supervisar y controlar una adecuada gestión de todas las áreas en torno a la mejora y excelencia”	-Lic. Administración de empresas -Lic. Turismo -Cursos afines de liderazgo y gerencia.	
FUNCIONES		
-Representar legalmente a la operadora de turismo. -Lidera la operadora y a su personal. -Controlar el cumplimiento administrativo, legal y tributario. -Investigar periódicamente el sector turístico de la zona.		
Elaborado por: Ipiales Francis	Aprobado por: Gerencia General	

Tabla 28. *Funciones de la Recepcionista.*

 <p>¡Viaja con nosotros, experimenta con nosotros!</p>	Área:	Recepción
	Cargo:	Secretario
Misión:	Perfil Profesional:	
“Velar por regular, promover y fomentar el desarrollo turístico de la operadora conduciendo y estableciendo los criterios adecuadas”	-Poseer buenas aptitudes para las relaciones interpersonales. -Manejar el idioma inglés. -Título de secretariado Bilingüe.	
FUNCIONES		
-Atender las llamadas, brindando información solicitada. -Gestionar la agenda. -Atender las dudas del público en cuanto información a paquetes y costos.		
Elaborado por: Ipiales Francis	Aprobado por: Gerencia General	

Tabla 29. *Funciones del Contador*


 <p>¡Viaja con nosotros, experimenta con nosotros!</p>	Área: Financiera - Administrativa
	Cargo: Contador
Misión:	Perfil Profesional:
“Ofrecer información contable, tributario y fiscal, útil para la toma de decisiones”	-Ing. Contabilidad y Auditoria -Técnico en Contabilidad -Cursos afines a la obligación tributaria.
FUNCIONES	
-Llevar los estados financieros oportunos en el transcurso de las transacciones. -Desarrollar la actividad financiera de una forma ordenada y responsable. -Cumplir con las obligaciones tributarias, fiscales y laborales. -Desarrollar los informes mensuales a la gerencia general.	
Observaciones:	
Elaborado por: Ipiales Francis	Aprobado por: Gerencia General

Tabla 30. *Funciones del Agente de Viajes.*


	Área:	Operativa y de Ventas
	Cargo:	Agentes de viajes.
Misión:	Perfil Profesional:	
“Brindar y gestionar adecuadamente la oferta de paquete turísticos”	<ul style="list-style-type: none"> -Dominio de idiomas -Experiencia en auxiliar de viajes. -Lic. Idiomas -Cursos afines a la gestión turística -Posea licencia de guía local y especializado 	
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> -Asesoría adecuada y completa de paquetes turísticos. -Finiquitar la venta de paquetes. -Elaborar cronogramas e itinerarios. -Realizar evaluaciones periódicas. -Verificar las necesidades del mercado en el sector turístico. - Guiar en la localidad -Guianza montañismo. -Encargarse de todo el grupo asignado. 		
Observaciones:		
Elaborado por: IpiALES Francis	Aprobado por: Gerencia General	

Tabla 31. *Funciones del Publicista.*

	Área:	Colaboradores
	Cargo:	Publicista
Misión:	Perfil Profesional:	
“Brindar profesionalmente el servicio de publicidad de la operadora.	-Dominio de idiomas -Conocimiento del lugar -Lic. Marketing	
FUNCIONES		
-Confirmar la disponibilidad en el servicio. - Promocionar los paquetes. -Elaborará planificaciones de publicidad.		
Observaciones:		
Elaborado por: Ipiales Francis	Aprobado por: Gerencia General	

Tabla 32. *Funciones del Conductor.*

 <p>¡Viaja con nosotros, experimenta con nosotros!</p>	Área:	Colaboradores
	Cargo:	Conductor
Misión:	Perfil Profesional:	
“Trasladar con respeto, puntualidad y responsabilidad a los turistas”	-Licencia tipo C -Persona Natural	
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> -Receptar a los turistas. -Trasladar a los turistas. -Ser confiable y respetuoso 		
Observaciones:		
Elaborado por: Ipiales Francis	Aprobado por: Gerencia General	

4.3.5.3.2. Política de remuneraciones

Tabla 33. *Remuneración del Gerente.*

Cargo	N	Salario mensual (\$)	Salario mensual + décimo tercero*+décimo cuarto**
Gerente	1	550 \$	$(550*12) +550+394=$
Total			\$7544.00

Tabla 34. *Remuneración del Recepcionista.*

Cargo	N	Salario mensual (\$)	Salario mensual + décimo tercero*+décimo cuarto**
Recepcionista	1	490 \$	$(490*12) +490+394=$
Total			\$6764.00

Tabla 35. *Remuneración de la Publicista.*

Cargo	N	Salario mensual (\$)	Salario mensual + décimo tercero*+décimo cuarto**
Publicista	1	500 \$	$(500*12) +500+394=$
Total			\$ 5516.00

Tabla 36. *Remuneración del Guía.*

Cargo	N	Salario mensual (\$)	Salario mensual + décimo tercero*+décimo cuarto**
Guía comunitario	1	400 \$	$(400*12) +400+394=$ \$5594.00
Guía especializado	1	450 \$	$(450*12) +450+394=$ \$6244.00
Total			\$11838.00

Tabla 37. *Remuneración del Conductor*

Cargo	N	Salario mensual (\$)	Salario mensual + décimo tercero*+décimo cuarto**
Conductor	1	394 \$	$(394*12) +394+394=$
Total			5516 \$

4.3.5.4. Para la constitución

4.3.5.4.1. Tipo de empresa

La decisión de constituir esta operadora o no, bajo una compañía limitada según el art.92 de la ley de compañías indica:

La compañía que se responsabiliza limitada es la que se contrae entre dos o más personas que responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales

4.3.5.4.2. Constitución de la compañía

Los procedimientos y requisitos acorde a la constitución de la compañía limitada son:

1. Se revisa el nombre y su disposición en la superintendencia de compañías.
2. Se elabora el estatuto social para la compañía legalizado por un abogado
3. Apertura de cuenta de capital, juntamente con la carta de los socios y fotocopias de la cédula de identidad
 - Cada socio aportará la cantidad de \$ 8 500, 00.
 - El valor se depositará a la cuenta integral de capital.
4. Cada socio recibirá un certificado de aportación no negociable.
5. Se acude ante una notaría con la reserva del nombre, la cuenta de capital y la minuta o estatuto social de la compañía.
6. Se presenta los documentos en la Superintendencia de compañías
7. Revisar las resoluciones de aprobación de la Superintendencia de compañías
8. Recibir cuatro copias de la resolución por parte de la Superintendencia de compañías y publicar una de ellas en un diario de circulación nacional
9. A partir de la constitución de la compañía se procede a obtener inscribir a la compañía en el Registro de la propiedad siendo necesario.
 - a) Nombrar el representante legal de la compañía limitada, así como a los miembros de la junta general de accionistas
 - b) Presentar tres testimonios del estatuto social de constitución.
 - c) Presentar el certificado de publicación de la resolución de la Superintendencia de compañías.
 1. Se apertura el RUC online, siendo necesario:
 - a) Realizar formulario 01A 01 B en la página del SRI

- b) Presentar la original y una fotocopia de estatuto de constitución.
- c) Presentar el original y fotocopias de nombramientos de la junta general de accionistas y de la gerencia general.
- d) Obtener una carta de Superintendencia de compañías dirigida al banco que nos permita disponer del capital.

Permiso de funcionamiento

LUAF: Contribución del uno por mil, sobre el valor de los activos fijos que se deben pagar anualmente como establecimiento turístico.

- a) Fotocopia del RUC
- b) Permiso de bomberos
- c) Correo electrónico vigente.

Obtener permisos municipales

Se presenta la solicitud de patente en el Municipio de Cayambe, juntamente con la copia del Ruc actualizado, fotocopias de cedula de identidad y papeleta de votación del representante legal, el pago del impuesto predial del lugar de las instalaciones a utilizar para el funcionamiento, certificado de no adeudado en ventanillas y el formulario, certificado de no adeudar en ventanilla y el formulario.

- a) Con la documentación proporcionada en el municipio se acude a los bomberos quienes realizaran la inspección, posteriormente se cancelará el valor monetario y se obtendrá el permiso de bomberos.
- b) El municipio realizará el cálculo correspondiente de acuerdo con los activos totales.
- c) Se regresa al municipio con el permiso de bomberos, se cancela y obtiene la patente municipal.

10. Además del proceso anteriormente detallado, de acuerdo con el Reglamento de operaciones e intermediación turística, el Servicio de Rentas Internas, para iniciar el proceso de registro de la operadora turística

4.4. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

4.4.1. Prefactibilidad económica

El estudio Económico financiero forma parte de una de las etapas para los proyectos de inversión, en el que se representa de una manera sistemática y siguiendo un orden metódico de carácter pecuniario como resultado de la investigación.

Como parte del estudio económico financiero es fundamental tomar en cuenta la prefactibilidad de un emprendimiento para tomar la decisión si es adecuado o no la implementación de la operadora turística.

4.4.1.1. Activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

Para el funcionamiento de la empresa se requiere de una inversión total de \$ **33,261.00** distribuida en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo cada uno de ellos con su respectiva cuenta para poner en funcionamiento la operadora:

Tabla 38. *Activo fijo, diferido y capital de trabajo.*

Denominación	Gastos
Activos fijos	
Vehículos	\$ 12000
Equipo de computo	\$ 1200
Maquinaria y equipos	\$ 1280
Muebles y enseres	\$ 680
Total	\$ 13,880.00
Activos diferidos	
Patentes y Permisos	\$ 600
Útiles de aseo	\$ 74.75
Total	\$ 674.75
Capital de trabajo	
Insumos	\$ 150
Suministro de oficina	\$ 127.80
Mano de obra directa	\$ 16.264,42
Arriendo	\$ 300
Servicios básicos	\$ 1464
Promoción y publicidad	\$ 400
Total	\$18.706,22
Total	\$33,261.00

4.4.1.2. Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Para iniciar las actividades de la operadora se requiere un total de \$ **33.261,00** de los cuáles \$ **10,00.00** será financiado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito 23 de Julio la misma que otorga créditos de tipo comercial, con una tasa de interés del 15 % anual y los \$ 23,261.00 son recursos propios.

Tabla 39. *Fuentes de financiamiento y usos de fondos.*

Denominación	Usos	Fuentes	
		Recursos propios	Préstamos
Activos fijos			
Vehículos	\$ 12000	\$ 2000	\$10,000.00
Equipo de computo	\$ 1200	\$ 1200	
Maquinaria y equipos	\$ 1280	\$ 1280	
Muebles y enseres	\$ 680	\$ 680	
Activos diferidos			
Patentes y Permisos	\$ 600	\$ 600	
Útiles de aseo	\$ 74.75	\$ 74,75	
Capital de trabajo			
Insumos	\$ 150	\$ 150	
Suministro de oficina	127.80	\$ 127.80	
Mano de obra directa	\$ 16.264,42	\$ 16.264,42	
Arriendo	\$ 300	\$ 300	
Promoción y publicidad	\$ 400	\$ 400	
Servicios básicos	\$ 1464	\$ 1464	
Total	33,261.00	23,261.00	\$10,000.00

4.4.1.3. Financiamiento del proyecto

Tabla 40. *Financiamiento del proyecto.*

Financiamiento	
Denominación	Monto
Préstamo	\$ 10,000,00
Aporte de capital propio	\$ 23,261.00
Total	\$ 33,261.00

4.4.1.4. Cálculo de amortización

En este caso se hará uso de la amortización gradual o también conocido como sistema francés, simple o crédito plano, ya que en este sistema los pagos son iguales y periódicos además de ser el más utilizado en créditos comerciales para la financiación de pequeños proyectos o emprendimientos, tiene la particularidad que desde el pago de la primera cuota el saldo de la

deuda empieza a disminuir, hasta llegar a cero debido a que el valor de la cuota sobrepasa el costo financiero (Dávalos, 2015).

Para realizar el cálculo de la amortización por los cinco años, tiempo en el cual se pagará el préstamo es necesario tener en cuenta los siguientes valores:

Monto del préstamo para 5 años = \$ 10,000.00 (obtenido de la Tabla.

Fuentes de financiamiento y usos de fondos

Tasa de interés anual = 15%

Tasa de interés mensual = 1.25% = (tasa de interés anual/12 meses)

Monto para pagar mensual = \$ 249

Tabla 41. *Cálculo de amortización anual.*

Nro.	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	\$ 2.983,16	\$ 1.500,00	\$ 1.483,16	\$ 8.516,84
2	\$ 2.983,16	\$ 1.277,53	\$ 1.705,63	\$ 6.811,22
3	\$ 2.983,16	\$ 1.021,68	\$ 1.961,47	\$ 4.849,74
4	\$ 2.983,16	\$ 727,46	\$ 2.255,69	\$ 2.594,05
5	\$ 2.983,16	\$ 389,11	\$ 2.594,05	\$ -

Análisis:

En la presente tabla se puede observar las cuotas anuales a pagar del préstamo por cinco años, la cual es \$ 2.983,16 con el interés del 15% según se especifica la cooperativa 23 de Julio; haciendo evidente la amortización gradual porque las cuotas de pago son iguales y el saldo va disminuyendo periódicamente hasta llegar a cero.

4.4.1.5. Cálculo de depreciación

Tabla 42. *Cálculo de depreciación de activos fijos.*

Denominación	Valor del bien (\$)	Depreciación por ley (%)	Depreciación anual (\$)	Duración del proyecto	Depreciación del proyecto (\$)	Valor residual (\$)
Vehículos	\$ 12.000	20	600	5	3000	9000
Equipo de computo	\$ 1.200	33	36	5	182	1018
Maquinaria y equipos	\$ 1.280	10	128	10	1280	0
Muebles y enseres	\$ 680	10	68	10	680	0

Análisis:

El cálculo de la depreciación de activos fijos se realizó de acuerdo con la naturaleza de los bienes, duración de su vida útil, la técnica contable donde especifica que el porcentaje de depreciación para equipos de cómputo es de 33%, muebles y enseres es el 10% y vehículos es el 20% y maquinarias y equipos es de 10%, obteniendo la depreciación anual en valor monetario.

4.4.1.6. Costos de servicios

Tabla 43. *Servicios en general.*

FASE	INVERSIÓN		OPERACIONAL				
	NIVEL DE PRODUCCIÓN		40%	40%	45%	45%	50%
Año	0	0	1	2	3	4	5
Demanda de turistas	823	9874	3949	4384	5474	6076	7494
Costo unitario de los 3 productos			\$39,15	\$39,59	\$40,03	\$40,48	\$40,93
Turistas atendidos			1580	1754	2463	2734	3747
TOTAL DEL COSTO			\$ 61.841,34	\$ 69.422,36	98.610,51	110.681,04	\$ 153.378,22

En la tabla se observan los ingresos que se percibirán por los tres productos que la operadora Kayambi Tour ofertara, tomando los datos de la demanda

objetiva anual en el costo total de los productos es obtenido mediante la suma del precio de cada uno de los productos, multiplicado por la cantidad de turistas atendidos que es proporcional de acuerdo con el producto que requiera los clientes.

4.4.1.7. Resumen de costos y gastos

Tabla 44. *Resumen de costos y gastos.*

Costos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total, Costos	\$41.781,00	\$46.895,89	\$59.217,98	\$66.467,27	\$82.939,10
Gastos					
Gastos administrativos	\$626,00	\$633,01	\$640,10	\$647,27	\$654,52
Gastos financieros	\$6.412,50	\$5.461,43	\$4.367,69	\$3.109,90	\$1.663,43
Total, Gastos	\$7.038,50	\$6.094,44	\$5.007,79	\$3.757,17	\$2.317,95
TOTAL, COSTOS + GASTOS	\$48.819,50	\$52.990,33	\$64.225,77	\$70.224,44	\$85.257,05

En la tabla se observa lo correspondiente al cálculo de los costos, donde se toman los costos de producción en el caso de los gastos, se toman en cuenta los gastos administrativos y financieros.

4.4.1.8. Ingreso por servicios

Tabla 45. *Ingresos por servicios.*

Nivel de capacidad		40%	40%	45%	45%	50%	
Año	Mensual	Anual	1	2	3	4	5
Total, producto 1 (Museos)	397	4768	\$13.464,83	\$15.114,84	\$19.082,06	\$21.421,14	\$26.714,16
Total, producto 2 (Montañismo)	136	1636	\$14.459,94	\$16.231,64	\$20.499,84	\$23.002,99	\$28.734,80
Total, producto 3 (T comunitario.)	289	3471	\$13.856,23	\$15.549,41	\$19.636,08	\$22.043,14	\$27.490,14
Total, de costos			\$41.781,00	\$46.895,89	\$59.217,98	\$66.467,27	\$82.939,10

Para la elaboración de los ingresos se tuvo en cuenta el número de turistas que adquirirán el servicio de cada producto de cada año. Además, para obtener el total del costo se le suma los tres productos La operadora turística Kayambi obtendrá una ganancia desde el primer año.

4.4.1.9. Estado de resultados

Tabla 46. *Estados de resultados.*

Fase	Inserción	Operacional				
Ingresos						
Total, ingresos	\$123.680	\$131.660	\$171.770	\$199.609	\$258.276	
Costo de producción						
Utilidad bruta en Ventas	\$63.371,2	\$66.156,4	\$93.863,7	\$114.37,1	\$156.484,2	
Total, gastos adm.						
Ventas, distribución Financiera Participación	\$48.172,84	\$47.688,1	\$47.065,9	\$43.175,1	\$45.320,83	
Utilidad antes de Trabajadores Participación de Trabajadores 15%	\$15.198,45	\$18.468,3	\$46.797,7	\$71.196,5	\$111.163,3	
Utilidad antes de Impuesto	\$2.279,77	\$2.770,25	\$7.019,66	\$10.679,49	\$16.674,51	
Impuesto a la ir 35%	15%	\$12.918,68	\$15.698,06	\$39.778,08	\$60.517,09	\$94.488,88
Utilidad neta Después de impuestos	35%	\$4.521,54	\$5.494,32	\$13.922,33	\$21.180,98	\$33.071,11
		\$17.853,76	\$10.203,74	\$25.855,76	\$39.336,11	\$61.417,77

Como se puede observar, muestra el cálculo correspondiente a los resultados económicos que se esperan al final de la operación de forma anual, incluyendo además la reducción porcentual por conceptos legales como el pago de impuestos y utilidades.

4.4.1.10. Punto de equilibrio

Tabla 47. *Punto de equilibrio.*

Año	1	2	3	4	5
Ingresos					
Total, ingresos	\$123.680,29	\$131.660,17	\$171.770,28	\$199.609,22	\$400.517,94
Costos variables					
Total, costos variables	\$21.798,50	\$23.261,91	\$24.875,25	\$26.657,29	\$28.263,05
Margen de contribución	\$101.88,79	\$108.398,26	\$146.895,03	\$172.951,93	\$229.653,01
Costos fijos					
Total, costos fijos	\$59.908,83	\$61.326,27	\$ 62.891,60	\$ 64.626,27	\$ 66.554,96
Pe = cf / (1 - (cv/ i)) en dólares	\$72.726,84	\$74.486,68	\$73.541,69	\$74.587,20	\$74.850,011
Pe = pe\$ / pventa	1.891	1.916	1.870	1.876	1.861

Como se puede observar se obtiene el valor económico que debe producir la empresa para comenzar a generar ganancias desde el primer año, a partir de este punto lo que ingrese en ventas serán ganancias para la operadora turística Kayambi Tour.

4.5. Estudio financiero

4.5.1. Costo de capital

Tabla 48. *Costo del capital.*

Financiamiento	Valor	Costo de capital		
		Peso relativo	Tasa de descuento	Ponderación
Capital propio	\$23.261,00	48,59%	10,00%	4,86%
Capital financiado	\$10.000,00	30.07%	15,00%	4.51%
Total	\$33.261,00	100%	Ck	9.37%

El valor del costo del capital está conformado por el capital propio y el capital financiado por entidades bancarias, el peso relativo equivale al porcentaje correspondiente del capital del total a aportar, la tasa de descuento está fijada por la entidad bancaria que aporta el préstamo.

4.5.2. Flujo neto de efectivo

Tabla 49. *Flujo neto de efectivo.*

L	INVERSIÓN	OPERACIONAL				
AÑO	0	1	2	3	4	5
SALDO						
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	\$-29.910,50	\$25.550,14	\$25.532,74	\$23.375,86	\$21.974,96	\$21.441,88

El flujo neto de efectivo como se puede observar en la tabla. Muestra la cantidad del movimiento de efectivo que tendrá la operadora durante los años proyectados.

4.5.3. Valor actual neto van

Su fórmula es:

$$-II + \frac{\sum FNE}{(1+i)^n} \quad \text{VNA=}$$

$-II =$ *Inversion inicial*

$\sum FNE =$ *Flujo financiero*

$1 =$ *valos constante*

$i =$ *Interes*

$n =$ *Años*

Tabla 50. *Valor actual neto.*

Inversión	
\$-29.910.50	\$25.550,14
Interés	9.37
VAN	\$ 2653.71,00

El valor actual neto de la operadora es de: \$ 2653.71,00. Por lo que se deduce qué gracias a este cálculo, se determinó qué en los años siguientes, la operadora logrará recuperar la inversión y además de eso, obtener beneficios.

4.5.4. Costo- Beneficio

Tabla 51. *Costo – beneficio.*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Total, Ingresos	\$120.501	\$124.560	\$145.170	\$162.391	\$223.246	\$445.996,01
Total, Ingresos actualizados	\$120.501	\$124.560	\$145.170	\$162.391	\$223.246	\$445.996,01
Total, Costo y Gasto	\$17.853,7	\$10.203,7	\$25.855,7	\$39.336,1	\$61.417,7	\$154.667,14
Total, Costo y Gasto actualizados	\$17.853,7	\$10.203,7	\$25.855,7	\$39.336,1	\$61.417,7	\$154.667,14
Relación Costo Beneficio	3.72					

En la tabla del de costo beneficio, es el total de ingresos obtenido, el total de costos y gastos. Según el libro “análisis beneficio” menciona que si el costo beneficio es mayor a uno significa que el proyecto es rentable por otro lado si el valor es menor que uno significa que el proyecto no es rentable.

Por lo tanto, el cálculo de la relación coste – beneficio en el caso de la operadora turística Kayambi Tour es de tres puntos setenta y dos que da a entender que la creación de los productos para su posterior comercialización tendrá rentabilidad en el mercado.

4.5.5. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 52. *Tasa interna de retorno.*

	Inversión	1	2	3	4	5
TIR 21%	\$-29.910,50	\$25.550,14	\$25.352,74	\$23.375,86	\$21.974,96	\$21.441,88

Para el cálculo de la TIR se emplearon los flujos netos de caja y la inversión inicial que tendrá el emprendimiento. La tasa interna de retorno tiene un valor del 21% siendo superior a la ponderación del costo del capital, que es igual al 9.37%, demostrando así que los ingresos obtenidos por la operadora Kayambi Tour suplirán los valores del préstamo siendo este una empresa rentable.

CAPÍTULO V

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

- Para el presente proyecto de factibilidad, la creación de nuevas alternativas de turismo receptivo, después de haber desarrollado el diagnóstico situacional acerca de este servicio en la ciudad de Cayambe, con la información obtenida se determinó que las personas que prestan los servicios turísticos se encuentran desorganizados, además presentan ineficiencia en la calidad del servicio.
- El estudio de mercado permitió determinar el alto porcentaje de demanda que la nueva operadora turística podrá captar del mercado consumidor, debido a que Kayambi Tour ofrecerá actividades complementarias lo que permite dar un valor agregado a cada producto. Obteniendo así una rentabilidad y aceptabilidad por parte del cliente.
- En el estudio económico financiero se determinó la factibilidad de la operadora de turismo receptivo en la ciudad de Cayambe, la cual se lo demostró mediante el estado de resultados para cinco años y con un coste de beneficio mayor a uno, de esta manera demostrando que el emprendimiento es factible.
 - En el estudio ambiental, se pudo determinar los impactos positivos y negativos mediante la matriz de Leopold, los cuales surgirán al momento de crear el emprendimiento en el cantón, predominando así el impacto socioeconómico debido a la generación de fuentes de empleo siendo un aspecto al aplicar este proyecto.

5.2. Recomendaciones

- Después de haber culminado con la factibilidad del emprendimiento Kayambi, se recomienda la implementación de esta ya que tendrá una acogida en el mercado de Cayambe y así aprovechar esta oportunidad para generar fuentes de empleo con un servicio de calidad de primera.
- Captar un alto porcentaje de la demanda potencial para la adquisición del servicio de productos turísticos por medio del uso adecuado de las herramientas digitales como es la página web, redes sociales y precio.
- Una vez ya implementada la operadora Kayambi tour se opte por el aumento de más productos turísticos tomando en cuenta la demanda potencial existente y futura del mercado consumidor de esta manera logrando incrementar las utilidades de la empresa en beneficio propia y de la comunidad mediante las plazas de empleo.

BIBLIOGRAFÍA

Baca, G. (2009). *Oferta Turística*. Bogotá: Albatros.

Castro, R. Q. (2000). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia, San Jose, Costa Rica, 2000.

Dávalos, M. G. (2015). “*Estudio de factibilidad para la creación de un complejo ecoturístico en la hacienda de Imaymana Wasi en la parroquia de Nanegalito, cantón Quito, provincia de Pichincha*”. Riobamba.

Decreto Ejecutivo. (16 de septiembre de 2011). *Reglamento general de actividades turísticas*. Lexis.

Echeverría, A. (2006). *Diseño de una agencia de viajes IATA y de turismo*. Quito.

Falcón, F. (2016). *Proyecto de pre-factibilidad para el incremento turístico sostenible en el nevado Cayambe, como un motor de desarrollo económico para el GADIP*. 9-10.

FLACSO, E. (2000). Foro sobre el Desarrollo cultural y gestión en centros. Rispergraf.

- González, D., & Pinela, L. (2016). *“Análisis del mercado del turismo emisor y su relación entre las agencias de viajes mayoristas e internacionales en la ciudad de Guayaquil”*. Guayaquil.
- Guerrero, P. (2014). *Introducción al Turismo*. Mexico: Patria.
- Guzmán, S. (2014). *Plan para el desarrollo del turismo comunitario de la comunidad de San Pablo Urco cantón Cayambe provincia de Pichincha*.
- Hernández, R., & Fernández, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Santiago: MCGRAW-HILL.
- Lasso, J. (2003). *Perspectivas para el turismo receptivo en el Ecuador*.
- Ministerio de Turismo. (2018). *El turismo ecuatoriano creció un 11% en 2018*.
- Navarro, D. (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valorización*. Murcia.
- Novoa, P. (2016). *Diseño de un producto turístico para la comunidad Paquiestancia, parroquia San José de Ayora, cantón Cayambe, provincia de Pichincha*. Riobamba.
- Organización Mundial del Turismo. (1999). *Turismo sostenible y gestión municipal*. Madrid.
- Pelate, J. (2009). *Los paquetes turísticos nacionales ofertados por la agencia de viajes Cistour y su aporte al desarrollo del turismo receptivo de la ciudad de Ambato en el año 2008*. Ambato.
- Quesada, R. (2007). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Ramírez, R. D. (2018). *“Estudio de factibilidad para la creación de una agencia turística en la ciudad de Cayambe”*. Universidad Técnica del Norte, Ibarra.
- Realpe, F., & Benítez, N. (2015). *Perfil del turista que ocupa la planta hotelera de Otavalo, provincia de Imbabura, Ecuador*. Otavalo.
- Rivera, J. (2007). *Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “Plandetur 2020”*.

Romero, G. (2015). *Análisis de la oferta y la demanda del turismo receptivo en el cantón Pasaje, provincia de el Oro*. Machala.

Sinchiguano, C. (2013). *“Estudio de factibilidad para la implementación de una operadora de turismo rural comunitario para potencializar los atractivos turísticos del pueblo Kayambi localizados en las comunidades indígenas de la parroquia rural de Ayora, cantón Cayambe”*. 21.

Temas de turismo. (2006). *Manual para preparació del certificado superior español del turismo de la camara de comercio de Madrid*. Madrid: Edinumen.

ANEXOS

Árbol de problemas

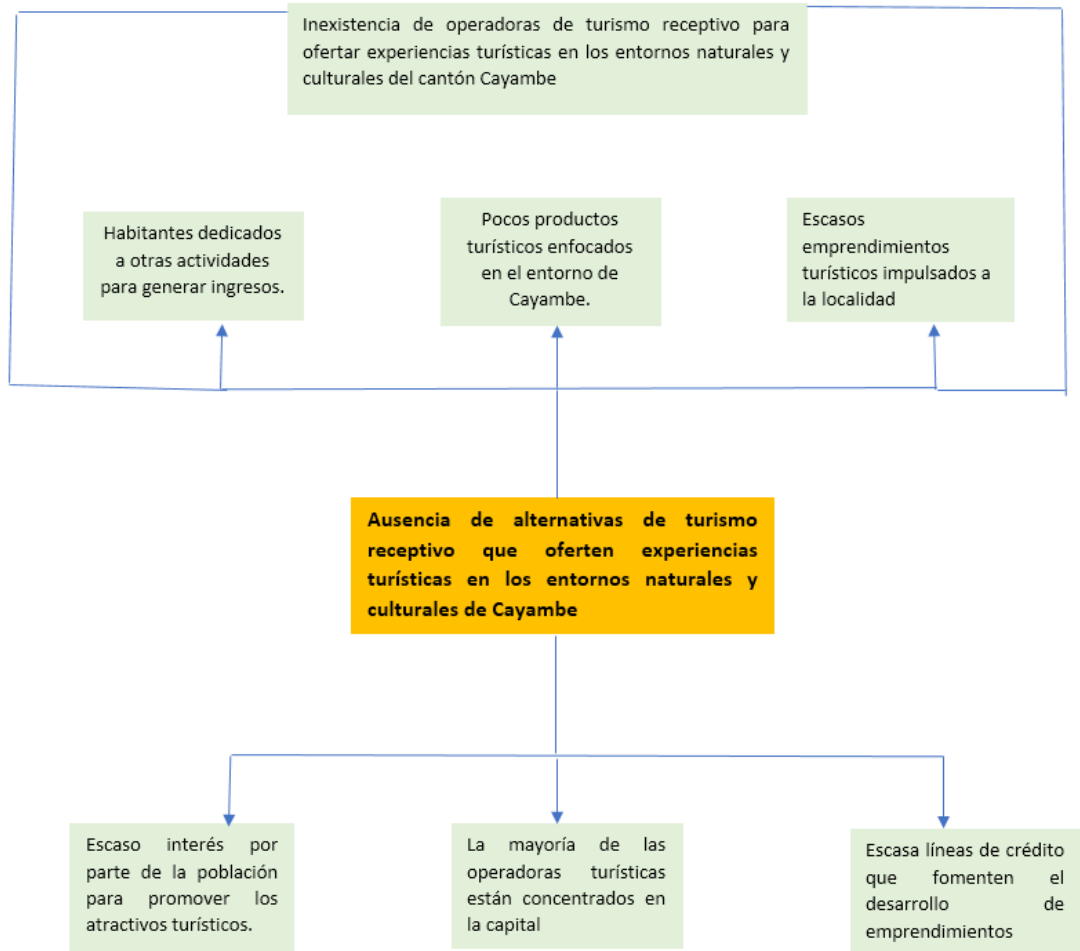


Figura 29. Árbol de problemas.

Tabla 53. Metodología de instrumentos.

Objetivos	Instrumento	Variable	Fuente de información
Diagnosticar la situación actual de las operaciones turísticas en el cantón Cayambe.	Ficha de registro bibliográfico.	Hoteles Restaurantes Atractivos naturales Atractivos culturales estado de las vías	Libros Revistas Blogs Periódicos
Determinar la viabilidad que existe en la implementación de una operadora turística que potencialice los atractivos turísticos del cantón Cayambe	Cuestionario de encuesta. Guía de entrevista	<input type="checkbox"/> Interacción de los turistas con los prestadores de servicios <input type="checkbox"/> Nivel de aceptación del producto de turismo receptivo que se creara, <input type="checkbox"/> Precio. Frecuencia de compra. <input type="checkbox"/> Estacionalidad en la adquisición de información turística en el cantón Cayambe	Aplicación de encuestas a los turistas que visitan la ciudad de Cayambe Entrevista a los dueños de los locales que prestan servicios turísticos de la ciudad de Cayambe.
Realizar el estudio del mercado para determinar la oferta y demanda de turismo para el cantón Cayambe.	Cuestionario de encuesta. <input type="checkbox"/> Guía de entrevista	<input type="checkbox"/> Principales consumidores de servicios turísticos. <input type="checkbox"/> Preferencias de los consumidores. <input type="checkbox"/> Estrategias de segmentación Potenciales clientes <input type="checkbox"/> Segmentos	Aplicación de encuestas a turistas que adquieren los servicios turísticos <input type="checkbox"/> En la ciudad de Cayambe. Entrevista a los dueños de los locales que prestan servicios turísticos de la ciudad de Cayambe

<p>Elaborar el estudio técnico y financiero de la operadora de turismo</p>	<p><input type="checkbox"/> Fichas de datos bibliográficos</p> <p><input type="checkbox"/> guía de entrevista</p> <p><input type="checkbox"/> ficha de campo</p>	<p>Presupuestos factibilidad técnica y financiera.</p> <p>Proyección de ventas</p> <p>localización óptima de la planta.</p> <p>Magnitud de los costos.</p> <p>Posibilidad de inversiones</p> <p>viabilidad financiera.</p> <p>Especificaciones técnicas para la implementación de la tienda.</p> <p>Manejo de recursos disponibles para la implementación de la operadora de turismo de manera eficiente y eficaz.</p>	<p><input type="checkbox"/> Fichas bibliográficas donde conste temas de financiamiento.</p> <p>Entrevistas a los establecimientos turísticos</p> <p>Ficha de campo para determinar el manejo de los recursos naturales y culturales</p>
--	--	--	---

El modelo o entrevista

Modelo de entrevista ministerio del ambiente

Se realizo un solo modelo de entrevista a dos personas las cuales se tomó en cuenta su desarrollo en la actividad turística de dicho cantón.

La unidad de análisis para la entrevista 1 es el representante del Parque Nacional Cayambe Coca "Zona Alta"

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera de Turismo

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: Alternativas de operaciones de turismo receptivo en el cantón Cayambe-Ecuador

Objetivo: Diagnosticar la situación actual en la que se encuentra el turismo en el cantón Cayambe.

- a) ¿Cómo persona a cargo de la administración del Parque Nacional Cayambe Coca Zona Alta ha realizado campañas o actividades para dar a conocer a la ciudadanía acerca de las alternativas de turismo en áreas protegidas y su importancia en el cantón Cayambe?

.....

- b) ¿Han recibido quejas por parte de turistas por escasa información de los atractivos existentes y accesibilidad turística?

.....

- c) De acuerdo con su experiencia, ¿Ha notado que los visitantes están motivados por conocer las diferentes alternativas de turismo en la ciudad?

.....

d) ¿Qué calificación otorgaría a los establecimientos turísticos en el tema de atención al cliente, en una escala del 1 al 5 siendo cinco excelentes y uno malo?

.....

e) ¿Existe articulación interinstitucional para fomentar el turismo en el cantón?

.....

f) ¿Cree usted que es fundamental la elaboración de un producto turístico que identifique al Cantón Cayambe?

.....

Modelo de entrevista GAD

La unidad de análisis para la entrevista 2 es el representante a cargo de la Dirección de Desarrollo Económico “Turismo” del cantón Cayambe.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera de Turismo

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: Alternativas de operaciones de turismo receptivo en el cantón Cayambe-Ecuador.

Objetivo: Diagnosticar la situación actual en la que se encuentra el turismo en el cantón Cayambe.

a) ¿Cómo persona a cargo de la parte de Turismo ha realizado campañas o actividades para dar a conocer a la ciudadanía acerca de las alternativas de turismo receptivo en el cantón Cayambe?

.....

b) ¿Han recibido quejas por parte de turistas por escasa información de los atractivos existentes y accesibilidad turística?

.....

c) De acuerdo con su experiencia, ¿Ha notado que los visitantes están motivados por conocer las diferentes alternativas de turismo en la ciudad?

.....

d) ¿Qué calificación otorgaría a los establecimientos turísticos en el tema de atención al cliente, en una escala del 1 al 5 siendo cinco excelentes, uno malo y como se podría mejorar?

.....

e) ¿Existe articulación interinstitucional para fomentar el turismo en el cantón?

.....

f) ¿Cree usted que es fundamental la elaboración de un producto turístico que identifique al Cantón Cayambe?

.....

Transcripción de entrevistas

Transcripción de la entrevista MAE

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera de Turismo

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: Alternativas de operaciones de turismo receptivo en el cantón Cayambe-Ecuador

Objetivo: Diagnosticar la situación actual en la que se encuentra el turismo en el cantón Cayambe.

Dirigida al administrador del Parque Nacional Cayambe Coca zona alta:

a) ¿Cómo persona a cargo de la administración del Parque Nacional Cayambe Coca Zona Alta ha realizado campañas o actividades para dar a conocer a la ciudadanía acerca de las alternativas de turismo en áreas protegidas y su importancia en el cantón Cayambe?

Si nosotros tenemos un refugio de alta montaña que esta justamente ubicado en el nevado Cayambe que es el principal atractivo tanto del Parque Nacional como del cantón entonces hemos realizado varias opciones de marketing de mercadeo a través de redes sociales también del Gad Cayambe se han realizado algunos spots con varios estudiantes, de instituciones y por medio de la página de Facebook que maneja el refugio se hacen planes de mercadeo.

b) ¿Han recibido quejas por parte de turistas por escasa información de los atractivos existentes y accesibilidad turística?

Si en el punto del control de Pie Monte en lo que es el acceso al Nevado Cayambe hemos tenido algunas quejas de varios turistas ya que no contamos con un buzón de quejas como para poderlo llevar más estructuradamente pero

en base a las quejas que los turistas han dejado en el punto de control se trata de realizar algunas acciones como por ejemplo en el tema vial tratamos de coordinar con el Gad Pichincha, Gad Cayambe para que apoyen con maquinaria y buscar la forma de tratar de arreglar los tramos de las vías que se encuentran en mal estado hace un mes nosotros tratamos de hacer una adecuación justamente por temas de las malas condiciones de las vías pero el factor climático no ayudo mucho por tal motivo estamos esperando que pase las lluvias para volver a intervenir en estos sitios y con respecto al tema de servicio no emos tenido muchas quejas ya que creo que consideramos que el refugio de alta montaña se encuentra en un nivel adecuado, hace falta si incorporar algunos detalles como en el tema mayor variedad en alimentación pero estamos trabajando en eso.

- c) De acuerdo con su experiencia, ¿Ha notado que los visitantes están motivados por conocer las diferentes alternativas de turismo en la ciudad?

Si bueno, el turista viene motivado para poder conocer algunas opciones lamentablemente con lo que no se cuenta en el cantón es la infraestructura ya que contamos con los atractivos pero no es todo para el tema turístico, necesitamos viabilidad, servicios turísticos hoteleros, transporte entonces al no tener lógicamente estos servicios pues el turista como que no cuenta con la accesibilidad de poder ingresar a conocer estos atractivos de una manera más ordenada, lo pueden hacer de manera individual pero la idea sería que por ejemplo si es que desean fomentar el turismo comunitario los atractivos que se encuentran dentro de las comunidades o algunas que se encuentran inclusive dentro de la zona de afluencia del parque y cuenten con estas motivaciones me refiero a que con estos servicios para que los turistas puedan acceder a los prestadores de servicios turísticos.

- d) ¿Qué calificación otorgaría a los establecimientos turísticos en el tema de atención al cliente, en una escala del 1 al 5 siendo cinco excelentes y uno malo?

Le pondría en una escala de un tres ya que no nos encontramos ni muy mal, pero tampoco tenemos excelencia en servicios.

e) ¿Existe articulación interinstitucional para fomentar el turismo en el cantón?

Estamos tratando de tener esta vinculación con los actores pero si hace falta por ejemplo recién la semana anterior formamos parte del comité de gestión del Capac Ñan que es el camino del inca y ahí es algo que por ejemplo aquí como lo es en Cayambe no se toma las dimensiones del caso ya que el Capac Ñan es un sitio que está considerado como Patrimonio Cultural de la Humanidad ósea es un atractivo mundial pero aquí en Cayambe ni siquiera se cuenta con un rotulo que indique de este atractivo mucho menos se han hecho acciones de Quito Loma, pamba marca para la recuperación del camino al inca ahora recién con la conformación de este comité se quiere realizar acciones con la recuperación posterior a la conservación y un tercer paso sería el mercadeo para poder trabajar con las comunidades hay que saber del turismo comunitario y cultural de esta zona entonces es importante lógicamente la vinculación como digo como primera experiencia nosotros como áreas protegidas ahora tenemos este comité de gestión del Capac Ñan tratamos de vincularnos con el municipio de Cayambe para fomentar acciones en el tema del nevado Cayambe que es el principal atractivo, ahora mismo estamos trabajando en la creación de la ruta al vértice que es en el paralelo cero y con la cámara de turismo estamos conversando para ver si es que hacemos algunos temas de inclusión por ejemplo de logotipos del parque, tenemos un sitio Ramsar acá en el Parque Nacional Cayambe Coca entonces queremos que ese sea el enganche para los turistas como la motivación de visita también estamos trabajando con el concejo provincial de Pichincha para ver la posibilidad para realizar algunas actividades puntuales por ejemplo en San Marcos ahora que ya se terminó el proyecto de riego Cayambe Pedro Moncayo está en su fase final de construcción ahora vamos a entrar a la fase de operación, ahí tenemos algunos proyectos para el turismo entonces estamos también vinculándonos con ellos y el tema de universidades contamos con algunos convenios tenemos con la Espe, Salesiana contamos

no un convenio firmado pero recibimos apoyo de la Técnica del Norte de la Católica de la San Francisco lo que si queremos es llegar a firmar acuerdos de cooperación para que con los estudiantes podamos levantar líneas bases e ir fomentando la actividad turística.

f) ¿Cree usted que es fundamental la elaboración de un producto turístico que identifique al Cantón Cayambe?

Bueno, es importante que si aterricemos en la creación de un producto ya que el hecho de tener un atractivo no quiere decir que con eso ya tenemos turismo, entonces es importante aterrizar en lo que es el producto en donde se cuente con el atractivo los servicios turísticos y lógicamente quien opere hacia este atractivo, al momento que se creara un producto o paquetes podemos ya vincular a más actores de distintas comunidades por ejemplo aquí en Cayambe una de las falencias es el no contar con operadoras turísticas y es porque el turismo receptivo de cierta manera pues al no contar con estas facilidades como es alojamiento, alimentación, transporte y calidad no se tendrá una acogida adecuada, hay ciertos establecimientos que manejan un rango de calidad pero no todos lo importante seria que con el municipio de Cayambe apuntar a una certificación a que todos cuenten con el estándar de calidad y con eso poder recibir a los turistas como se debe.

Transcripción de la entrevista GAD

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera de Turismo

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: Alternativas de operaciones de turismo receptivo en el cantón Cayambe-Ecuador

Objetivo: Diagnosticar la situación actual en la que se encuentra el turismo en el cantón Cayambe.

Dirigida al director de la Dirección de Desarrollo Económico “Turismo” del cantón Cayambe.

- a) ¿Cómo persona a cargo de la parte de Turismo ha realizado campañas o actividades para dar a conocer a la ciudadanía acerca de las alternativas de turismo receptivo en el cantón Cayambe? Género

Bueno, si desde que estamos al frente de la administración sobre todo aquí en la dirección de turismo desde hace dos años y medio se ha empezado a trabajar, hemos hecho conjuntamente con la empresa privada campañas sobre el tema de turismo receptivo en especial bueno eso hay que indicar que para turismo receptivo tenemos que tener un nivel adecuado sobre todo lo que es servicios, calidad para que el turista pueda ser bien recibido en ese sentido con los que emos trabajo ha sido exclusivamente con “Molinos San Juan” y en este año segundo año consecutivo gano el “World Travel Awards” como plantel patrimonial, entonces eso es lo primero como tal también es bueno para el municipio ver que las alianzas estratégicas pueden dar resultados, a través de ellos se ha trabajado, difundido lo que es el turismo receptivo indicando que lamentablemente no hay muchos establecimientos que captan el turismo receptivo ahí hay que seguir buscando alternativas para que

empresarios turísticos del cantón tengan esa capacidad para poder recibir al turismo receptivo y local de la mejor manera.

- b) ¿Han recibido quejas por parte de turistas por escasa información de los atractivos existentes y accesibilidad turística?

Existen los dos temas es que no hay mucha información turística, afortunadamente ya que por temas a lo que es la difusión de los atractivos turísticos favorablemente hasta este año se va a implementar un plan promocional que es integral para indicar y resaltar todo el potencial turístico existente en Cayambe vamos a hacer una campaña promocional dentro del tema de señalética, sitios de información, visitas a los lugares turísticos.

Se está trabajando con el Ministerio del Turismo con quien se está buscando elaborar una ruta turística con la finalidad de que Cayambe se convierta en un destino turístico considerando justamente la falta de información de nuestros sitios turísticos, logrando que Cayambe se convierta en una ciudad de paso.

En resumen, este año vamos a tener una campaña promocional bastante fuerte de lo que es los destinos turísticos de Cayambe y lo que es la accesibilidad a estos sitios.

- c) De acuerdo con su experiencia, ¿Ha notado que los visitantes están motivados por conocer las diferentes alternativas de turismo en la ciudad?

Si, de lo que hemos visto si existe interés no solo de los turistas extranjeros si no también del turismo nacional que vienen al cantón en el momento que empezamos a difundir y comunicar sobre todo lo existente en Cayambe se despierta el interés, nos damos cuenta de que Cayambe si tiene el potencial para convertirse en un destino turístico.

Se está trabando en conjunto con varias entidades, comunidades para que esto se pueda hacer realidad.

- d) ¿Qué calificación otorgaría a los establecimientos turísticos en el tema de atención al cliente, en una escala del 1 al 5 siendo cinco excelentes, uno malo y como se podría mejorar?

Diríamos que es un poco complicado digo esto porque nosotros tenemos catastrados 132 establecimiento turísticos entre lo que en hospedaje, alimentación y centros de diversión de estos apenas 12 tienen el distintivo de calidad y en su mayoría son de alimentación, hospedaje con respecto no cuentan con este distintivo Q de calidad, entonces nuestra intención como municipio de Cayambe es trabajar este plan para implementar la calidad a nivel del cantón Cayambe.

Ya se realizó una primera etapa que se encuentra inconclusa en el 2020 se va a complementar que va incluso ligado a una ordenanza sobre el tema de calidad siendo la intención mejorar la de todos los estos establecimientos turísticos. En el Nevado a Cayambe siendo nuestro principal atractivo turístico estábamos considerados como categoría 3 el momento que llegue el MITUR hace revaluaciones con su respectiva ficha, baja a categoría dos esto es por la atención que se dio en el refugio, entonces estamos también en coordinación del MAE ya que es el ente que ha posicionado a la comunidad al refugio para que mejoren su atención.

Trabajando con las universidades todo enfocado a mejorar la calidad a través de capacitación, formación incluso de la profesionalización de todas las universidades a tal manera que podamos tener un nivel óptimo en los establecimientos turísticos.

e) ¿Existe articulación interinstitucional para fomentar el turismo en el cantón?

Si, estamos trabajando con el MITUR fuertemente para elaborar la ruta turística de Cayambe con su respectiva lubrica esta ruta se llama Kayambi Ñan Paralelo 00 grados, estamos en la construcción de estas y se está trabajando a través de tesis, pasantías con algunas universidades con las que la intención de que todos hagamos una minga y saquemos a Cayambe en el aspecto turístico.

f) ¿Cree usted que es fundamental la elaboración de un producto turístico que identifique al Cantón Cayambe?

Si, necesariamente nosotros tenemos dos iconos importantes por decir el primero es el Nevado Cayambe el único en el mundo por estar atravesado por

la línea ecuatorial es por eso el tema del paralelo 00 este nevado es importante ya que a través de esto también pudieron la misión geodésica medir y comprobar la redondez de la tierra, tiene importancia para el mundo no solo para el Ecuador por eso se quiere potencializar el tema del nevado.

El otro punto es el Capac Ñan es declarado por la Unesco como Patrimonio Mundial de la Humanidad son 1700 metros que tenemos ahí el camino del Capac Ñan que tenemos que conservar y preservar dándole un valor turístico que justamente se está trabajando con esto estamos considerados entre los 5 países que contamos con la dicha de tener el Capan Ñan así que es fundamental hacer comprender al sector privado, que empiecen a entender la importancia del turismo que si hay la posibilidad de poder generar un desarrollo económico a través del turismo.

Modelo de encuesta

Las encuestas se realizaron a turistas nacionales y que visitan los lugares turísticos del cantón Cayambe.

Alternativas de operaciones de turismo receptivo en el cantón Cayambe-Ecuador

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE CAYAMBE

Estimado turista, sírvase responder las siguientes preguntas. La veracidad de sus respuestas será de gran aporte al desarrollo de este trabajo encaminado a determinar las alternativas de operaciones de turismo receptivo en el Cantón Cayambe.

1. Edad

- 17 - 20
- 21 - 30
- 31 - 50
- Más de 51

3. Género

- Masculino
- Femenino

4. Profesión u ocupación:

- Estudiante
- Empleado público
- Empleado privado
- Comerciante
- Desempleado

5. Nivel de ingreso:

- Menos de \$394
- \$394 - \$600
- \$601 - \$1000
- Más de \$1000

6. ¿Conoce usted el cantón Cayambe?

- Si
- No

7. ¿Con quién suele usted salir de viaje?

- Familia
- Amigo
- Solo

8. ¿Con que frecuencia usted realiza actividades turísticas?

- Una vez al año
- Dos veces al año
- Más de dos veces en el año

9. ¿Qué actividad turística le gustaría experimentar en el Cantón Cayambe?

- Montañismo
- Museos
- Turismo comunitario

10. ¿Contrataría usted los servicios de una operadora de turismo para conocer los atractivos turísticos del cantón?

- Si
- No

11. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un paquete turístico de un día en el cantón Cayambe?

- 10 – 25 \$
- 15 – 30 \$
- 35 – 40 \$

12. ¿Qué tipo de servicio le gustaría que incluya en su paquete?

- Hospedaje
- Transporte
- Guías
- Alimentación

13. ¿A través de que medios usted se informó sobre las alternativas de turismo en el cantón?

- Internet
- Amigos
- Redes sociales
- Folletos

14. ¿En su última salida turística, cuánto dinero gastó?

- Menos de \$50
- \$ 50 - \$ 100
- \$100 - \$ 150
- Mas de \$150

15. ¿El motivo de su último viaje fue?

- Turismo
- Trabajo
- Salud



16. ¿Cuál de los siguientes factores es más importante para usted al momento de visitar un establecimiento turístico?

- Precio
- Ubicación
- Accesibilidad
- Seguridad
- Buen servicio
- Todas

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

MODELO DE FICHA TÉCNICA

Tabla 54. Modelo de ficha técnica.

	Ministerio de Turismo	FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.	
Ficha:			
Registro de datos de los atractivos			
1. Datos generales			
Encuestador	Fecha
Supervisor evaluador	Propietario

Nombre del atractivo	Tipo
Categoría	Subtipo
2. Ubicación y clima	
Provincia	Cantón
	Parroquia
Calle	Numero
	Transversal
Latitud	Longitud.....
	Altitud
3. Estado de conservación del atractivo	

Alterado	<input type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>	Deteriorado	<input type="checkbox"/>	Conserva do	<input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:									
4. Actividades que se practican						Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Atractivos naturales						Atractivos culturales			
Paseo en panga.	<input type="checkbox"/>	Canopy	<input type="checkbox"/>	Camping	<input type="checkbox"/>	Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>		
Kayak de rio	<input type="checkbox"/>	Parapente	<input type="checkbox"/>	Caminata	<input type="checkbox"/>	Actividades vivenciales	<input type="checkbox"/>		

Tubing	<input type="checkbox"/>	Montañismo	<input type="checkbox"/>	Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	Degustación de platos típicos	<input type="checkbox"/>		
Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	Escalada	<input type="checkbox"/>	Picnic	<input type="checkbox"/>	Exhibición de piezas, obras etc	<input type="checkbox"/>		
Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	Senderismo	<input type="checkbox"/>			Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
5. Promoción y comercialización del atractivo						Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
5.1. Medios de promoción del atractivo. ¿existe un plan de promoción turística cantonal?						Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Especifique									

.....
.....
.....

¿el atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? Si No

Especifique

.....
.....

6. Infraestructura básica

6.1. Agua Potable Entubada Tratada De pozo No existe

6.2. Energía eléctrica generador No existe



Sistema			
interconectado			
6.3.	Alcantarillado		
Red publica	<input type="checkbox"/>	Pozo ciego	<input type="checkbox"/>
		Pozo séptico	<input type="checkbox"/>
		No existe	<input type="checkbox"/>
6.4.	Precio		
Si	<input type="checkbox"/>	no	<input type="checkbox"/>
		Entrada gratis	<input type="checkbox"/>
Observación:			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			

7. Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (m)			
a. Accesibilidad motriz	<input type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual	<input type="checkbox"/>
		c. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>
		d. No es accesible	<input type="checkbox"/>
Observación:			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
.....			
7.1. Señalización:			
		Bueno	<input type="checkbox"/>
		Regular	<input type="checkbox"/>
		Malo	<input type="checkbox"/>
a. Señalización de aproximación al atractivo:			
Observaciones:			

8. Descripción del atractivo	
9. Anexos	
9.1. Archivo fotográfico (dos)	
9.2. Ubicación gráfica del atractivo	
Fuente	

FICHA TECNICA NEVADO CAYAMBE

Tabla 55. Ficha nevado Cayambe.

 Ministerio de Turismo		FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.		 ecuador <small>ama la vida</small>	
Ficha:1					
Registro de datos de los atractivos					
10. Datos generales					
Encuestador	Francis Kristina Ipiales Achiña		Fecha	
Supervisor			Propietario	Adm. Werner Barrera	
evaluador			Tipo	Ambientes Lacustres	
Nombre del atractivo	Volcán Cayambe		Subtipo	Laguna	
Categoría	Atractivos - Naturales				
11. Ubicación y clima					

Provincia	Pichincha	Cantón	Cayambe	Parroquia	Juan Montalvo
Calle	Vía al Nevado Cayambe	Numero S/N		Transversal	S/N
Latitud	0.008505	Longitud	-78.009644	Altitud	4622 msnm
12. Estado de conservación del atractivo					
Alterado	<input type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>	Deteriorado	<input type="checkbox"/>
				Conservado	<input type="checkbox"/>
				En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:					
.....					
.....					
13. Actividades que se practican				Si	<input type="checkbox"/>
				No	<input type="checkbox"/>
Atractivos naturales				Atractivos culturales	

Paseo en panga.	<input type="checkbox"/>	Canopy	<input type="checkbox"/>	Camping	<input type="checkbox"/>	Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>		
Kayak de rio	<input type="checkbox"/>	Parapente	<input type="checkbox"/>	Caminata	<input type="checkbox"/>	Actividades vivenciales	<input type="checkbox"/>		
Tubing	<input type="checkbox"/>	Montañismo	<input type="checkbox"/>	Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	Degustación de platos típicos	<input type="checkbox"/>		
Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	Escalada	<input type="checkbox"/>	Picnic	<input type="checkbox"/>	Exhibición de piezas, obras etc	<input type="checkbox"/>		
Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	Senderismo	<input type="checkbox"/>			Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
14. Promoción y comercialización del atractivo						Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
14.1. Medios de promoción del atractivo.									

¿existe un plan de promoción turística cantonal?

Si

No

Especifique

Plan de Marketing Turístico

¿el atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal?

Si

No

15. Infraestructura básica

15.1. Agua

Potable

Entubada

Tratada

De pozo

No existe

15.2. Energía eléctrica

Sistema

generador

No existe

interconectado

15.3. Alcantarillado

Red publica	<input type="checkbox"/>	Pozo ciego	<input checked="" type="checkbox"/>	Pozo séptico	<input type="checkbox"/>	No existe	<input type="checkbox"/>
15.4. Precio							
Si	<input type="checkbox"/>	no	<input type="checkbox"/>	Entrada gratis	<input type="checkbox"/>		
Observación:							
En cuanto a la energía eléctrica, se maneja con lo que es un panel solar.							
16. Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (m)							
e. Accesibilidad motriz	<input type="checkbox"/>	f. Accesibilidad visual	<input type="checkbox"/>	g. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>	h. No es accesible	<input type="checkbox"/>
Observación:							
.....							
.....							
16.1. Señalización:							
b. Señalización de aproximación al atractivo:		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input checked="" type="checkbox"/>

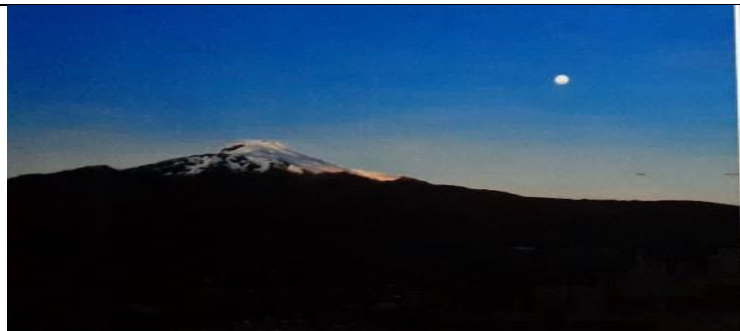
Observaciones:

No se dispone de señalización que permita conocer la proximidad al lugar, además a partir del refugio la señalética a la laguna no es muy buena

17. Descripción del atractivo

El Nevado Cayambe se encuentra ubicado al Noroeste del cantón Cayambe, está dentro del parque Nacional Cayambe Coca, el único nevado, volcán atravesado por la línea Ecuatorial y el punto más alto al sol desde el centro de la tierra, es considerado como la tercera elevación del Ecuador con 5790 msnm. Entre principales sitios a visitar esta la laguna verde y vértice paralelo cero además de existir un refugio que presta varios servicios.

18. Anexos**18.1. Archivo fotográfico (dos)**





18.2. Ubicación gráfica del atractivo



Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica museo de la ciudad

Tabla 56. Ficha museo de la ciudad.

 Ministerio de Turismo		FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.		 ecuator ama la vida	
Ficha:2					
Registro de datos de los atractivos					
19. Datos generales					
Encuestador	Francis Kristina Ipiales Achiña		Fecha	
Supervisor			Propietario	Adm. Lic Oswaldo Imbago	
evaluador					
Nombre del atractivo	Museo de la Ciudad		Tipo	Arquitectura	
Categoría	Manifestaciones Culturales		Subtipo	Infraestructura cultural	
20. Ubicación y clima					
Provincia	Pichincha		Cantón	Cayambe	
			Parroquia	Cayambe	

Calle	Rocafuerte	Numero S/N		Transversal	Bolívar
Latitud	0.041607	Longitud	-78.143089	Altitud	2831 msnm
21. Estado de conservación del atractivo					
Alterado	<input type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>	Deteriorado	<input type="checkbox"/>
				Conservado	<input type="checkbox"/>
					En proceso de deterioro
					<input type="checkbox"/>
Observaciones:					
El atractivo se somete periódicamente a mantenimiento, pero existen factores que lo alteran.					
22. Actividades que se practican				Si	<input type="checkbox"/>
				No	<input type="checkbox"/>
Atractivos naturales			Atractivos culturales		
Paseo en panga.	<input type="checkbox"/>	Canopy	<input type="checkbox"/>	Camping	<input type="checkbox"/>
				Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>

Kayak de rio	<input type="checkbox"/>	Parapente	<input type="checkbox"/>	Caminata	<input type="checkbox"/>	Actividades vivenciales	<input checked="" type="checkbox"/>		
Tubing	<input type="checkbox"/>	Montañismo	<input type="checkbox"/>	Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	Degustación de platos típicos	<input type="checkbox"/>		
Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	Escalada	<input type="checkbox"/>	Picnic	<input type="checkbox"/>	Exhibición de piezas, obras etc	<input type="checkbox"/>		
Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	Senderismo	<input type="checkbox"/>			Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
23. Promoción y comercialización del atractivo						Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
23.1. Medios de promoción del atractivo.									
¿existe un plan de promoción turística cantonal?						Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
Especifique									

Plan de Marketing Turístico

¿el atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?

Si

No

24. Infraestructura básica

24.1. Agua

Potable

Entubada

Tratada

De pozo

No existe

24.2. Energía eléctrica

Sistema

generador

No existe

interconectado

24.3. Alcantarillado

Red publica

Pozo ciego

Pozo séptico

No existe

24.4. Precio

Si no Entrada gratis

Observación:

El atractivo se encuentra en el área urbano y cuenta con todos los servicios básicos.

25. Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (m)

i. Accesibilidad motriz j. Accesibilidad visual k. Accesibilidad auditiva l. No es accesible

Observación:

.....

25.1. Señalización:

c. Señalización de aproximación al atractivo: Bueno Regular Malo

Observaciones:

Existe señalización en diferentes lugares cercanos al atractivo como lo es en el parque 23 de julio.

26. Descripción del atractivo

El museo de la ciudad está ubicado en el centro de Cayambe, junto al parque 23 de Julio, funciona en el edificio Espinoza Jarrin, cuenta con 4 salas de exposiciones, cada una de ellas con temáticas diferentes que narran la historia, cultura e identidad del pueblo Kayambi. Existen servicios de guianza permanente información turística y el acceso es gratuito.

27. Anexos

27.1. Archivo fotográfico (dos)



27.2. Ubicación gráfica del atractivo



Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica sitio arqueológico Puntiatzil

Tabla 57. Museo Puntiatzil.

	Ministerio de Turismo	FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.		
Ficha:3				
Registro de datos de los atractivos				
28. Datos generales				
Encuestador	Francis Kristina Ipiales Achiña	Fecha	
Supervisor		Propietario	Adm. Luis Mora	
evaluador		Tipo	Arquitectura	
Nombre del atractivo	Sitio Arqueológico de Puntiatzil			

Categoría	Manifestaciones – Culturales			Subtipo	Área Arqueológica
29. Ubicación y clima					
Provincia	Pichincha	Cantón	Cayambe	Parroquia	Cayambe
Calle	Loja	Numero	S/N	Transversal	El sol
Latitud	0.04068	Longitud	-78.13790	Altitud	2967 msnm
30. Estado de conservación del atractivo					
Alterado	<input type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>	Deteriorado	<input type="checkbox"/>
				Conserva	<input type="checkbox"/>
				do	En proceso
					de deterioro
					<input type="checkbox"/>
Observaciones:					
Al ser un atractivo cultural, no existe un plan preventivo del lugar, pero se está realizando la normativa cantonal para la conservación.					
31. Actividades que se practican				Si	<input type="checkbox"/>
				No	<input type="checkbox"/>

Atractivos naturales			Atractivos culturales						
Paseo en panga.	<input type="checkbox"/>	Canopy	<input type="checkbox"/>	Camping	<input type="checkbox"/>	Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>		
Kayak de rio	<input type="checkbox"/>	Parapente	<input type="checkbox"/>	Caminata	<input type="checkbox"/>	Actividades vivenciales	<input type="checkbox"/>		
Tubing	<input type="checkbox"/>	Montañismo	<input type="checkbox"/>	Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	Degustación de platos típicos	<input type="checkbox"/>		
Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	Escalada	<input type="checkbox"/>	Picnic	<input type="checkbox"/>	Exhibición de piezas, obras etc	<input type="checkbox"/>		
Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	Senderismo	<input type="checkbox"/>			Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
32. Promoción y comercialización del atractivo						Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

32.1. Medios de promoción del atractivo.

¿existe un plan de promoción turística cantonal?

Si

No

Especifique

Plan de Marketing Turístico

¿el atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal?

Si

No

33. Infraestructura básica

33.1. Agua

Potable

Entubada

Tratada

De pozo

No existe

33.2. Energía eléctrica

Sistema

generador

No existe

interconectado

33.3. Alcantarillado

Red publica	<input type="checkbox"/>	Pozo ciego	<input type="checkbox"/>	Pozo séptico	<input type="checkbox"/>	No existe	<input type="checkbox"/>
33.4. Precio							
Si	<input type="checkbox"/>	no	<input type="checkbox"/>	Entrada gratis	<input type="checkbox"/>		
Observación:							
En cuanto a la energía eléctrica, se maneja con lo que es un panel solar.							
34. Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (m)							
m. Accesibilidad motriz	<input type="checkbox"/>	n. Accesibilidad visual	<input type="checkbox"/>	o. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>	p. No es accesible	<input type="checkbox"/>
Observación:							
.....							
34.1. Señalización:							
d. Señalización de aproximación al atractivo:		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							

Escasa señalización en el atractivo además de no encontrarse dentro de una normativa vigente.

35. Descripción del atractivo

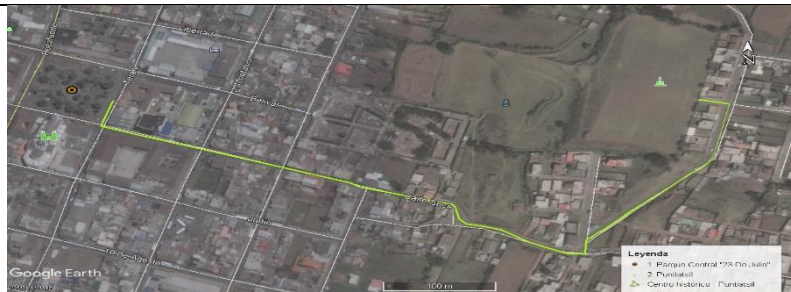
Puntiatzil se encuentra ubicada al noroeste del centro de la ciudad de Cayambe, es un sitio arqueológico como ceremonial del pueblo Kayambi, cabe mencionar que en la actualidad se siguen practicando los rituales ancestrales en honor a las cosechas del mes de marzo y junio.

36. Anexos

36.1. Archivo fotográfico (dos)





36.2. Ubicación gráfica del atractivo



Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica centro Intercultural Transito Amaguaña

Tabla 58. Centro Intercultural.

	Ministerio de Turismo	FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.	
<p>Ficha:1</p>			
Registro de datos de los atractivos			
37. Datos generales			
Encuestador	Francis Kristina Ipiales Achiña	Fecha
Supervisor evaluador		Propietario	Adm. Juan Bustos
Nombre del atractivo	Centro Intercultural Transito Amaguaña	Tipo	Arquitectura

Categoría	Manifestaciones Culturales	Subtipo	Infraestructura cultural
38. Ubicación y clima			
Provincia	Pichincha	Cantón	Cayambe
		Parroquia	Olmedo (pesillo)
Calle	Comunidad La Chimba	Numero S/N	
		Transversal	Bolívar
Latitud	0.137790	Longitud	-78.067724
		Altitud	3117 msnm
39. Estado de conservación del atractivo			
Alterado	<input type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>
		Deteriorado	<input type="checkbox"/>
		Conserva	<input type="checkbox"/>
		do	<input type="checkbox"/>
		En proceso	<input type="checkbox"/>
		de deterioro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:			
40. Actividades que se practican		Si	<input type="checkbox"/>
		No	<input type="checkbox"/>
Atractivos naturales		Atractivos culturales	

Paseo en panga.	<input type="checkbox"/>	Canopy	<input type="checkbox"/>	Camping	<input type="checkbox"/>	Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>		
Kayak de rio	<input type="checkbox"/>	Parapente	<input type="checkbox"/>	Caminata	<input type="checkbox"/>	Actividades vivenciales	<input type="checkbox"/>		
Tubing	<input type="checkbox"/>	Montañismo	<input type="checkbox"/>	Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	Degustación de platos típicos	<input type="checkbox"/>		
Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	Escalada	<input type="checkbox"/>	Picnic	<input type="checkbox"/>	Exhibición de piezas, obras etc	<input type="checkbox"/>		
Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	Senderismo	<input type="checkbox"/>			Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
41.Promoción y comercialización del atractivo						Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
41.1. Medios de promoción del atractivo.									

¿existe un plan de promoción turística cantonal?

Si

No

Especifique

Plan de Marketing Turístico

¿el atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal?

Si

No

42. Infraestructura básica

42.1. Agua

Potable

Entubada

Tratada

De pozo

No existe

42.2. Energía eléctrica

Sistema

generador

No existe

interconectado

42.3. Alcantarillado

Red publica	<input type="checkbox"/>	Pozo ciego	<input type="checkbox"/>	Pozo séptico	<input type="checkbox"/>	No existe	<input type="checkbox"/>
42.4. Precio							
Si	<input type="checkbox"/>	no	<input type="checkbox"/>	Entrada gratis	<input type="checkbox"/>		
Observación:							
El atractivo se encuentra en el área urbano y cuenta con todos los servicios básicos.							
43. Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (m)							
q. Accesibilidad motriz	<input type="checkbox"/>	r. Accesibilidad visual	<input type="checkbox"/>	s. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>	t. No es accesible	<input type="checkbox"/>
Observación:							
.....							
.....							
43.1. Señalización:							
e. Señalización de aproximación al atractivo:		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>

Observaciones:

Existe una señalética realizada por el Ministerio, pero cabe recalcar que no existe señalética interna.

44. Descripción del atractivo

El Centro Intercultural Transito Amaguaña se encuentra ubicada en la parte norte del cantón Cayambe, este se encuentra funcionando en las instalaciones de la antigua hacienda de la chimba y edificado en honor a uno de los líderes más importantes del país en él se encuentran.

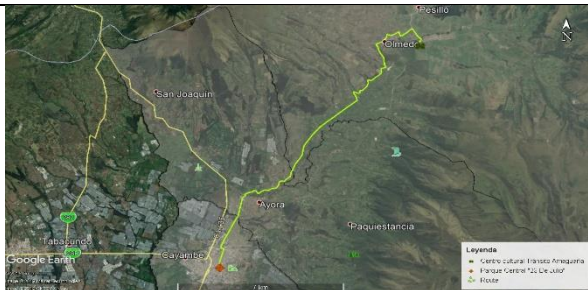
Un mausoleo donde reposan sus restos.

45. Anexos

45.1. Archivo fotográfico (dos)





45.2. Ubicación gráfica del atractivo



Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica Monumento a la mitad del mundo

Tabla 59. *Monumento de la mitad del mundo.*

	Ministerio de Turismo	FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.	
Ficha:5			
Registro de datos de los atractivos			
46. Datos generales			
Encuestador	Francis Kristina Ipiales Achiña	Fecha
Supervisor evaluador		Propietario	Adm. Juan José Quishpe

Nombre del atractivo	Monumento a la Mitad del Mundo	Tipo	Arquitectura
Categoría	Manifestaciones Culturales	Subtipo	Monumentos
47. Ubicación y clima			
Provincia	Pichincha	Cantón	Cayambe
Parroquia	Cangahua	Calle	Barrio la Bola
Numero E35	Transversal	S/N	S/N
Latitud	- 0.0019	Longitud	-78.17651
Altitud	2753 msnm		
48. Estado de conservación del atractivo			
Alterado	<input type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>
Deteriorado	<input type="checkbox"/>	Conservado	<input type="checkbox"/>
		En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:			
Existen proyectos planteados desde lo que es el ámbito comunitario y sector público.			
49. Actividades que se practican		Si	<input type="checkbox"/>
		No	<input type="checkbox"/>

Atractivos naturales			Atractivos culturales						
Paseo en panga.	<input type="checkbox"/>	Canopy	<input type="checkbox"/>	Camping	<input type="checkbox"/>	Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>		
Kayak de rio	<input type="checkbox"/>	Parapente	<input type="checkbox"/>	Caminata	<input type="checkbox"/>	Actividades vivenciales	<input type="checkbox"/>		
Tubing	<input type="checkbox"/>	Montañismo	<input type="checkbox"/>	Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	Degustación de platos típicos	<input type="checkbox"/>		
Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	Escalada	<input type="checkbox"/>	Picnic	<input type="checkbox"/>	Exhibición de piezas, obras etc	<input type="checkbox"/>		
Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	Senderismo	<input type="checkbox"/>			Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
50.Promoción y comercialización del atractivo						Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>

50.1. Medios de promoción del atractivo.

¿existe un plan de promoción turística cantonal?

Si

No

Especifique

Plan de Marketing Turístico

¿el atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal?

Si

No

51. Infraestructura básica

51.1. Agua

Potable

Entubada

Tratada

De pozo

No existe

51.2. Energía eléctrica

Sistema

generador

No existe

interconectado

51.3. Alcantarillado

Red publica	<input type="checkbox"/>	Pozo ciego	<input type="checkbox"/>	Pozo séptico	<input type="checkbox"/>	No existe	<input type="checkbox"/>
51.4. Precio							
Si	<input type="checkbox"/>	no	<input type="checkbox"/>	Entrada gratis	<input type="checkbox"/>		
Observación:							
El atractivo se encuentra en el área urbano y cuenta con todos los servicios básicos.							
52. Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (m)							
u. Accesibilidad motriz	<input type="checkbox"/>	v. Accesibilidad visual	<input type="checkbox"/>	w. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>	x. No es accesible	<input type="checkbox"/>
Observación:							
.....							
.....							
52.1. Señalización:							
f. Señalización de aproximación al atractivo:		Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>

Observaciones:

En el caso de la energía eléctrica en el atractivo para el uso del visitante se lo puede encontrar en el centro de información turística.

53. Descripción del atractivo

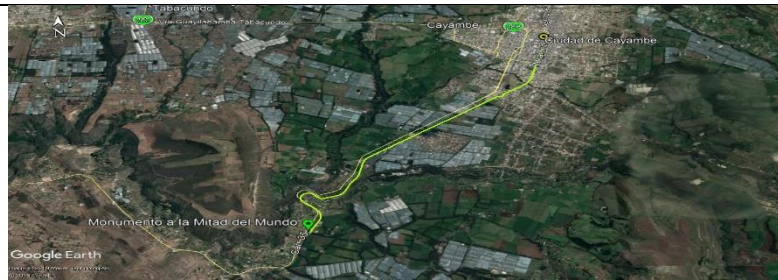
La construcción de este monumento se realizó en homenaje a la visita de la Misión Científica Francesa en cuanto al monumento fue donado por el municipio hace 70 años es tallada en piedra, además de estar situado en el centro de la comunidad a pocos pasos del verdadero grado 0, sobre una plataforma de cemento.

54. Anexos

54.1. Archivo fotográfico (dos)



54.2. Ubicación gráfica del atractivo



Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica Cuniburo-Fincas Agroecológicas – Furafanga

Tabla 60. *Cuniburo -Furajanga.*

	Ministerio de Turismo	FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.	
Ficha:2			
Registro de datos de los atractivos			
55. Datos generales			

Encuestador	Francis Kristina Ipiales Achiña	Fecha
Supervisor evaluador		Propietario	Adm. Esther Villalba
Nombre del atractivo	Cuniburo-Fincas Agroecológicas - Furafanga	Tipo	Realizaciones Técnicas y Científicas
Categoría	Manifestaciones Culturales	Subtipo	Centros Agropecuarios y pesqueros
56. Ubicación y clima			
Provincia	Pichincha	Cantón	Cayambe
Parroquia		Parroquia	Cangahua
Calle	Cuniburo	Numero S/N	Transversal S/N
Latitud	- 0.11331	Longitud	-78.152630
		Altitud	2799 msnm
57. Estado de conservación del atractivo			

Alterado <input type="checkbox"/>	No alterado <input type="checkbox"/>	Deteriorado <input type="checkbox"/>	Conserva do <input type="checkbox"/>	En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>
Observaciones:				
58. Actividades que se practican			Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
Atractivos naturales			Atractivos culturales	
Paseo en panga. <input type="checkbox"/>	Canopy <input type="checkbox"/>	Camping <input type="checkbox"/>	Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	
Kayak de rio <input type="checkbox"/>	Parapente <input type="checkbox"/>	Caminata <input type="checkbox"/>	Actividades vivenciales <input checked="" type="checkbox"/>	
Tubing <input type="checkbox"/>	Montañismo <input type="checkbox"/>	Cicloturismo <input type="checkbox"/>	Degustación de platos típicos <input type="checkbox"/>	

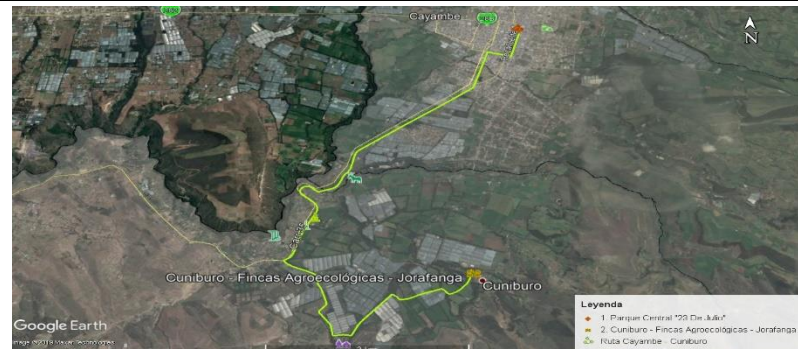
<p>Paseo en bote <input type="checkbox"/> Escalada <input type="checkbox"/> Picnic <input type="checkbox"/></p> <p>Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/> Senderismo <input type="checkbox"/></p>	<p>Exhibición de piezas, obras etc <input type="checkbox"/></p> <p>Compra de artesanías <input type="checkbox"/></p>
<p>59. Promoción y comercialización del atractivo</p>	<p>Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>
<p>59.1. Medios de promoción del atractivo. ¿existe un plan de promoción turística cantonal?</p> <p>Especifique</p> <p>Plan de Marketing Turístico</p> <p>¿el atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal?</p>	<p>Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p>
<p>60. Infraestructura básica</p>	
<p>60.1. Agua</p>	

Potable	<input type="checkbox"/>	Entubada	<input type="checkbox"/>	Tratada	<input type="checkbox"/>	De pozo	<input type="checkbox"/>	No existe	<input type="checkbox"/>
60.2. Energía eléctrica									
Sistema	<input type="checkbox"/>	generador	<input type="checkbox"/>	No existe	<input type="checkbox"/>				
interconectado									
60.3. Alcantarillado									
Red publica	<input type="checkbox"/>	Pozo ciego	<input type="checkbox"/>	Pozo séptico	<input type="checkbox"/>	No existe	<input type="checkbox"/>		
60.4. Precio									
Si	<input type="checkbox"/>	no	<input type="checkbox"/>	Entrada gratis	<input type="checkbox"/>				
Observación:									
El atractivo se encuentra en el área urbano y cuenta con todos los servicios básicos.									
61. Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (m)									
y. Accesibilid ad motriz	<input type="checkbox"/>	z. Accesibilid ad visual	<input type="checkbox"/>	aa. Accesibilid ad auditiva	<input type="checkbox"/>	bb. No es accesible	<input type="checkbox"/>		

Observación:			
61.1. Señalización:			
g. Señalización de aproximación al atractivo:	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular
		<input type="checkbox"/>	Malo
		<input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
Este atractivo no cuenta con ningún tipo de señalización.			
62. Descripción del atractivo			
La finca Agroecológica se encuentra ubicada al sur del cantón Cayambe, comprenden seis granjas agroecológicas en donde se destaca la producción orgánica, elaboración de deshidratados, convivencia intercultural y gastronomía típica.			
63. Anexos			
63.1. Archivo fotográfico (dos)			





63.2. Ubicación gráfica del atractivo



Fuente: Elaboración propia

Ficha técnica Molinos San Juan

Tabla 61. *Molinos San Juan.*

	Ministerio de Turismo	FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.	
Ficha:6			
Registro de datos de los atractivos			
64. Datos generales			
Encuestador	Francis Kristina Ipiales Achiña	Fecha
Supervisor		Propietario	Jaime Pallares
evaluador		Tipo	Arquitectura
Nombre del atractivo	Molino San Juan Hacienda		

Categoría	Manifestaciones Culturales	Subtipo	Infraestructura - Cultural
65. Ubicación y clima			
Provincia	Pichincha	Cantón	Cayambe
		Parroquia	San José de Ayora
Calle	San Clara	Numero S/N	Transversal
			S/N
Latitud	0.85037	Longitud	-78.151224
		Altitud	2802 msnm
66. Estado de conservación del atractivo			
Alterado	<input type="checkbox"/>	No alterado	<input type="checkbox"/>
		Deteriorado	<input type="checkbox"/>
		Conserva	<input type="checkbox"/>
		do	<input type="checkbox"/>
		En proceso	<input type="checkbox"/>
		de deterioro	<input type="checkbox"/>
Observaciones:			
67. Actividades que se practican		Si	<input type="checkbox"/>
		No	<input type="checkbox"/>
Atractivos naturales		Atractivos culturales	

Paseo en panga.	<input type="checkbox"/>	Canopy	<input type="checkbox"/>	Camping	<input type="checkbox"/>	Visita a talleres artísticos	<input type="checkbox"/>		
Kayak de rio	<input type="checkbox"/>	Parapente	<input type="checkbox"/>	Caminata	<input type="checkbox"/>	Actividades vivenciales	<input type="checkbox"/>		
Tubing	<input type="checkbox"/>	Montañismo	<input type="checkbox"/>	Cicloturismo	<input type="checkbox"/>	Degustación de platos típicos	<input type="checkbox"/>		
Paseo en bote	<input type="checkbox"/>	Escalada	<input type="checkbox"/>	Picnic	<input type="checkbox"/>	Exhibición de piezas, obras etc	<input type="checkbox"/>		
Paseo en moto acuática	<input type="checkbox"/>	Senderismo	<input type="checkbox"/>			Compra de artesanías	<input type="checkbox"/>		
68. Promoción y comercialización del atractivo						Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
68.1. Medios de promoción del atractivo.									

¿existe un plan de promoción turística cantonal?

Si

No

Especifique

Plan de Marketing Turístico

¿el atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal?

Si

No

69. Infraestructura básica

69.1. Agua

Potable

Entubada

Tratada

De pozo

No existe

69.2. Energía eléctrica

Sistema

generador

No existe

interconectado

69.3. Alcantarillado

Red publica	<input type="checkbox"/>	Pozo ciego	<input type="checkbox"/>	Pozo séptico	<input type="checkbox"/>	No existe	<input type="checkbox"/>		
69.4. Precio									
Si	<input type="checkbox"/>	no	<input type="checkbox"/>	Entrada gratis	<input type="checkbox"/>				
Observación:									
70. Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (m)									
cc. Accesibilidad motriz	<input type="checkbox"/>	dd. Accesibilidad visual	<input type="checkbox"/>	ee. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>	ff. No es accesible	<input type="checkbox"/>		
Observación:									
70.1. Señalización:									
h. Señalización de aproximación al atractivo:				Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>
Observaciones:									
Existe una señalización, pero esta no se encuentra dentro de la normativa vigente y únicamente se la localiza al inicio del atractivo.									

71. Descripción del atractivo

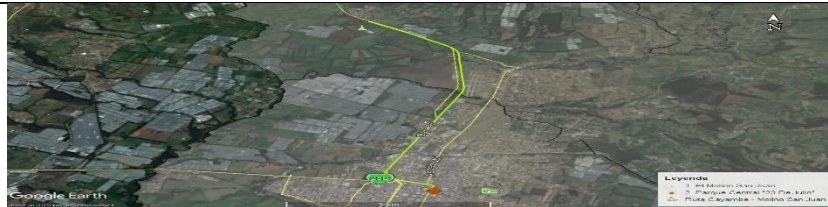
La hacienda se remonta al siglo XVI, entre la oferta turística del establecimiento y como actividades principales agroturismo y exposición de rosas, guianza de piezas históricas.

72. Anexos

72.1. Archivo fotográfico (dos)



72.2. Ubicación gráfica del atractivo



Fuente: Elaboración propia

Tabla 62. *Cálculo de amortización.*

Número de pago	Tasa de interés mensual	Tiempo a pagar	Préstamo	MI	Monto a pagar mensual	Pago de interés	Pago de capital	Saldo insoluto
1	0,0125	60	10000	42,0345918	249,00	125,00	112,90	9887,10
2	0,0125	59	9887,1	41,5600242	249,00	123,59	114,31	9772,79
3	0,0125	58	9772,79	41,0795245	249,00	122,16	115,74	9657,05
4	0,0125	57	9657,05	40,5930186	249,00	120,71	117,19	9539,86
5	0,0125	56	9539,86	40,1004313	249,00	119,25	118,65	9421,21
6	0,0125	55	9421,21	39,6016867	249,00	125,00	120,13	9301,08
7	0,0125	54	9301,08	39,0967078	249,00	116,26	121,64	9179,44
8	0,0125	53	9179,44	38,5854166	249,00	114,74	123,16	9056,28
9	0,0125	52	9056,28	38,0677343	249,00	113,20	124,70	8931,58
10	0,0125	51	8931,58	37,543581	249,00	111,64	126,25	8805,33
11	0,0125	50	8805,33	37,0128758	249,00	110,07	127,83	8677,50
12	0,0125	49	8677,5	36,4755367	249,00	108,47	129,43	8548,07
13	0,0125	48	8548,07	35,9314809	249,00	106,85	131,05	8417,02
14	0,0125	47	8417,02	35,3806244	249,00	105,21	132,69	8284,33
15	0,0125	46	8284,33	34,8228822	249,00	103,55	134,34	8149,99
16	0,0125	45	8149,99	34,2581683	249,00	101,87	136,02	8013,97
17	0,0125	44	8013,97	33,6863954	249,00	100,17	137,72	7876,25
18	0,0125	43	7876,25	33,1074753	249,00	98,45	139,45	7736,80
19	0,0125	42	7736,8	32,5213187	249,00	96,71	141,19	7595,61
20	0,0125	41	7595,61	31,9278352	249,00	94,95	142,95	7452,66
21	0,0125	40	7452,66	31,3269332	249,00	93,16	144,74	7307,92
22	0,0125	39	7307,92	30,7185198	249,00	91,35	146,55	7161,37

23	0,0125	38	7161,37	30,1025013	249,00	89,52	148,38	7012,99
24	0,0125	37	7012,99	29,4787826	249,00	87,66	150,24	6862,75
25	0,0125	36	6862,75	28,8472674	249,00	85,78	152,12	6710,63
26	0,0125	35	6710,63	28,2078582	249,00	83,88	154,02	6556,61
27	0,0125	34	6556,61	27,5604564	249,00	81,96	155,94	6400,67
28	0,0125	33	6400,67	26,9049622	249,00	80,01	157,89	6242,78
29	0,0125	32	6242,78	26,2412742	249,00	78,03	159,86	6082,92
30	0,0125	31	6082,92	25,5692901	249,00	76,04	161,86	5921,06
31	0,0125	30	5921,06	24,8889062	249,00	74,01	163,89	5757,17
32	0,0125	29	5757,17	24,2000176	249,00	71,96	165,93	5591,24
33	0,0125	28	5591,24	23,5025178	249,00	69,89	168,01	5423,23
34	0,0125	27	5423,23	22,7962993	249,00	67,79	170,11	5253,12
35	0,0125	26	5253,12	22,081253	249,00	65,66	172,24	5080,88
36	0,0125	25	5080,88	21,3572687	249,00	63,51	174,39	4906,49
37	0,0125	24	4906,49	20,6242345	249,00	61,33	176,57	4729,92
38	0,0125	23	4729,92	19,8820374	249,00	59,12	178,78	4551,14
39	0,0125	22	4551,14	19,1305629	249,00	56,89	181,01	4370,13
40	0,0125	21	4370,13	18,3696949	249,00	54,63	183,27	4186,86
41	0,0125	20	4186,86	17,5993161	249,00	52,34	185,56	4001,30
42	0,0125	19	4001,3	16,8193076	249,00	50,02	187,88	3813,42
43	0,0125	18	3813,42	16,0295489	249,00	47,67	190,23	3623,19
44	0,0125	17	3623,19	15,2299183	249,00	45,29	192,61	3430,58
45	0,0125	16	3430,58	14,4202923	249,00	42,88	195,02	3235,56
46	0,0125	15	3235,56	13,6005459	249,00	40,44	197,45	3038,11
47	0,0125	14	3038,11	12,7705527	249,00	37,98	199,92	2838,19
48	0,0125	13	2838,19	11,9301847	249,00	35,48	202,42	2635,77

49	0,0125	12	2635,77	11,079312	249,00	32,95	204,95	2430,82
50	0,0125	11	2430,82	10,2178034	249,00	30,39	207,52	2223,30
51	0,0125	10	2223,3	9,34552591	249,00	27,79	210,11	2013,19
52	0,0125	9	2013,19	8,46234498	249,00	25,16	212,73	1800,46
53	0,0125	8	1800,46	7,56812429	249,00	22,51	215,39	1585,07
54	0,0125	7	1585,07	6,66272585	249,00	19,81	218,09	1366,98
55	0,0125	6	1366,98	5,74600992	249,00	17,09	220,81	1146,17
56	0,0125	5	1146,17	4,81783504	249,00	14,33	223,57	922,60
57	0,0125	4	922,6	3,87805798	249,00	11,53	226,37	696,23
58	0,0125	3	696,23	2,92653371	249,00	8,70	229,20	467,03
59	0,0125	2	467,03	1,96311538	249,00	5,84	232,06	234,97
60	0,0125	1	234,97	0,98765432	249,00	2,94	234,97	0,00

CALCULO, COSTO Y PRECIO DE LOS PRODUCTOS.

Tabla 63. *Turismo comunitario.*

Costos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Chofer / Guía comunitario	\$ 9.304,77	\$ 10.300,90	\$ 10.407,44	\$ 10.515,18	\$ 11.145,05
Costos ind. De fabricación	\$ 14.811,00	\$ 16.440,00	\$ 18.247,50	\$ 20.256,00	\$ 22.483,50
costo unitario	\$ 9,00	\$ 9,07	\$ 8,91	\$ 8,83	\$ 8,96
Total, gastos unitarios	\$ 0,99	\$ 0,91	\$ 0,84	\$ 0,78	\$ 0,69
Costo unitario	\$ 9,98	\$ 9,98	\$ 9,75	\$ 9,62	\$ 9,65
Precio del paquete	\$ 23,00	\$ 23,26	\$ 23,52	\$ 23,78	\$ 24,05
Margen de ganancia	\$ 13,02	\$ 13,28	\$ 13,77	\$ 14,16	\$ 14,40
Iva 12%	\$ 2,76	\$ 2,79	\$ 2,82	\$ 2,85	\$ 2,89
P. de venta	\$ 25,76	\$ 26,05	\$ 26,34	\$ 26,64	\$ 26,93

Tabla 64. *Montañismo.*

Costos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Chofer / Guía especializado	\$ 12.172,37	\$ 13.503,90	\$ 13.646,31	\$ 13.790,33	\$ 13.943,18
Costos ind. De fabricación	\$ 14.811,00	\$ 16.440,00	\$ 18.247,50	\$ 20.256,00	\$ 22.483,50
costo unitario	\$ 20,14	\$ 22,35	\$ 19,83	\$ 21,17	\$ 19,42
Total, gastos	\$ 1,97	\$ 2,00	\$ 1,68	\$ 1,70	\$ 1,47
Costo unitario	\$ 22,11	\$ 24,34	\$ 21,52	\$ 22,87	\$ 20,89
Precio del paquete	\$ 60,00	\$ 60,67	\$ 61,35	\$ 62,04	\$ 62,73
Margen de ganancia	\$ 37,89	\$ 36,33	\$ 39,84	\$ 39,17	\$ 41,84
Iva 12%	\$ 7,20	\$ 7,28	\$ 7,36	\$ 7,44	\$ 7,53
Precio de venta	\$ 67,20	\$ 67,95	\$ 68,71	\$ 69,48	\$ 70,26

Tabla 65. *Museos.*

Costos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Recepcionista/ Guía comunitario	\$ 7.128,00	\$ 7.207,83	\$7.288,56	\$ 7.370,19	\$7.452,74
Costos ind. De fabricación	\$ 14.811,00	\$16.440,00	\$18.247,50	\$20.256,00	\$22.483,50
costo unitario	\$ 6,30	\$ 5,88	\$ 5,96	\$5,73	\$5,59
Total gastos	\$ 0,76	\$ 0,67	\$ 0,63	\$ 0,57	\$0,52
Costo unitario	\$ 7,06	\$ 6,55	\$ 6,59	\$ 6,29	\$6,10
Precio del paquete	\$ 20	\$ 20,22	\$ 20,45	\$ 20,68	\$20,91
Margen de ganancia	\$ 12,94	\$ 13,68	\$ 13,86	\$ 14,39	\$14,81
Iva 12%	\$ 2,40	\$ 2,43	\$ 2,45	\$ 2,48	\$2,51
Precio de venta	\$ 22,40	\$ 22,65	\$ 22,90	\$ 23,16	\$ 23,42

Tabla 66. *Gastos Administrativos.*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneraciones del personal administrativo	\$7.128,00	\$7.207,83	\$7.288,56	\$7.370,19	\$7.452,74
Servicios básicos	\$1.464,00	\$1.480,40	\$1.496,98	\$1.513,74	\$1.530,70
Gasto de alquiler	\$360,00	\$364,03	\$368,11	\$372,23	\$376,40
Suministros y materiales de oficina	\$63,80	\$64,51	\$65,24	\$65,97	\$66,71
Plan de manejo	\$490,00	\$495,49	\$501,04	\$506,65	\$512,32
Materiales de aseo y limpieza	\$266,00	\$268,98	\$271,99	\$275,04	\$278,12
Total gastos administrativos	\$9.771,80	\$9.881,24	\$9.991,91	\$10.103,82	\$10.216,99

Tabla 67. *Gasto de ventas y exportaciones.*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Descuentos por días feriados. Día de las madres (museos)	\$41.014,34	\$41.473,70	\$41.938,20	\$42.407,91	\$42.882,88
Total gastos de ventas	\$41.014,34	\$41.473,70	\$41.938,20	\$42.407,91	\$42.882,88

Tabla 68. *Gastos de financiamiento.*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	\$ 249,000	\$ 135,00	\$123,00	\$ 112,00	\$ 98,43

Cálculo del impuesto a la renta

TABLA IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES

AÑO 2019 En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	11.310	0	0 %
11.310	14.410	0	5 %
14.410	18.010	155	10 %
18.010	21.630	515	12 %
21.630	43.250	949	15 %
43.250	64.860	4.193	20 %
64.860	86.480	8.513	25 %
86.480	115.290	13.920	30 %
115.290	En adelante	22.563	35 %

Figura 30. Cálculo del impuesto a la renta

Tabla 69. Estado de flujo de caja.

FASE	INVERSIÓN			OPERACIONAL		
AÑO	0	1	2	3	4	5
1. FLUJO DE CAJA OPERACIONAL						
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS		\$17.853,76	\$17.853,76	\$17.853,76	\$17.853,76	\$17.853,76
AJUSTES NO DESEMBOLSABLES						
Depreciación de activos operacionales		\$ 11.400,00	\$ 11.400,00	\$ 11.400,00	\$ 11.400,00	\$ 11.400,00
Gastos de depreciación de activos		\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00
Amortización de intangibles		\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		\$29.901,76	\$29.901,76	\$29.901,76	\$29.901,76	\$29.901,76
2. FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES						
INVERSIONES						

(-) Inversión fija	(\$ 3.160,00)					
(-) Inversión intangible	\$-674,75					
(-) Capital de trabajo		\$-10.692,11	\$-11.840,58	\$-14.911,20	\$-17.569,89	\$-19.549,44
SALDO FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	\$-3.834,75	\$19.209,65	\$18.061,18	\$14.990,56	\$12.331,87	\$10.352,32
3. FLUJO DE CAJA DE FINANCIAMIENTO						
Préstamo	\$10.000,00					
Amortización del préstamo		\$6.340,49	\$7.291,56	\$8.385,30	\$9.643,09	\$11.089,56
SALDO FLUJO DE CAJA FINANCIERO	\$29.910,50	\$25.550,14	\$25.352,74	\$23.375,86	\$21.974,96	\$21.441,88
SALDO ACUMULADO DE CAJA	\$29.910,50	\$35.265,30	\$59.368,12	\$68.295,00	\$75.168,96	\$125.610,84