



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO**  
**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

**TEMA:**

**OPERADORA TURÍSTICA ESPECIALIZADA EN TURISMO DE  
AVENTURA, CON EL FIN DE POTENCIALIZAR LAS ACTIVIDADES DE  
RECREACIÓN EN EL CANTÓN IBARRA, IMBABURA- ECUADOR**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN  
TURISMO**

**AUTOR: María Fernanda Criollo Criollo**

**DIRECTOR: Msc. Victoria Ruíz**

**IBARRA 2022**

## APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, VICTORIA GEOVANNA RUÍZ ERAZO, en mi calidad de docente de trabajo de titulación denominado: **OPERADORA TURÍSTICA ESPECIALIZADA EN TURISMO DE AVENTURA, CON EL FIN DE POTENCIALIZAR LAS ACTIVIDADES DE RECREACIÓN EN EL CANTÓN IBARRA, IMBABURA-ECUADOR**, de autoría de la Srta. **MARÍA FERNANDA CRIOLLO CRIOLLO**, tengo a bien manifestar que el documento contiene los requisitos académicos e investigativos pertinentes para que sea sometido a defensa pública, por lo que autorizó, que se realice los trámites consiguientes.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Victoria Geovanna Ruiz Erazo", is written over the printed name and ID number.

VICTORIA GEOVANNA RUÍZ ERAZO

C.C. 0401393855

## AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 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			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1050510922		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	María Fernanda Criollo Criollo		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Ibarra, La Dolorosa de Priorato, Santa Rosa		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:mfcriolloc@utn.edu.ec">mfcriolloc@utn.edu.ec</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2531232	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0988298056
DATOS DE LA OBRA			
<b>TÍTULO:</b>	Operadora turística especializada en turismo de aventura, con el fin de potencializar las actividades de recreación en el cantón Ibarra, Imbabura- Ecuador		
<b>AUTOR (ES):</b>	Criollo Criollo María Fernanda		
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	15 de marzo del 2022		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>		
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciatura en Turismo		
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	MsC. Victoria Geovanna Ruíz Erazo		

## CONSTANCIAS

La autora 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 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 23 días del mes de octubre de 2022

OT 2022/10/23

**LA AUTORA:** OT 2022/10/23



María Fernanda Criollo Criollo

OT 2022/10/23

OT 2022/10/23

## DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado principalmente a Dios por ser mi guía, mi sustento, mi consejero, quién ha permitido que logre culminar esta etapa dándome la salud y la vida, dónde cada tropiezo se ha convertido en una enseñanza que me ha hecho más fuerte.

De igual manera dedico mi trabajo de grado con mucho cariño a mi madre Esperanza Criollo, mis hermanas; Silvia, Amanda, Sra. Luz Quiña y a mi novio Jhonny Pilacuan quiénes han estado en todo el proceso ayudándome a superar mis miedos y obstáculos, gracias por estar día tras día motivándome, aconsejándome, alentándome y ayudándome con los recursos que he necesitado, todo esto para cumplir mis metas trazadas a pesar de las circunstancias.

Aprendí que trabajar sola puede funcionar, pero lo que realmente es importante es que obtendré mejores resultados si lo realizo con la ayuda y compañía perfecta.

***María Fernanda Criollo***

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, quiero agradecer a mi padre del cielo quién ha sido el dador de vida y fuerzas durante el transcurso de mi vida universitaria, dándome la sabiduría para alcanzar mis anhelos personales siendo mi guía y sustento para afrontar cada uno de los obstáculos que se ha presentado durante estos 5 años. Un pilar fundamental ha sido mi madre, familia y amigos quienes son mi mayor motivación de superación a quiénes estaré agradecida toda la vida por su cariño y apoyo incondicional.

La acogida de la Universidad Técnica del Norte ha sido un eje fundamental para el crecimiento personal, profesional y artístico, por ello quiero agradecer de manera especial a cada una de las autoridades del Departamento de cultura, Club Baile de Salón, Bienestar Universitario, la Uemprende, y como no a los profesores quiénes fueron los que impartieron sus conocimientos durante este proceso, de manera especial al docente Oswaldo Echeverría quién ha tenido la predisposición de ayudarme en cualquier dificultad.

Finalmente, a la directora de trabajo de grado la MsC. Victoria Ruíz quién supo impartir y guiar a través de sus conocimientos haciendo que el proceso sea menos complejo gracias a su paciencia, durante la vida universitaria se convertido en una amiga y segunda madre quién con sus consejos me ha motivado a superarme.

***María Fernanda Criollo***

## ÍNDICE DE CONTENIDO

**APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO ..**¡Error! Marcador no definido.

**AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD .....**iii

**CONSTANCIAS .....** ¡Error! Marcador no definido.

**DEDICATORIA.....** v

**AGRADECIMIENTO .....** vi

**ÍNDICE DE CONTENIDO.....** vii

**ÍNDICE DE TABLAS .....** xiv

**ÍNDICE DE FIGURAS .....** xvi

**RESUMEN EJECUTIVO .....** xx

**ABSTRACT.....** xxi

**INTRODUCCIÓN .....** xxii

**CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO.....** 1

1. Diagnóstico..... 1

1.1. Determinación y justificación del problema ..... 1

1.1.1. Objetivo general..... 2

1.1.2. Objetivos específicos ..... 2

1.2. Propuesta de la idea de negocios ..... 2

1.3 . Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios ..... 3

1.4. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio .....	4
1.4.1. Análisis de la industria.....	4
1.5. Diagnóstico del emprendimiento turístico .....	6
<b>CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....</b>	<b>9</b>
2.    Objetivo .....	9
2.1. Fundamentos teóricos .....	9
2.1.1. Operadora turística.....	9
2.1.2. Agencia de viajes .....	10
2.1.3. Turismo .....	10
2.1.4. Tipos de turismo .....	11
2.1.5. Demanda turística .....	15
2.1.6. Oferta turística .....	16
2.1.7. Mercado meta .....	16
2.1.8. Segmentación de mercado .....	17
2.1.9. Estudio de factibilidad .....	17
2.1.10. Organigrama estructural .....	18
2.1.11. Manual de funciones .....	18
2.1.12. Flujograma .....	19
2.1.13. Producto turístico .....	19
2.1.14. Estrategias de comercialización.....	20
2.1.15. Plaza.....	20



2.1.16. Precio .....	21
2.1.17. Atractivos turísticos .....	21
2.1.18. Inventario de atractivos .....	22
2.1.19. Impacto ambiental.....	23
2.1.20. Evaluación Impacto ambiental.....	23
2.1.21. TIR (Tasa Interna de Retorno o Tasa Interna de Rentabilidad).....	24
2.1.22. VAN (Valor Actual Neto o Valor Presente Neto) .....	24
2.1.23. Ingresos .....	25
2.1.24. Egresos .....	26
2.1.25. Gastos.....	26
2.2. Fundamentación metodológica .....	27
2.2.1. Tipos de investigación .....	27
2.2.1.1. Investigación descriptiva .....	27
2.2.1. 2. Investigación cualitativa .....	27
2.2.2. Métodos de investigación .....	28
2.2.2.1. Método inductivo .....	28
2.2.2.2. Método deductivo .....	28
2.2.2.3. Método analítico .....	29
2.2.2.4. Método sintético .....	29
2.2.3. Instrumentos de investigación .....	29
2.2.3.1 Encuesta .....	29

2.2.3.2 Entrevista .....	30
2.2.3.3 Población .....	30
2.2.3.4 Muestra .....	31
2.3. Fundamentación legal de la propuesta.....	31
2.3.1 Constitución de la república del Ecuador 2008 .....	31
2.3.2. Ley de Turismo (MINTUR, 2014) .....	33
2.3.3. Reglamento General A La Ley De Turismo (MINTUR, 2015).....	36
2.3.4. Reglamento de operación turística de aventura .....	37
<b>CAPÍTULO III: PROPUESTA .....</b>	<b>38</b>
3.1. Estudio de mercado.....	38
3.1.1. Tipo de muestra .....	38
3.1.1.2. Cálculo de la muestra.....	38
3.1.2. Instrumentos de recolección .....	39
3.1.3. Resultados y discusión.....	40
3.1.4. Segmentación de mercados.....	69
3.1.5. Clientes .....	71
3.1.6. Análisis de la demanda .....	71
3.1.7. Análisis de la oferta .....	72
3.1.8. Demanda insatisfecha .....	75
<b>CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>77</b>
4. Estudio técnico – Administrativo .....	77

4.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....	77
4.1.1. Macro localización.....	77
4.1.2. Micro localización .....	79
4.1.3. Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa .....	82
4.1.4. Identificación y descripción de los procesos .....	82
4.1.4.1. Caracterización y diseño del producto / servicio .....	82
4.2. Ingeniería del proyecto .....	127
4.2.1. Distribución de la planta .....	127
4.2.2. Diseño planimétrico de la planta .....	130
4.2.3. Requerimientos por áreas.....	131
4.2.4. Obra civil necesaria .....	131
4.2.5. Capital de trabajo .....	131
4.2.6. Total, de la Inversión .....	134
4.2.7. Plan de financiación Recursos propios .....	139
4.2.7.1 Estructura organizativa y administrativa .....	139
4.2.7.1.1 Misión .....	139
4.2.7.1.2 Visión.....	140
4.2.7.1.3 Políticas.....	140
4.2.7.1.4 Clientes .....	140
4.2.7.1.5 Personal.....	140
4.2.7.1.6 Valores .....	141

4.2.8. Imagen corporativa .....	141
4.2.9. Organigrama estructural .....	142
4.2.10. Organigrama funcional .....	142
4.2.11. Flujograma de actividades .....	149
4.3. Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual.....	152
4.3.1. De la fundación de la compañía.....	152
4.3.2. Emisión de Certificado de Registro de Turismo por primera vez para Operación e Intermediación Persona Jurídica. ....	155
4.3.3. Emisión de Patente Municipal GAD de Ibarra .....	156
4.3.4. Patente anual de operación turística.....	157
4.3.5. Reglamento de operación turística de aventura .....	158
4.4. Propuesta comercial .....	159
4.4.1. Nombre comercial de la empresa, productos o servicios.....	160
4.4.1.1. Logotipo.....	160
4.4.2. Canales de Distribución .....	162
4.4.2.1. Canal directo .....	162
4.4.2.2. Canal Indirecto.....	164
4.4.3. Publicidad .....	166
4.4.4. Promoción.....	179
<b>CAPÍTULO V: ESTUDIO AMBIENTAL .....</b>	<b>181</b>
5.1. Descripción de las acciones del emprendimiento .....	181

5.1.1. Factores ambientales para interrelacionar en el EIA .....	184
5.1.2. Descripción del método de EIA a aplicar .....	185
5.1.3. Criterios y ponderaciones para evaluar los impactos.....	185
5.1.4. Matriz Leopold .....	189
5.1.5. Jerarquización de impactos positivos .....	194
5.1.6. Plan de manejo ambiental .....	196
<b>CAPÍTULO VI: ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>199</b>
6.1. Inversiones y capital de trabajo .....	199
6.2. Obra civil .....	199
6.3. Estado de situación inicial .....	200
6.4. Tabla de amortización.....	202
6.5. Flujo de efectivo .....	203
6.6. Flujo proyectado a 5 años .....	206
6.7. Costo de capital.....	206
6.8. Flujo económico proyectado.....	207
6.9. Cálculo de la tasa interna de retorno .....	208
6.10. Punto de Equilibrio .....	208
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>212</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>214</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>216</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>224</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Operadora de viajes “Nature Adventure” .....	64
<b>Tabla 2</b> Agencia de viajes “Ecosierra” .....	65
<b>Tabla 3</b> Agencia de viajes “Xplora Travel” .....	67
<b>Tabla 4</b> Segmentación del mercado objetivo de la operadora turística especializada en turismo de aventura .....	69
<b>Tabla 5</b> Demanda potencial.....	72
<b>Tabla 6</b> Resumen de atractivos turísticos .....	72
<b>Tabla 7</b> Proveedores.....	73
<b>Tabla 8</b> Cantidad promedio de turistas anuales .....	74
<b>Tabla 9</b> Cantidad promedio de turistas anuales .....	75
<b>Tabla 10</b> Proyección de la demanda insatisfecha .....	75
<b>Tabla 11</b> Proyección de la demanda objetiva .....	76
<b>Tabla 12</b> Detalle del paquete N°1.....	86
<b>Tabla 13</b> Itinerario N° 1 de Canyoning Yahuarcocha .....	87
<b>Tabla 14</b> Cotización de costos y precios para el paquete N°1.....	92
<b>Tabla 15</b> Detalle del paquete N°2.....	97
<b>Tabla 16</b> Itinerario N° 3 entre cascadas y bordados.....	98
<b>Tabla 17</b> Cotización de costos y precios para el paquete N°2.....	99
<b>Tabla 18</b> Detalle del paquete N°3.....	107
<b>Tabla 19</b> Itinerario N° 3 Recorriendo las orillas del Río Chota.....	108
<b>Tabla 20</b> Cotización de costos y precios para el paquete N°3.....	110
<b>Tabla 21</b> Detalle del paquete N°4.....	117

<b>Tabla 22</b> <i>Itinerario N° 4 de Tarabita Yahuarcocha.....</i>	118
<b>Tabla 23</b> <i>Cotización de costos y precios para el paquete N°4.....</i>	120
<b>Tabla 24</b> <i>Áreas de trabajo de la operadora turística que serán adecuadas .</i>	131
<b>Tabla 25</b> <i>Gastos de servicios básicos de la operadora turística .....</i>	132
<b>Tabla 26</b> <i>Suministros de oficina de la operadora.....</i>	132
<b>Tabla 27</b> <i>Gastos de permisos.....</i>	133
<b>Tabla 28</b> <i>Gastos de adecuación de oficina para la operadora turística .....</i>	133
<b>Tabla 29</b> <i>Mobiliario administrativo de la operadora turística .....</i>	134
<b>Tabla 30</b> <i>Equipo operativo de la operadora turística .....</i>	135
<b>Tabla 31</b> <i>Equipo operativo de la operadora turística .....</i>	135
<b>Tabla 32</b> <i>Equipos de aventura de la operadora turística para rafting .....</i>	136
<b>Tabla 33</b> <i>Equipos de aventura de la operadora turística para canyoning.....</i>	137
<b>Tabla 34</b> <i>Implementación de la tarabita .....</i>	137
<b>Tabla 35</b> <i>Gastos totales de inversión .....</i>	138
<b>Tabla 36</b> <i>Ficha de gerente general.....</i>	142
<b>Tabla 37</b> <i>Funciones del Counter .....</i>	144
<b>Tabla 38</b> <i>Funciones de los Guías.....</i>	145
<b>Tabla 39</b> <i>Funciones del Contador .....</i>	147
<b>Tabla 40</b> <i>Tipología de GLOMES .....</i>	160
<b>Tabla 41</b> <i>Acciones de instalación.....</i>	181
<b>Tabla 42</b> <i>Acciones para el emprendimiento.....</i>	182
<b>Tabla 43</b> <i>Factores ambientales .....</i>	184
<b>Tabla 44</b> <i>Criterios y ponderaciones para evaluar los impactos.....</i>	185
<b>Tabla 45</b> <i>Valoración de los impactos .....</i>	187

<b>Tabla 46</b> <i>Matriz Leopold de implementación</i> .....	189
<b>Tabla 47</b> <i>Matriz Leopold de operación</i> .....	191
<b>Tabla 48</b> <i>Impactos positivos</i> .....	194
<b>Tabla 49</b> <i>Impactos negativos</i> .....	194
<b>Tabla 50</b> <i>Plan de manejo ambiental de GLOMES</i> .....	196
<b>Tabla 51</b> <i>Gastos totales de inversión</i> .....	199
<b>Tabla 52</b> <i>Balance general</i> .....	201
<b>Tabla 53</b> <i>Pago mensual de GLOMES</i> .....	203
<b>Tabla 54</b> <i>Costo de capital</i> .....	206
<b>Tabla 55</b> <i>Flujo proyectado a 5 años</i> .....	207
<b>Tabla 56</b> <i>Tasa interna de retorno</i> .....	208
<b>Tabla 57</b> <i>Punto de equilibrio</i> .....	209

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Localización de la Operadora GLOMES</i> .....	8
<b>Figura 2</b> <i>Organigrama estructural</i> .....	18
<b>Figura 3</b> <i>Diseño de flujogramas</i> .....	19
<b>Figura 4</b> <i>Respuesta de la pregunta 8</i> .....	40
<b>Figura 5</b> <i>Respuesta de la pregunta 9</i> .....	41
<b>Figura 6</b> <i>Respuesta de la pregunta 10</i> .....	42
<b>Figura 7</b> <i>Respuesta de la pregunta 11</i> .....	43
<b>Figura 8</b> <i>Respuesta de la pregunta 12</i> .....	44
<b>Figura 9</b> <i>Respuesta de la pregunta 13</i> .....	45
<b>Figura 10</b> <i>Respuesta de la pregunta 14</i> .....	46



<b>Figura 11</b> <i>Respuesta de la pregunta 15</i> .....	47
<b>Figura 12</b> <i>Respuesta de la pregunta 16</i> .....	48
<b>Figura 13</b> <i>Respuesta de la pregunta 17</i> .....	49
<b>Figura 14</b> <i>Respuesta de la pregunta 18</i> .....	50
<b>Figura 15</b> <i>Respuesta de la pregunta 19</i> .....	51
<b>Figura 16</b> <i>Respuesta de la pregunta 20</i> .....	52
<b>Figura 17</b> <i>Respuesta de la pregunta 21</i> .....	53
<b>Figura 18</b> <i>Cruce de la variable alternativas de turismo y género</i> .....	54
<b>Figura 19</b> <i>Cruce de la variable alternativas de turismo y edad</i> .....	55
<b>Figura 20</b> <i>Cruce de la variable monto de gasto y tipo de persona</i> .....	56
<b>Figura 21</b> <i>Cruce de la variable frecuencia de viaje y tiempo de viaje</i> .....	57
<b>Figura 22</b> <i>Cruce de la variable tipo de persona y organizado por</i> .....	58
<b>Figura 23</b> <i>Cruce de la variable monto adecuado por la actividad y actividades</i> .....	59
<b>Figura 24</b> <i>Cruce de la variable tiempo adecuado y actividades</i> .....	60
<b>Figura 25</b> <i>Cruce de la variable montó a pagar y actividades</i> .....	61
<b>Figura 26</b> <i>Cruce de la variable decisión y actividades</i> .....	62
<b>Figura 27</b> <i>Mapa de ubicación de la ciudad Ibarra</i> .....	79
<b>Figura 28</b> <i>Ubicación operadora turística</i> .....	80
<b>Figura 29</b> <i>Croquis de la operadora turística</i> .....	81
<b>Figura 30</b> <i>Terreno principal para la operadora</i> .....	81
<b>Figura 31</b> <i>Mapa de ruta Cascadas de Yahuarcocha</i> .....	84
<b>Figura 32</b> <i>Mapa Ruta “Entre cascadas y bordados”</i> .....	95
<b>Figura 33</b> <i>Mapa ruta “Orillas del Río Chota”</i> .....	105

<b>Figura 34</b> <i>Mapa ruta “Tarabita Yahuarcocha”</i> .....	115
<b>Figura 35</b> <i>Diseño del plano de la oficina en 2D</i> .....	130
<b>Figura 36</b> <i>Diseño del plano de la oficina en 3D</i> .....	130
<b>Figura 37</b> <i>Gasto de salarios de los colaboradores de la operadora</i> .....	132
<b>Figura 38</b> <i>Logotipo de la empresa</i> .....	141
<b>Figura 39</b> <i>Estructura organizacional de la operadora “GLOMES Operator Tours”</i> .....	142
<b>Figura 40</b> <i>Flujograma de diseño de productos turísticos</i> .....	149
<b>Figura 41</b> <i>Flujograma de venta de paquetes turísticos</i> .....	150
<b>Figura 42</b> <i>Diagrama de flujo de la LUAF</i> .....	156
<b>Figura 43</b> <i>Logotipo de la operadora turística “GLOMES”</i> .....	160
<b>Figura 44</b> <i>Canal directo de distribución de los servicios</i> .....	162
<b>Figura 45</b> <i>Página oficial</i> .....	163
<b>Figura 46</b> <i>Sitio web de Facebook</i> .....	163
<b>Figura 47</b> <i>Sitio web Instagram</i> .....	163
<b>Figura 48</b> <i>Canal de YouTube</i> .....	164
<b>Figura 49</b> <i>Canal de distribución telefónico</i> .....	164
<b>Figura 50</b> <i>Canal indirecto de distribución</i> .....	165
<b>Figura 51</b> <i>Canal de distribución con Royal Destinos.com</i> .....	165
<b>Figura 52</b> <i>Canal de distribución con American Touring</i> .....	166
<b>Figura 53</b> <i>Página web de GLOMES</i> .....	166
<b>Figura 54</b> <i>Afiche paquete N°1</i> .....	167
<b>Figura 55</b> <i>Afiche paquete N°2</i> .....	168
<b>Figura 56</b> <i>Afiche paquete N°3</i> .....	169

<b>Figura 57 Afiche paquete N°4</b> .....	170
<b>Figura 58 Volante</b> .....	171
<b>Figura 59 Páginas de redes sociales a utilizar (Facebook, Instagram, WhatsApp Business, YouTube y Tik Tok)</b> .....	172
<b>Figura 60 Tríptico empresarial GLOMES</b> .....	173
<b>Figura 61 Segundo tríptico empresarial GLOMES</b> .....	174
<b>Figura 62 Cupón de descuento del 30%</b> .....	175
<b>Figura 63 Cupón de descuento del 40%</b> .....	175
<b>Figura 64 Cupón de descuento del 60%</b> .....	176
<b>Figura 65 Tarjeta de presentación Empresarial</b> .....	176
<b>Figura 66 Tarjeta de presentación personal</b> .....	177
<b>Figura 67 Tarjeta PLATINO</b> .....	177
<b>Figura 68 Tarjeta PLUS</b> .....	178
<b>Figura 69 Tarjeta IBER</b> .....	178
<b>Figura 70 Uniformes establecidos para el personal colaborativo de la empresa</b> .....	179
<b>Figura 71 Accesorios</b> .....	179
<b>Figura 72 Credenciales del personal</b> .....	180
<b>Figura 73 Ilustración de impactos positivos</b> .....	194
<b>Figura 74 Ilustración de impactos negativos</b> .....	195
<b>Figura 75 Flujo año 1</b> .....	204
<b>Figura 76 Alcance del punto de equilibrio</b> .....	211

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de emprendimiento denominado “Operadora turística especializada en turismo de aventura”, con el fin de potencializar las actividades de recreación en el cantón Ibarra, así fomentando el turismo local lo que genera ingresos económicos y una mejor calidad de vida. También permite dar a conocer los atractivos naturales y culturales de la ciudad como las cascadas de Yahuarcocha, el Río Chota y los bordados de Zuleta.

GLOMES es una operadora que será ubicada en el sector de la laguna de Yahuarcocha entre la av. José Tobar Tobar, salida de Priorato, frente a los juegos infantiles misma que oferta 4 paquetes turísticos con un valor de \$24, \$22, \$23 y \$24 dólares tomando en consideración el tiempo y la distancia, dentro de la empresa se oferta también servicios complementarios como alojamiento, parapente y piscinas.

Además, para conocer el grado de aceptabilidad de la empresa se utilizó métodos e instrumentos de investigación como las encuestas y fichas de observación de la competencia. La inversión inicial es de \$120.288,8 dólares, se cuenta con un capital contable de \$36.000 dólares, tomando en consideración que para el año uno los ingresos son de \$187.120,5 dólares y \$144.906,73 dólares de egresos. El monto financiado para la operadora es de \$84.288,8 dólares por parte de BanEcuador a un interés de 10,21% con 72 meses donde el pago mensual es de \$1.570,46 dólares. Finalmente se puede decir que el proyecto cumple con cada uno de los requisitos para la ejecución.

**Palabras claves:** Operadora, paquetes, turismo de aventura y servicios

## ABSTRACT

This entrepreneurial project called "Tourist operator specializing in adventure tourism, in order to enhance recreational activities in the Ibarra canton, thus promoting local tourism, which generates economic income and a better quality of life. It also makes it possible to publicize the natural and cultural attractions of the city such as the Yahuarcocha waterfalls, the Chota River and the Zuleta embroidery.

GLOMES is an operator that will be located in the Yahuarcocha lagoon sector between av. José Tobar Tobar, coming out of Priorato, in front of the children's playground, which offers 4 tourist packages with a value of \$24, \$22, \$23 and \$24 dollars, taking into account time and distance, the company also offers complementary services such as accommodation, paragliding and swimming pools.

In addition, to know the degree of acceptability of the company, research methods and instruments were used, such as surveys and competitor observation sheets. The initial investment is \$120,288.8 dollars, there is an equity of \$36,000 dollars, taking into consideration that for year one the income is \$187,120.5 dollars and \$144,906.73 dollars of expenses. The amount financed for the operator is \$84,288.8 dollars by BanEcuador at 10.21% interest with 72 months where the monthly payment is \$1,570.46 dollars. Finally, it can be said that the project meets each of the requirements for execution.

**Keywords:** Operator, packages, adventure tourism and services

## INTRODUCCIÓN

La ciudad de Ibarra en los últimos años ha querido sembrar el turismo, pero debido a muchas adversidades esta es tan solo una ciudad de paso, uno de los motivos es por la falta de aprovechamiento de sus atractivos naturales por lo que se ha visto la necesidad de implementar una operadora turística especializada en turismo de aventura dentro del cantón con el único fin de potencializar las actividades de recreación, ya sea de una u otra manera el incentivar la visita de turistas a conocer la cultura, la gastronomía y la tradición.

A continuación, se realiza una descripción de los 6 capítulos:

**Capítulo I.-** Dentro del capítulo se aborda los antecedentes geográficos, la problemática de “Limitadas actividades recreacionales en la ciudad de Ibarra” y con ellas sus causas y efectos para la operadora, para ello presenta objetivos de estudio, la justificación de ¿cómo?, ¿por qué? y ¿para qué? se realiza el presente proyecto de emprendimiento.

**Capítulo II.-** Se da a conocer el marco teórico considerando las terminologías que son utilizadas para el presente proyecto como: turismo de aventura, operadora, servicios turísticos, antecedentes de la ciudad de Ibarra y toda aquella información que permitió desarrollar el estudio de factibilidad en cada uno de los capítulos. Adicional se detalla la metodología utilizada como son: instrumentos, métodos y técnicas mismas que permitieron la recolección de datos a través de las encuestas y fichas de la competencia. Y por último se describe la fundamentación legal a la que la operadora se apega para la operatividad.

**Capítulo III.-** En este capítulo se aborda acerca del estudio de mercado, dónde se realizó la interpretación de las encuestas y fichas de observación de la competencia realizadas a través de redes sociales debido al covid-19. Estos datos permitieron determinar el segmento de mercado, el perfil del turista, la demanda insatisfecha y la demanda objetiva.

**Capítulo IV.-** Corresponde al estudio técnico, donde se describe la ubicación, la caracterización del producto (diseño de paquetes), diseño planimétrico, construcción y adecuación de la empresa, estructura organizacional y funcional, ideología política de la empresa, propuesta comercial (canales de distribución, estrategias de marketing y redes sociales) y la promoción, todo esto permite a la operadora posesionarse en el mercado comercial.

**Capítulo V.-** Dentro de este capítulo se describe el estudio de impacto ambiental, dónde se determinó los impactos negativos y positivos mediante la aplicación de la matriz de Leopold modificada, con ello el plan de manejo ambiental con medidas correctivas de mitigación, prevención y compensación debido a cualquier daño que puede ocasionar antes, durante y después de la implementación de GLOMES.

**Capítulo VI.-** Finalmente este capítulo corresponde al estudio financiero donde se realizó el estado de situación inicial, la tasa de amortización, flujo de año 1, VAN, TIR, costo de capital y el punto de equilibrio mismo que determinó la rentabilidad del negocio al año tres.

## **CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO**

### **1. Diagnóstico**

#### ***1.1. Determinación y justificación del problema***

En la provincia de Imbabura, el cantón Ibarra se encuentra rodeada de una cadena montañosa y atractivos naturales que son de interés de los visitantes. La variedad de recursos que posee por su ubicación geográfica, siendo una ciudad de tradición española que goza de un clima privilegiado, en la que se puede convivir con varias culturas y etnias. (Ecured, 2017)

Dentro del lugar se ha identificado la limitada oferta turística en cuanto a actividades de recreación en la ciudad de Ibarra, debido a ciertos factores como la priorización de otras actividades económicas de hospedaje y alimentación, y con ello el bajo porcentaje de inversión turística en cuanto a la designación presupuestaria para proyectos por parte de las entidades tanto públicas como privadas.

Debido a la gran población con la que cuenta la zona los problemas políticos entre comunidades es un limitante de estos proyectos, puesto que al existir estos conflictos el apoyo a las nuevas alternativas de negocios turísticos es nula, ya que las autoridades correspondientes quieren acaparar todo y por ende es reflejado en la insatisfacción de los turistas en la variabilidad de servicios de recreación, evitando el aprovechamiento sostenible de los atractivos encontrados en el lugar dando como resultado que los visitantes o turistas pierdan el interés por visitar el sector.

Uno de los grandes problemas que posee el lugar es el desconocimiento de la riqueza de sus recursos naturales, no existe un empoderamiento de su cultura puesto que con el pasar de los años la historia y sus tradiciones se han ido perdiendo, haciendo que este sector adopte otras culturas.



### **1.1.1. Objetivo general**

Diseñar una operadora turística especializada en turismo de aventura en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura para diversificar la oferta de actividades de recreación en el lugar.

### **1.1.2. Objetivos específicos**

- ✚ Diagnosticar la situación actual del entorno de la ciudad de Ibarra para la creación de una operadora turística especializada en turismo de aventura.
- ✚ Realizar un estudio de mercado para una operadora turística especializada en turismo de aventura para la ciudad de Ibarra.
- ✚ Plantear el estudio técnico para el funcionamiento de la operadora turística.
- ✚ Determinar las diferentes estrategias de comercialización y marketing para la operadora turística.
- ✚ Identificar los posibles impactos ambientales, sociales y económicos que provocará la implementación de la operadora turística en Ibarra.
- ✚ Realizar un estudio financiero que permita la identificación de la rentabilidad económica de la operadora turística.

## **1.2. Propuesta de la idea de negocios**

La ciudad de Ibarra es considerada un sitio turístico que a pesar de los grandes problemas que se ha identificado últimamente este es un atractivo que se vende sólo, y cuenta con gran afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros, este sector presenta una gran variedad en cuanto a servicios de alojamiento y alimentación se trata, pero hoy en día las necesidades del turista han cambiado puesto que buscan actividades de recreación dentro de los

atractivos, pero si bien es cierto son limitadas al alcance del visitante lo que provoca la insatisfacción de los visitantes y por ello es conocida sólo como una ciudad de paso.

Por ello se ha llegado a la determinación de implementar una operadora turística especializada en turismo de aventura con el fin de potencializar las actividades de recreación y en si aprovechar los recursos naturales que posee la ciudad de Ibarra mismos que en su mayoría existe desconocimiento ante los visitantes o turistas.

Dentro de la operadora turística se pretende implementar servicios de recreación tales como una tarabita, canyoning, trekking, visita a cascadas, columpio gigante, canoping; estas actividades se prestan por la ubicación y por la gran variedad de atractivos que Ibarra ofrece convirtiéndola en una zona de desarrollo turístico por aprovechar, ya que hoy en día las necesidades de los turistas es el poder viajar y conocer distintos destinos que salgan de su entorno permitiéndole ponerse en contacto con la madre tierra, para ello con la operadora se pretende satisfacer la necesidad del visitante de realizar diferentes actividades donde la alimentación y alojamiento no sean los únicos servicios, y así poder ofertar una gran variedad de servicios de recreación.

Por lo anterior, este proyecto pretende implementar una operadora turística especializada en turismo de aventura que permita a los turistas visitar y conocer partes de la zona a las que no se puede acceder de manera fácil y una nueva forma de compartir entre amigos y familiares proporcionando un sentimiento de vértigo y adrenalina.

### **1.3. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios**

Se considera que la operadora a diferencia de las demás está presta servicios recreacionales impulsando de una u otra manera el valor de los atractivos sin aprovechar que tiene la ciudad de Ibarra, dónde los turistas podrán disfrutar de actividades nuevas en el lugar, puesto que el cliente con el pasar el tiempo tiene nuevas necesidades que hace que busque diferentes lugares y experiencias, dentro de un análisis breve se puede identificar que las operadoras turísticas ofertan destinos y atractivos turísticos muy comunes, que son de conocimiento de más del 50% de ecuatorianos en dónde lo único que varía son los precios y las entidades. Por ello el valor agregado que la operadora pretende ofertar son nuevas actividades recreacionales, en destinos que no han sido aprovechados y en sí dar a conocer la cultura, tradición, música, costumbres y riquezas naturales que posee el lugar.

#### **1.4. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio**

##### ***1.4.1. Análisis de la industria***

Basado en los requerimientos legales el presente proyecto se registrará en la ordenanza de la urbanización reflejos del lago, en el art. 3 menciona de la urbanización que se aprueba en base de al anteproyecto aprobado el 18 de junio del 2018 con trámite cae 0529 por el Colegio de Arquitectos del Ecuador provincia de Imbabura conforme al artículo 221 de la ordenanza que reglamenta el uso y ocupación del suelo y del cantón Ibarra revisión y aprobación de proyectos, todo proyecto arquitectónico o urbanístico será revisada autorizado y aprobado por el GAD de Ibarra a través de la dirección de desarrollo urbano y rural o una entidad colaboradora suscrita previamente con mediante un convenio que cuente con suficiente estructura administrativa profesional y técnica con plena capacidad legal y económica que regula el ámbito del servicio requisitos obligaciones y derechos se llevará a cabo con sujeción escrita a planos debidamente sellados por el Colegio de Arquitectos del Ecuador

provincia de Imbabura los mismos que se deberán protocolizar en una de las notarías públicas del cantón Ibarra para que surta efectos legales. (GAD Municipal de Ibarra, 2019)

El proyecto pretende darle valor turístico a cada uno de los atractivos que son de desconocimiento de la sociedad mediante las actividades ejecutadas por la operadora, donde la localidad se empodere de su entidad, haciendo que la población adopte la cultura de cuidado y responsabilidad social dentro del lugar con ello las áreas comerciales mejoren su servicio o producto de tal manera que se logre satisfacer las necesidades del turista o visitante, dando como resultado el aumento significativo en la economía y en sí mejorando la calidad de vida.

Sobre el uso de la tecnología se ha incorporado nuevos equipos de última gama donde el servicio que se pretende ofrecer sea completamente satisfactorio precautelando la vida y seguridad del visitante, llevándose la mejor experiencia.

En cuanto al cuidado del medio ambiente este está regulado bajo la ordenanza que norma el plan de Gestión ambiental en el cantón de Ibarra la cual tiene como objeto establecer la política pública a nivel cantonal a través de acciones, y herente es recuperar y conservar los recursos naturales los servicios eco sistémicos y a la calidad ambiental del cantón Ibarra y ejercer las funciones de asesoramiento operación técnica ambiental y de aplicación y de control de las políticas emanadas por la norma ambiental cantonal y nacional, cumpliendo a cabalidad lo que es el artículo 4 principios dentro de los principios tendremos lo que es la prevención la precaución la responsabilidad integral y el desarrollo sostenible así brindando un negocio amigable con el medio ambiente. (GAD Municipal de Ibarra, 2019)

## 1.5. Diagnóstico del emprendimiento turístico

El cantón Ibarra cuenta con una población de alrededor 221.149 habitantes de los cuales el 51,54% son mujeres y el 48,45% son hombres, del total de habitantes el 77,12% se considera como población económicamente activa (Scacco, 2020).

Ibarra se encuentra rodeada de una cadena montañosa y atractivos naturales que son de interés de los visitantes. La variedad de recursos que posee por su ubicación geográfica, siendo una ciudad de tradición española que goza de un clima privilegiado, en la que se puede convivir con varias culturas y etnias. (Ecured, 2017). Dentro de la localidad se puede evidenciar que la actividad económica turística con mayor afluencia de turistas son durante los fines de semana y feriados, por su ubicación en la parte urbana esta cuenta servicios básicos y complementarios, servicios de transporte público (cooperativa “28 de Septiembre”; Cooperativa “San Miguel Arcángel”) y privado (Cooperativa de taxis “TAX Pimax”, agencias), servicios bancarios (Banco Pichincha, BanEcuador, Banco del Pacífico, etc.), servicios médicos (Hospital San Vicente de Paúl, IESS y sub centros de salud), servicios alimentarios (tiendas, restaurantes, mercado de Priorato), seguridad (UPC Totoral).

En cuanto a sus recursos turísticos naturales que se ha identificado esta permite efectuar acciones de recreación tales como paseo en canoa, puenting, kayak, parapente, visita a comunidades, elaboración de artesanías, ingreso a las grandes infraestructuras consideradas como patrimonio y también ofrece una variedad de servicios alimentarios como hospedaje; recursos naturales idóneos para las actividades extremas dónde su valor turístico es muy enriquecedor para el aprovechamiento sostenible ofreciendo una experiencia llena de adrenalina y vértigo; grandes relieves que según investigaciones existió presencia y manifestación de culturas que hoy en día varios de estos espacios son usados para intervenir en actividades deportivas; ciclismo,

motocross, trekking y como potencialidades turísticas culturales están las tolas, estas construcciones arqueológicas despiertan el interés cultural por la historia y tradición, pues el visitante puede participar de excursiones de investigación y es usado de generación en generación cuya actividad es reconocida a nivel nacional e internacional, dando la oportunidad de involucrarse al turista en la fiesta del Inti Raymi; Por otro lado el Mirador Arcángel es un monumento creado en honor a San Miguel Arcángel siendo el patrono de la ciudad, con una vista de 360° perfecto para realizar fotografías y pasar un momento ameno en familia.

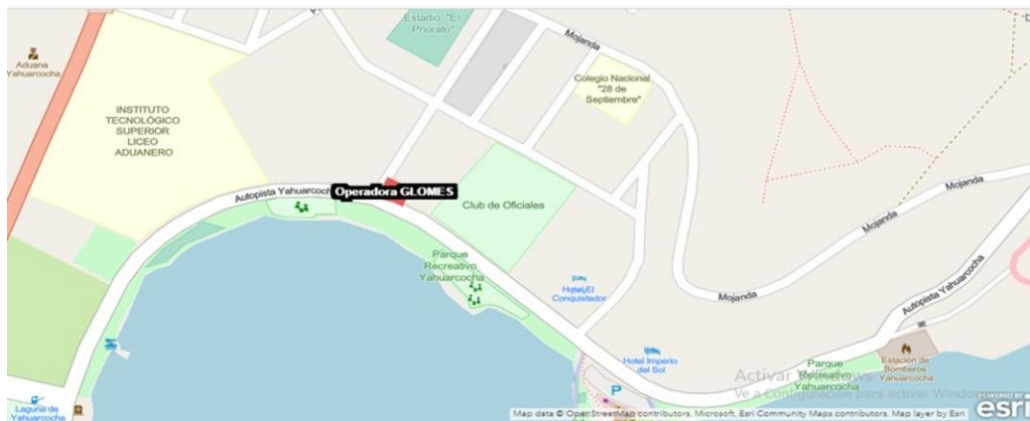
En las modalidades de turismo este se basa en t. de naturaleza durante todo el año con mayor afluencia en los bosques que tiene la ciudad, puesto que se puede encontrar con la gran diversidad de flora y fauna; también se practica el turismo cultural durante 5 meses debido a las manifestaciones culturales por las fiestas del Inti Raymi en los cuáles pueden ser partícipes haciendo que esta tradición se empodere de su identidad; Por otro lado en el T. de deportes se practica actividades tales como: motocross, ciclismo, 4x4, cabezales, cacería del zorro, parapente, entre otros que hacen que la zona sea aglomerada por visitantes.

Por lo antes mencionado los atractivos naturales y culturales han hecho del lugar que se venda por sí sólo, su impedimento es debido a la mala administración y descuido tanto de los moradores como de las respectivas autoridades que ha pasado al olvido y en sí a la contaminación de manera crítica del recurso acuífero que es la laguna, contando con una señalética en deterioro lo que ha provocado la desorientación, por parte de las fuentes digitales los visitantes han podido llegar a su destino con facilidad pero no cuenta con información verídica y actualizada.

Se ha determinado diseñar una operadora especializada en turismo de aventura con el fin de potencializar las actividades de recreación en la ciudad de Ibarra aprovechando de manera responsable los recursos que este posee, para ello se ha tomado en consideración los siguientes aspectos pretendiendo involucrarse dentro de T. de naturaleza, T. cultural y específicamente en los deportes extremos permitiendo el fomento de turismo, el aumento de los recursos económicos, la generación de empleo y con ello una mejor calidad de vida para cada una de las personas.

### Figura 1

#### Localización de la Operadora GLOMES



Nota. La ubicación para la implementación de la operadora está en la entrada a la laguna por la parte de Priorato, esta imagen ha sido elaborada en arcGIS.

Existen ciertas limitantes identificados ante la propuesta como lo es la inseguridad tanto para los moradores como para los turistas debido a la falta de control por parte de la policía nacional, autoridades municipales, y la falta de cultura; otro aspecto son los conflictos políticos que se convierten un problema para la ejecución de proyectos turísticos que permitan el desarrollo.

## **CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2. Objetivo**

#### **2.1. Fundamentos teóricos**

Turismo es una actividad económica reconocida a nivel mundial, tan antigua como los viajes por la necesidad de pernoctar siendo está una necesidad básica de cada ser humano, ya en el siglo XVII se reconoce como el fenómeno social con anterioridad está era relacionada con la actividad de viajar o trasladarse, pero hoy en día se ha convertido en el interés de turistas como de inversionistas, empresarios e investigadores.

La propuesta de una operadora turística especializada en turismo de aventura hace que se mencione muchos términos acerca del turismo, por ello a continuación se presenta definiciones de la actividad turística que ayudaron al esclarecimiento de dudas de los mismo como:

##### **2.1.1. Operadora turística**

MINTUR (2016) afirma:

Es la persona jurídica debidamente registrada ante la autoridad nacional de turismo que se dedica a la organización, desarrollo y operación directa de viajes y visitas turísticas en el país. Sus productos podrán ser comercializados de forma directa al usuario o a través de las demás clasificaciones de agencias de servicios turísticos. (p.7)

Por otra parte, Reino (2015) afirma:

Son agencias de viajes operadoras las que elaboran, organizan, operan y vende, ya sea directamente a los usuarios o a través de otros dos tipos de agencias de viajes (mayoristas e internacionales), toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país. (p.20)



Por tanto, considero que la operadora turística se define como las diferentes formas de actividades que se ofertan dentro del territorio nacional, tales como alojamiento, alimentación, recreación, transporte terrestre, aéreo, fluvial a través de la comercialización de paquetes turísticos, aprovechando los recursos naturales y culturales de una manera responsable con el medio ambiente.

### **2.1.2. Agencia de viajes**

OMT (como se citó en Zitlalimtours, 2018) define a las agencias de Viajes como las empresas constituidas en forma de sociedad mercantil, anónima o limitada, que en posesión del título licencia correspondiente, se dedican profesional y comercialmente en exclusividad al ejercicio de actividades de mediación y/u organización de servicios turísticos pudiendo utilizar medios propios en la prestación de estos.

Alex (2020) define que: “Son las encargadas de administrar y vender los paquetes turísticos directamente al consumidor final adaptándola a las necesidades de cada cliente. Es común que trabajen con varias operadoras de turismo enfocadas en diferentes regiones”.

En relación con las anteriores definiciones se considera a las agencias de viajes como entidades comerciales las cuales son mediadores y organizadores, mismos que se encargan de vender los paquetes mediante las distintas operadoras de la zona.

### **2.1.3. Turismo**

UNWTO (como citó OMT, 2008) define que “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios”.

Se pueden denominar viajeros (ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes), dónde se abarca actividades que generan un gasto turístico en determinada zona o lugar.

Por otra parte, García (como se citó en UIOOT, 1967) piensa que “el turismo es la suma de las relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales”.

Siendo así el turismo una acción dónde incluye el viaje, el alojamiento en un tiempo determinado que no se realiza con frecuencia, ya sea por motivos personales, profesionales o de negocios en un lugar específico, con el fin de satisfacer sus necesidades básicas conociendo lugares distintos a su zona de confort.

#### **2.1.4. Tipos de turismo**

Dentro del Ecuador la actividad turística es considerada como la tercera actividad económica del país dónde la expresión se ha manifestado como los diferentes tipos de turismo que se practica en el mismo tales como:

**2.1.4.1 Agroturismo:** Según Wellness (2018): Está dentro del llamado turismo sostenible, un tipo de actividad turística que busca combinar el disfrute del tiempo libre y la naturaleza con el respeto a la naturaleza, el aprovechamiento de los recursos naturales, el apoyo a las comunidades agrícolas y su forma de vida, etc.

Por otra parte, UCLV (2018) afirma: Es una forma de turismo alternativo cuya esencia se aprecia en el conjunto de actividades organizadas por agricultores como complemento del desarrollo de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen a su vez servicios por los que se cobra.

**2.1.4.2 Turismo de Aventura:** Moral (como se citó en la OMT, 2002) “Viajes realizados por los turistas en busca de actividades generalmente (pero

no necesariamente) orientadas a la práctica de ejercicio físico, y que suelen realizarse en zonas remotas o relativamente inexploradas”.

El propósito fundamental del turismo de aventura es descubrir tesoros escondidos llenos de aventuras y adrenalina, incluyendo safaris, senderismo, caza, vuelta por el mundo, pesca, paseos en bicicleta, etc.

Por otro lado, según CEUPE (2020) “El turismo de aventura es un tipo de turismo activo que incluye la organización de viajes no convencionales a lugares exóticos, inaccesibles y a veces peligrosos del mundo. Muy a menudo combina varios tipos de recreación, incluyendo deportes extremos”.

Se define al turismo de aventura como la actividad de viajar a lugares exóticos, peligrosos con el fin de explorar nuevos mundos llenos de adrenalina, haciendo práctica de deportes extremos denominado viaje comercial que se asocian a actividades al aire libre.

**2.1.4.3 Turismo Médico – Salud:** Según AMM (2020) “Es una industria global emergente, con los proveedores de servicios de muchos países que compiten por los pacientes extranjeros, cuyo tratamiento representa una fuente potencial importante de ingresos”.

En las últimas fechas el turismo de salud ha sido el pilar de conciencia y voluntad de manera global, invirtiendo en el bienestar económico millones y millones de dólares, siendo los actores clave los consumidores, corredores, gobiernos, proveedores de salud, aseguradoras y agencia de viajes.

Por otro lado, Branding (2017) sostiene que “Es una actividad mundial que se refiere a los viajes que realizaran las personas a otros países para obtener tratamientos médicos o tratamientos de bienestar orientado a mejorar la salud de las personas”.

Por tanto, se define como la búsqueda de tratamientos, personal capacitado (médicos, cirujanos, etc.) a nivel mundial, dónde la inversión económica sobrepasa toda expectativa con el fin de alcanzar el bienestar e incluso se ha propuesto llegar hasta el turismo mortuario.

**2.1.4.4 Turismo de naturaleza:** Según Escobedo (como citó SECTUR, 2016) Son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

Dentro del turismo de naturaleza se encuentra el ecoturismo donde se desarrolla actividades que prioricen la conservación de la naturaleza sin degradarla.

Por otra parte, según IDT (como citó OMT, 2002) “Todo tipo de turismo basado en la naturaleza en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza y las culturas tradicionales”

Se considera al turismo de naturaleza como la actividad de viajar conociendo, respetando, disfrutando y participando en la conservación del medio con actividades recreacionales, que valoricen los recursos y la cultura sin degradarlas.

**2.1.4.5 Turismo de Sol y Playa:** Según Ortiz & Peralta (como citó Gómez, 2017) “Aquel que se encuentra en toda la localización costera con amplia geografía, es ahí donde el turista puede disfrutar de una climatología soleada durante el día y actividades de ocio durante la noche con temperatura suave”.

Este tipo de turismo es propio de ocio y recreación en un clima cálido que oscila entre los 25° y 30°, el tener esta propiedad climática ha hecho que los sectores costeros hayan crecido llevando consigo el aumento de los

productos y servicios, dando como resultado el mayor aporte de la economía en cuánto a los tipos de turismo.

Definiendo al turismo de sol y playa como la actividad enfocada a la recreación siendo este el más vendido a nivel mundial, puesto que se presta por el espacio geográfico y climático a realizar actividades de ocio para la gran afluencia de turistas en temporalidad vacacional, y así ayudando a los sectores más vulnerables con el desarrollo económico y social permitiendo mejorar la calidad de vida de los pobladores.

**2.1.4.6 Turismo Idiomático:** Según Ortega, Gayosso, Carrizal & Benítez (como citó OMT, 2017) “Turismo idiomático como actividad que realizan las personas con el fin de tener una inmersión lingüística en una lengua extranjera durante sus estancias en lugares distintos al de origen por un período inferior a un año”.

El panorama laboral de estos días ha demandado la obligatoriedad de adquirir conocimientos nuevos en cuanto a lenguas extranjeras, puesto que la necesidad de desarrollarse ante la competitividad es muy alta, por ello el uso del turismo idiomático percibe el crecimiento económico, las estancias prolongadas por los turistas y la oferta en el centro de enseñanzas.

Por otra parte, según Ullauri, Rincón & Martínez (como citó Montaner, 2001) “El conjunto de actividades que se desarrollan con el fin de facilitar al turista unos conocimientos y ampliar su cultura desde una perspectiva del tiempo libre y de la civilización del ocio”.

Por tanto, el turismo idiomático persiste en diagnosticar la realidad del sector turístico en cuánto a la demanda, la oferta, y la imagen con el fin de proponer estrategias orientadas al desarrollo, identificándolo como destino sostenible y de calidad, dónde la competitividad lingüística no sea un problema a nivel mundial.

**2.1.4.7 Turismo Comunitario:** Según García (2016) “Es toda actividad turística solidaria que permite la participación de la comunidad desde una perspectiva intercultural y el manejo adecuado del patrimonio cultural, basado en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales”.

Este tipo de turismo está basado en un principio de equidad distribuyendo los beneficios de manera local, convirtiéndose en una estrategia en los sectores rurales en especial en los pueblos indígenas.

Por otro lado, Palomino, Gasca & López (2016) afirma “El turismo es una actividad anclada a los territorios debido a los valores ambientales, el entorno paisajístico y el patrimonio cultural que estos proveen para llevar a cabo distintas actividades relacionadas al ocio, el descanso y la recreación”.

Considerando las definiciones anteriores se puede definir al turismo comunitario como una actividad que se ve involucrada en las áreas rurales, permitiendo el desarrollo local donde la cultura y tradición son su fuerte para crear sus servicios o productos de una manera responsable, brindando un turismo sostenible.

#### **2.1.5. Demanda turística**

Mamani (como lo citó la OMT, 2013) define a la demanda es el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado.

Por otro lado, Socatelli (2013) define como:

El conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar. (p.1)

La demanda hace referencia a la cantidad de turistas motivados por visitar distintos lugares donde los productos y servicios son parte complementaria para satisfacer sus necesidades básicas, aportando de manera económica ya sea de manera directa e indirecta.

#### **2.1.6. Oferta turística**

Socatelli (2013) sostiene que:

El conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio- cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. (p. 1)

Por otra parte, según Sancho (2018), "Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo" (p. 51).

La oferta turística es la interacción de los productos turísticos y servicios en un espacio determinado ya sea para ser usado o consumido por los turistas o visitantes, permitiendo el aprovechamiento de los atractivos turísticos del lugar.

#### **2.1.7. Mercado meta**

Según AIU (2018), "un mercado meta se refiere a un grupo de personas u organizaciones a las cuales una organización dirige su programa de marketing".

Por otro lado, Thompson (como lo citó Kotler y Armstrong, 2019), considera como "Un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir"

El mercado meta se ha conformado por segmentos de mercado que son seleccionados de manera específica, los cuales la organización o empresa ha

decidido y desea captar dirigiendo su programa de marketing a cierto conjunto de personas a las que ofertará su servicio o producto.

### **2.1.8. Segmentación de mercado**

Feijoo, Guerrero y García (como citó Ferrer & Hartline, 2012) se define como el proceso de dividir el mercado total para un producto en particular o una categoría de productos en segmentos o grupos relativamente homogéneos. Para ser eficaz, la segmentación debe crear grupos donde sus miembros tengan aficiones, gustos, necesidades, deseos o preferencias similares, pero donde los grupos mismos sean diferentes entre sí. (p.16)

Por otro lado, según UDLAP (como se citó American Marketing Association, 2016), “La segmentación de mercado es el proceso de subdividir un mercado en diferentes subconjuntos de consumidores que se comportan de la misma manera o tienen necesidades similares” (p.28).

En cuanto a la segmentación de mercado se considera un proceso de división a grupos homogéneos tomando en cuenta sus ideales, gustos, preferencias o deseos para un producto o servicio en general al que se apegan.

### **2.1.9. Estudio de factibilidad**

Según Popular (2016), “Un estudio de factibilidad es una herramienta que se utiliza para orientar la decisión de continuar o abandonar un proyecto y se aplica ya en la parte pre- operativa del ciclo”.

Por otra parte, Castañeda y Macías (2016), definen como “El análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso” (p.19).

Antes de poner en marcha un proyecto se debe tomar en cuenta un estudio de factibilidad siendo este el que permite orientarse hacia el exitoso si así se determina implementando estrategias o sino tomar la decisión de abandonar el proyecto.



### 2.1.10. Organigrama estructural

Thompson (como citó Fleitman, 2000) define “Representación gráfica de la estructura orgánica que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y de asesoría”.

**Figura 2**

*Organigrama estructural*



*Nota.* Se puede observar el modelo de organigrama estructural que maneja las empresas de manera jerárquica. Fuente: Economipedia (2020).

### 2.1.11. Manual de funciones

Villafuerte (como citó Chiavenato, 2009) Es un documento donde se detallan las actividades; “un proceso que consiste en enumerar las tareas o funciones que lo conforman y lo diferencian de los demás cargos de la empresa, es la enumeración detallada de las funciones del cargo que hace el ocupante, la periodicidad de la ejecución y los objetivos del cargo”.

Por otro lado, MINSA (2018) sostiene “Es un documento técnico normativo de gestión institucional donde se describe y establece la función básica, las funciones específicas, las relaciones de autoridad, dependencia y coordinación, así como los requisitos de los cargos o puestos de trabajo” (p.1).

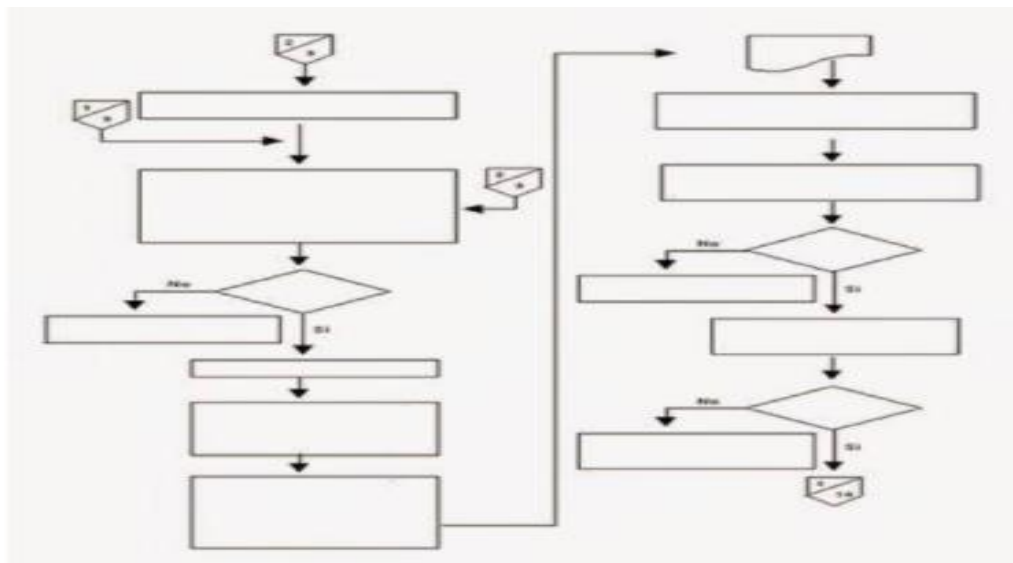
Dentro de una empresa, organización, proyecto es indispensable trabajar con el documento técnico que determine las funciones ya sea específicas o básicas, diferenciándolos de los demás cargos de la empresa de tal manera que se evidencie la periodicidad de la ejecución y los propósitos que se ha dado a cargo siendo este el manual de funciones.

### 2.1.12. Flujograma

Según Suazo (2018) “Es una técnica que permite representar gráficamente las operaciones y estructuras que van a realizar, por medio de representaciones, (empleando símbolos), de los pasos de un proceso, este puede ser un producto, servicio, o bien una combinación de ambos”.

**Figura 3**

*Diseño de flujogramas*



*Nota.* El flujograma que se ilustra es una representación con elementos geométricos para representar secuencias de un proceso, describiendo las distintas etapas de este. Fuente: Enríquez (2012).

### 2.1.13. Producto turístico

Colina (como citó Acerenza, 1990)

Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un

producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso. (p.3)

Por otro lado, según González (2017) “El producto turístico es un conjunto de elementos materiales e intangibles diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor” (p.3).

Se considera un producto turístico al conjunto de elementos tangibles e intangible con el fin de satisfacer las necesidades básicas de los turistas o visitantes teniendo en cuenta su oferta, la accesibilidad y el interés por parte del público.

#### **2.1.14. Estrategias de comercialización**

CIGET (como citó Arechavaleta, 2015):

Las estrategias de comercialización, también conocidas como estrategias de mercadeo, consisten en acciones estructuradas y completamente planeadas que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con la mercadotecnia, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado.

Por otro lado, según ENAE (2018) “Las estrategias de comercialización son acciones planeadas dentro de un plan para la consecución de unos objetivos previamente fijados. Esta actividad se realiza todos los días en el ámbito de los negocios”.

Todos los días dentro de los negocios las estrategias de comercialización son fundamentales para el desarrollo exitoso, ya que estas acciones son planificadas en un plan para alcanzar ciertos objetivos predeterminados.

#### **2.1.15. Plaza**

Escoleme (2017) define:

Los canales de distribución son como las arterias por las que circulan los productos desde el fabricante o industria manufacturera hasta el consumidor final. Es la trayectoria que se sigue para el traspaso directo e indirecto de la propiedad de un producto. (p.3)

Otro concepto, según Feijoo, Guerrero & García (2017):

Mediante los canales de distribución, se facilita el acceso del comprador al producto, para ello la empresa tiene que utilizar de una manera eficiente los recursos con los que cuenta, a fin de que el bien llegue al consumidor en la cantidad, al momento y en las condiciones deseadas, para lograr este objetivo se utilizan diferentes canales de distribución o intermediarios. (p.59)

Cuando un producto o servicio se quiere lanzar al mercado se debe tomar en cuenta la plaza siendo está las vías donde circulan los productos utilizando canales de distribución o intermediarios, que logren llegar al consumidor al tiempo, en cantidad y en condiciones deseadas por el consumidor.

#### **2.1.16. Precio**

Feijoo, Guerrero & García (como citó Guerrero, Hernández & Díaz, 2012):

El precio es el valor monetario por el cual, quien ofrece un producto o servicio está dispuesto a participar en un proceso de intercambio; por otra parte, representa la parte de los ingresos que un individuo dará a cambio de poseer el producto.

Por otro lado, según González (2018), “El precio es el punto al que se iguala el valor monetario de un producto para el comprador con el valor de realizar la transacción para el vendedor”.

Al momento de realizar la interacción de compra, el vendedor estipula un precio siendo este un valor monetario a su producto o servicio compensando el valor o trabajo que este presentó en el proceso de su elaboración.

#### **2.1.17. Atractivos turísticos**

Carvajal & Lemoine (como citó Rivera, 2009) Afirma: El conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión

del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.

Como factor primordial de los atractivos turísticos que se encuentra entrelazada desde la perspectiva del atractivo como la del turista y con ello la capacidad de satisfacer las necesidades básicas y las expectativas del viaje.

Por otro lado, según Lemoine, Castellanos, Hernández, Zambrano & Carvajal (como citó Acerenza, 2008) define “son elementos que existen en las zonas (por ejemplo: naturales, arqueológicos, culturales) susceptibles de convertirse en productos turísticos” (p.137).

Por tanto, los atractivos turísticos son los elementos tangibles e intangibles que son susceptibles a convertirse en producto turístico de cada zona, dónde se interactúa el atractivo y el turista con el fin de satisfacer la necesidades y expectativas en el viaje.

#### **2.1.18. Inventario de atractivos**

MINTUR (2017) define como “Un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión, por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico”.

Se puede describir como un registro de valoración de los lugares que cuentan con atributos naturales, culturales y oportunidades para trabajar con el patrimonio nacional, siempre y cuando este practique la responsabilidad social y ambiental.

Por otra parte, según Castillo (2018): El inventario es uno de los procesos más enriquecedores para la proyección de los objetivos a realizar como lo es la explotación de los atractivos turísticos naturales y culturales entrando ya en un mercado conocido por la región, donde se contribuye al crecimiento económico y conformar una oferta turística respaldada por entes los cuales se vean beneficiados.

Por lo anterior el inventario de atractivos turísticos es el registro de valoración que se proyectan basados en los objetivos a alcanzar, dónde el desarrollo o explotación de los recursos naturales y culturales contribuye al crecimiento económico conformando una oferta turística.

### **2.1.19. Impacto ambiental**

Es un efecto que se da como resultado debido a una determinada acción del ser humano dentro del medio ambiente, ya sea de manera positiva o negativa afectando de manera leve o en un 100%.

### **2.1.20. Evaluación Impacto ambiental**

Según Martínez (2018):

Es el procedimiento que tiene como objeto evitar o mitigar la generación de efectos ambientales indeseables, que serían la consecuencia de planes, programas y proyectos de obras y actividades, mediante la estimación previa de las modificaciones del ambiente que traerían las mismas y, según proceda, la denegación de la licencia ambiental necesaria para realizarlos o su concesión bajo ciertas condiciones. Incluye una información detallada sobre el sistema de monitoreo y control para asegurar su cumplimiento y las medidas de mitigación que deben ser consideradas.

Otra definición, según IISD (2021):

Se puede considerar a una EIA como un proceso de identificación, predicción y evaluación de los posibles impactos ambientales, socioeconómicos, culturales y de otra índole de un proyecto o desarrollo propuesto para definir acciones, de mitigación, no solo para reducir los impactos negativos, sino también aportar contribuciones positivas al medio ambiente natural y bienestar.

Cada acción tiene una reacción y el medio ambiente no es la excepción, por ello la EIA permite identificar, predecir y evaluar los impactos con el propósito de mitigar o evitar consecuencias irreparables que son provocados

por obras, proyectos, programas, planes o actividades ejecutadas o próximas a ejecutar por los seres humanos.

### **2.1.21. TIR (*Tasa Interna de Retorno o Tasa Interna de Rentabilidad*)**

Puga (2017) afirma “Es la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) de una inversión sea igual a cero (VAN = 0)”.

Se debe recordar que el TIR es calculado a partir del flujo de caja anual trasladando todas las cantidades futuras al presente (valor actual), aplicando una tasa de descuento.

Por otra parte, según Martínez (como citó Baca) “Es un indicador financiero que mide el rendimiento de los fondos que se pretenden invertir en un proyecto, es la tasa que iguala a los flujos descontados a la inversión inicial” (p.60).

La Tasa Interna de Retorno expresa el crecimiento del capital y determina la tasa de crecimiento del capital por período, dónde para aceptar un proyecto se exige que no sea menor que la tasa de descuento tomando en cuenta que tipo de proyecto se refiere, si es proyecto de inversión este mide la rentabilidad, pero si se trata de un crédito ocurre todo lo contrario.

### **2.1.22. VAN (*Valor Actual Neto o Valor Presente Neto*)**

Según Puga (2017) “Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros (ingresos menos egresos). El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado” (p.1).

Este indicador financiero permite medir los flujos tanto de los ingresos y egresos de cualquier proyecto en desarrollo o previo a desarrollarse, dónde se

determinará si con el tiempo existe la recuperación de la inversión inicial, quedando con una ganancia.

Por otro lado, según Martínez (2017) “Este método de evaluación, considera el valor del dinero a través del tiempo, y representa la utilidad que obtiene el inversionista después de haber recuperado la inversión, obteniendo la rentabilidad exigida” (p.57).

El VAN se mide mediante la siguiente función:

$$VAN (Ct, r) = CM/(1+r)^M + CM+1/(1+r)^{M+1} + \dots + CM+T/(1+r)^{M+T} (1)$$

por tanto, se define al VAN como la medición la deseabilidad de un proyecto, calculando la cantidad total en la que ha aumentado el capital de inversión, permitiendo conocer la rentabilidad que este presenta.

### **2.1.23. Ingresos**

Acosta, Azuero & Concha (2017) afirma: El ingreso es la variable de mayor relevancia para entender los resultados de la actividad económica y los hogares son finalmente sus receptores principales, a través de salarios cuando venden su fuerza de trabajo, o cuando reciben la renta que generan las empresas de la que son propietarios, o el ingreso mixto derivado de actividades realizadas de manera independiente en sus negocios.

El ingreso es medido a nivel macroeconómico como microeconómico, midiendo el desempeño de la economía en cuatro dimensiones como: ingresos pasados, ingresos presentes o flujos, ingresos futuros e ingresos virtuales o potenciales.

Por otro lado, según URBC (2018) “son los aumentos del patrimonio neto no provenientes de aportes de los propietarios. Pueden provenir de adquisiciones o aumentos del valor de los activos, o disminuciones de las obligaciones que forman el pasivo” (p.42).



Por tanto, los ingresos son la variable para entender la actividad económica ya sea macro o micro y este se da por las actividades realizadas de manera independiente en un negocio.

#### **2.1.24. Egresos**

Díaz (2018) afirma “La salida de recursos financieros con el fin de cumplir un compromiso de pago. Pero también se entiende por egreso a la salida de dinero provocada por otros motivos como el de realizar una inversión”.

Los egresos pueden ser de dos tipos primero los gastos siendo estas las salidas de dinero y la segunda las inversiones de la cuales se espera un ingreso en un periodo determinado.

Por otro lado, según SEFIN (2016) “erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto” (P.343).

Los egresos se definen como la salida de recursos financieros a cambio de la liquidación de algún bien o servicio, dependiendo del tipo de egresos, ya sea gastos o inversiones.

#### **2.1.25. Gastos**

Según Garzón (2018) “Es una salida de dinero que una empresa o persona paga por la compra de un producto, un bien o un servicio. Por lo general, se convierte en una inversión ya sea tangible o intangible”.

Los gastos producen dos acciones económicas conjuntas debido que al mismo tiempo que sale una cantidad monetaria también ingresa un bien o servicio con el que se recupera el desembolso inicial.

Por otro lado, NUMDEA (2021) afirma “son contemplados en el VAN, en la medida que nos ayudan a determinar cómo será la ganancia de un proyecto

(favorable o no), porque tiene en cuenta la salida de fondo que, en este caso, serían los gastos”.

Se considera un gasto como la dinámica de salida de dinero por el intercambio de un bien o servicio y este es complementado en el VAN ayudando a determinar las ganancias, convirtiéndose por lo general en una inversión tangible e intangible.

## **2.2. Fundamentación metodológica**

En el desarrollo de la investigación será necesario aplicar técnicas para la recolección de información con el fin de determinar la factibilidad de implementar una operadora turística especializada en turismo de aventura en el cantón Ibarra, considerando la situación actual que vive nuestro país.

### **2.2.1. Tipos de investigación**

#### **2.2.1.1. Investigación descriptiva**

Mejía (2020) afirma: Es un tipo de investigación que se encarga de describir la población, situación o fenómeno alrededor del cual se centra su estudio. Procura brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, relativo al problema de investigación, sin darle prioridad a responder al “por qué” ocurre dicho problema.

Este tipo de investigación permitirá reconocer el lugar de estudio, identificando el problema de raíz, describiendo las situaciones y acontecimientos reales para identificar las potencialidades turísticas que se puede encontrar en la zona, no basados hipótesis ni en predicciones.

#### **2.2.1.2. Investigación cualitativa**

Echazarreta (2021) afirma: Es un conjunto de técnicas de investigación que se utilizan para obtener una visión general del comportamiento y la percepción de las personas sobre un tema en particular. Genera ideas y

suposiciones que pueden ayudar a entender cómo es percibido un problema por la población objetivo y ayuda a definir o identificar opciones relacionadas con ese problema.

## **2.2.2. Métodos de investigación**

### **2.2.2.1. Método inductivo**

Prieto (como citó León & Toro, 2007) afirma: Es un método basado en el razonamiento, el cual “permite pasar de hechos particulares a los principios generales”. Fundamentalmente consiste en estudiar u observar hechos o experiencias particulares con el fin de llegar a conclusiones que puedan inducir, o permitir derivar de ello los fundamentos de una teoría.

Mediante este método se podrá estudiar u observar hechos o experiencias con el fin de llegar a conclusiones globales que permitirán inducir de ello los fundamentos de una teoría del proyecto.

### **2.2.2.2. Método deductivo**

Según Valdés (como citó Egg, 1997, p.97) afirma: Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta”. Este método se utiliza en la revisión de la literatura y en la presentación del informe final. (p.12)

Este método permitirá ir desde el pensamiento general, es decir, leyes o principios a lo particular como los fenómenos o hechos concretos, dónde la conclusión se hallará dentro de las premisas referidas y éstas deben ser verdaderas para que la conclusión pueda ser válida.

### **2.2.2.3. Método analítico**

Valdés (como citó Abad, 2009, p.94) afirma: Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. Este método en la investigación es necesario para la fase de revisión de la literatura en la interpretación de información y en el análisis de datos. Comparación, se utiliza cuando se compararan las variables y entre los resultados de las respuestas con la percepción de los estudiantes sobre los docentes. (p.14)

Permite diagnosticar los procesos de tipo económico, social e industrial identificado los problemas que poseen y con ello la generación de una hipótesis que da solución para resolverlos.

### **2.2.2.4. Método sintético**

(Jiménez) El método sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. En otras palabras, debemos decir que la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades.(p.2)

Este proceso de razonamiento ayuda a construir un todo a partir del análisis que se realizó con anterioridad, obteniendo un resumen breve que llegue a comprender la esencia del mismo con los aspectos más relevantes del proceso.

## **2.2.3. Instrumentos de investigación**

### **2.2.3.1 Encuesta**

Dzib (2021) define “es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos”.

Mediante la encuesta se obtiene conocimientos sociológicos interrogando a miembros de una población para poder segmentar el mercado objetivo y el comportamiento de consumo.

### **2.2.3.2 Entrevista**

Folgueiras (2016) afirma: Es una técnica de recogida de información que además de ser una de las estrategias utilizadas en procesos de investigación, tiene ya un valor en sí misma. Tanto si se elabora dentro de una investigación, como si se diseña al margen de un estudio sistematizado, tiene unas mismas características y sigue los pasos propios de esta estrategia de recogida de información. (p.2)

Esta técnica consistirá en una conversación con los involucrados en el desarrollo del proyecto relacionados con la actividad turística, obteniendo información misma que será elemento útil.

### **2.2.3.3 Población**

Según López & Fachelli (2017) define “son expresiones equivalentes para referirse al conjunto total de elementos que constituyen el ámbito de interés analítico y sobre el que queremos inferir las conclusiones de nuestro análisis, conclusiones de naturaleza estadística y también sustantiva o teórica” (p.7).

#### **2.2.3.4 Muestra**

López & Fachelli (2017) afirma: Una muestra estadística es una parte o subconjunto de unidades representativas de un conjunto llamado población o universo, seleccionadas de forma aleatoria, y que se somete a observación científica con el objetivo de obtener resultados válidos para el universo total investigado, dentro de unos límites de error y de probabilidad de que se pueden determinar en cada caso. (p.6)

La población y muestra será tomada en cuenta en la presente investigación con el fin de dar cumplimiento a los objetivos a través de dos herramientas como la encuesta y la entrevista a las personas que se involucren alrededor del proyecto.

### **2.3. Fundamentación legal de la propuesta**

#### **2.3.1 Constitución de la república del Ecuador 2008**

**Art. 3.-** Son deberes primordiales del Estado: ...

6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.
7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.
8. Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.

A través, del empoderamiento de las comunidades locales del patrimonio tanto natural como cultural es posible preservar los bienes al generar alternativas económicas sustentables por ejemplo el turismo comunitario.

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

Efectivamente, la constitución de la república de Ecuador menciona que, todos los ecuatorianos tienen derecho al buen vivir, sin embargo, no se puede cuidar lo que no se conoce, la falta de información vuelve vulnerables a la mayoría de las personas que viven alejadas de las grandes ciudades ya que, sus recursos son consumidos de forma indiscriminada por las grandes empresas transnacionales dedicadas a la extracción de minerales.

**Art. 24.-** Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

A fin de garantizar el cumplimiento del artículo 24, los ecuatorianos gozan de vacaciones pagadas una vez al año de quince días, tomando en cuenta que su horario habitual de trabajo es de 40 horas semanales, por ende, cada semana tiene tiempo libre para pasar junto a su familia y amigos.

**Art. 276.-** El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural...

7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Es de vital importancia generar emprendimientos ecológicos que se enfoquen en la conservación y preservación de recursos para las futuras

generaciones, amigables con el ambiente e inclusivos a fin de beneficiar a los pobladores a través de nuevas ofertas laborales.

**Art. 283.-**...El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Los ecuatorianos tienen derecho a formar asociaciones de diferente índole, en el caso turístico pueden trabajar en conjunto con las empresas privadas que inyecte capital en sus emprendimientos turísticos para garantizar la dinamización de la economía en el sector y generar fuentes de empleo estables.

### **2.3.2. Ley de Turismo (MINTUR, 2014)**

**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Los prestadores de servicios deberán regirse a la Ley de Turismo ya que, tiene la finalidad de controlar y regular el funcionamiento de los emprendimientos turísticos a su vez garantiza el cumplimiento de los derechos y obligaciones de los mismos.

**Art. 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;



- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Una de las iniciativas principales de la ley de turismo es la de incluir a todos los gobiernos tanto provinciales como cantonales con el único fin de desarrollar el turismo en el país con la ayuda, motivación, empeño y empoderamiento de los diferentes pueblos y habitantes de cada localidad, sabiendo que cada uno de estos cuenta con su identidad, tradiciones y cultura propia del territorio, aprovechándolas de una manera eficiente pero también comprometidos con el medio ambiente ayudando a protegerlo.

**Art. 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Los gobiernos de turno están obligados a cumplir con los artículos emitidos por el Ministerio de Turismo en cada uno de sus artículos, por ende es importante controlar a las empresas extractoras de minerales a fin de conservar el ambiente en el cual se desarrollan proyectos turísticos, siendo los recursos naturales parte fundamental para el desarrollo de dichas actividades además, deberían destinar capital para capacitar a los prestadores de servicios ya que son los representantes del país a nivel internacional.

**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Todos los prestadores de servicios deben mantener vigente y actualizada la licencia anual de funcionamiento, para evitar sanciones y operar con normalidad.

**Art. 10.-** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento...

El Ecuador cuenta con una entidad turística que es la encargada de organizar, planificar, y regularizar cualquier tipo de actividades, establecimientos o que se dediquen a la prestación de servicios turísticos, con el fin de que el turismo en el país se lo desarrolle de forma y organizada.

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

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;

2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país; El MINTUR, es el organismo rector de turismo en el Ecuador, por lo que es el encargado de ayudar a promover el turismo en el país y por ende es el encargado de regular y velar por el bienestar de los turistas, ya que es el que emite los permisos de funcionamiento para los diferentes tipos de establecimientos, también está encargado de promover cualquier tipo de programa y proyecto que tenga como prioridad del desarrollo turístico.

### **2.3.3. Reglamento General A La Ley De Turismo (MINTUR, 2015)**

**Art. 43.-** Definición de las actividades de turismo. - Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

#### ...d) Operación

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo...

Tanto las personas naturales y jurídicas que cumplan con los requisitos establecidos tienen la opción de formar una empresa prestadora servicios, cabe hay que mencionar que, es posible realizar alianzas estratégicas entre prestadores de servicios a fin de cubrir las necesidades de los turistas sean estos nacionales o extranjeros.

- ✚ Es necesario brindar productos de calidad en el ámbito gastronómico.
- ✚ Una obligación en caso de las agencias y operadoras turísticas, el seguro de viaje y las hojas de descargo.
- ✚ En el caso del guía, es exigible la licencia vigente

#### **2.3.4. Reglamento de operación turística de aventura**

**Art. 2.-** Ámbito de aplicación. - Las disposiciones del presente reglamento son de aplicación y observancia obligatoria a nivel nacional, y será aplicado por el Ministerio de Turismo y los Gobiernos Autónomos Descentralizados, a los siguientes prestadores de servicios turísticos:

- ✚ Guías y facilitadores de turismo. La prestación de este servicio se realizará a través de agencias de servicios turísticos conforme lo determinado por la normativa turística pertinente;
- ✚ Agencias de servicios turísticos cuya clasificación sea operador turístico;
- ✚ Agencias de servicios turísticos cuya clasificación sea agencia de viaje dual;
- ✚ Establecimientos de alojamiento turístico que realicen modalidades turísticas de aventura dentro de sus linderos;
- ✚ Establecimientos de alimentos y bebidas que realicen modalidades turísticas de aventura dentro de sus linderos. Se excluyen bares y discotecas; y,
- ✚ Centros de Turismo Comunitario que realicen modalidades de aventura dentro de sus linderos.

Los prestadores de servicios turísticos deberán cumplir con los requisitos establecidos en la Ley, su reglamento general de aplicación y demás normativa para la obtención del Registro de Turismo, de acuerdo con la actividad turística correspondiente.

## CAPÍTULO III: PROPUESTA

### 3.1. Estudio de mercado

Este capítulo tiene como finalidad segmentar el mercado e identificar el perfil del visitante para diseñar los productos o servicios turísticos que brinda la operadora turística, por ello se realiza un análisis de la información recopilada de los instrumentos utilizados.

#### 3.1.1. Tipo de muestra

Para el desarrollo del presente trabajo se consideró como población al número de turistas que visitan el cantón Ibarra, donde según la ingeniera Irina Gómez encargada de la Unidad de Promoción y Desarrollo Turístico GAD Municipal de Ibarra durante el año 2019 la ciudad recibió 11272. A fin de recopilar información se empleó el tipo de muestreo no probabilístico, es así que García afirma que esta técnica pretende que el investigador seleccione muestras basadas en un juicio subjetivo en lugar de hacer la selección al azar, considerando que no todos los miembros pueden participar en las encuestas.

Es decir, que la selección de encuestados se realiza según a elección y juicio de investigador, siendo usado con frecuencia en los parámetros turísticos, ha sido utilizado debido a la facilidad de escoger a turistas nacionales.

#### 3.1.1.2. Cálculo de la muestra

Para obtener la muestra total se hizo uso de la siguiente fórmula:

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

**n**=tamaño de la muestra

**N**=tamaño de la población

**z=** Nivel de confianza (1,96 normalmente)

**p & q=** constantes de probabilidad (0,5 las dos variables)

**e=** margen de error (5% o 0,05)

**Datos:**

**N=**11272

**z=** 95% o 1.96

**p & q=** 0,5 las dos variables)

**e=** 5% o 0.05

<b>n=</b>	$11272 * 95% * (0.5 * 0.5)$
	$0,025 * (11272 - 1) + 95% (0.5 * 0.5)$

<b>n=</b>	10826
	$0,0025 * 11271 + 0,9604$

<b>n=</b>	10826
	29.13

<b>n=</b>	371.64
-----------	--------

<b>n=</b>	372
-----------	-----

### **3.1.2. Instrumentos de recolección**

Para determinar el segmento de mercado y el perfil del consumidor se realizó un estudio de mercadeo, dónde se ha utilizado herramientas como la encuesta realizando un análisis con los datos recopilados en la misma y la ficha de observación de la competencia.

En cuanto a la encuesta esta fue realizada de manera virtual a un tamaño de muestra de 372 personas, constando el formulario de 21 preguntas relacionadas con aspectos demográficos, geográficos y preferencias de consumo, por otro lado, la ficha de observación de competencia consiste en

una investigación sigilosa a las 4 futuras competencias que brindan servicios de actividades de aventura dentro de la ciudad.

### 3.1.3. Resultados y discusión

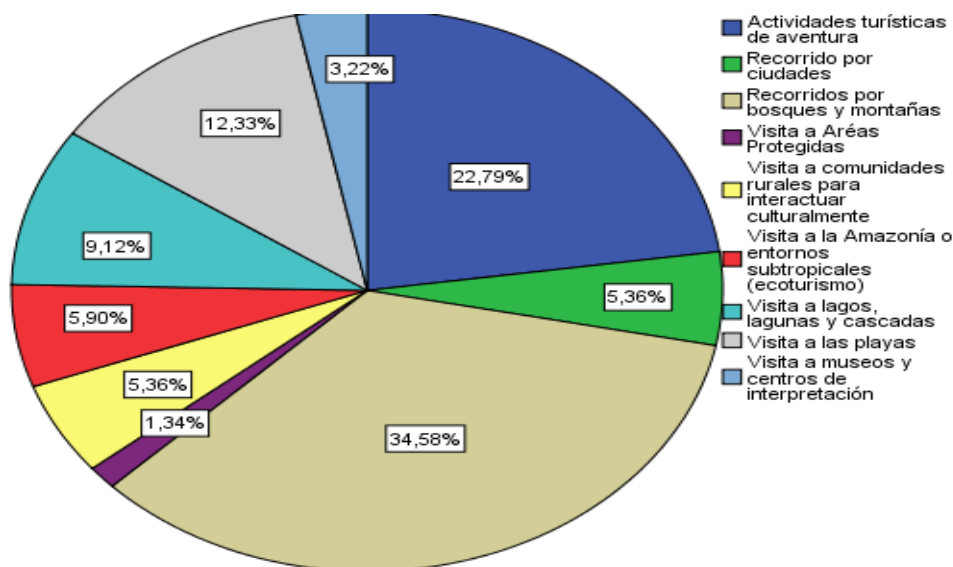
Los resultados que a continuación se muestran es referente a las encuestas que de manera virtual se realizaron, haciendo uso de dispositivos tecnológicos mediante formularios realizados en forms Microsoft 365 en el mes de junio.

A partir de la pregunta número ocho se realizó los análisis debido a que están relacionadas directamente con la implementación de la propuesta, a diferencia de las otras preguntas que se relacionan con la información y características del perfil del visitante.

**Pregunta 8.** Desde el año 2019, ¿Cuál de las siguientes alternativas de turismo ha sido de su mayor preferencia?

**Figura 4**

*Respuesta de la pregunta 8*



#### Análisis

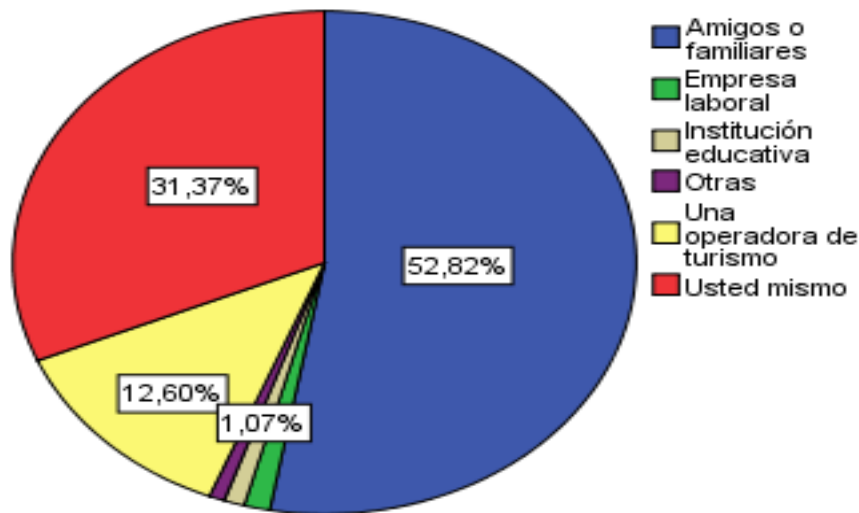
Cómo se puede observar en la figura 4, las preferencias por las alternativas de turismo son en consideración a los recorridos por bosques y

montañas con el 34,58%, otra opción son las actividades turísticas de aventura con el 22,79% y por último visita a Lagos, lagunas y cascadas con el 9,12%, siendo el cantón un atractivo potencial por sus recursos, permitiéndole ofrecer al turista una gran variabilidad de productos y servicios. Dónde según la Unión de Promoción y Desarrollo Turístico GAD Municipal de Ibarra el incremento de visitas es por motivos turísticos dejando de lado ser considerada como la ciudad de paso.

**Pregunta 9.** Su último viaje por turismo fue organizado por:

**Figura 5**

*Respuesta de la pregunta 9*



### Análisis

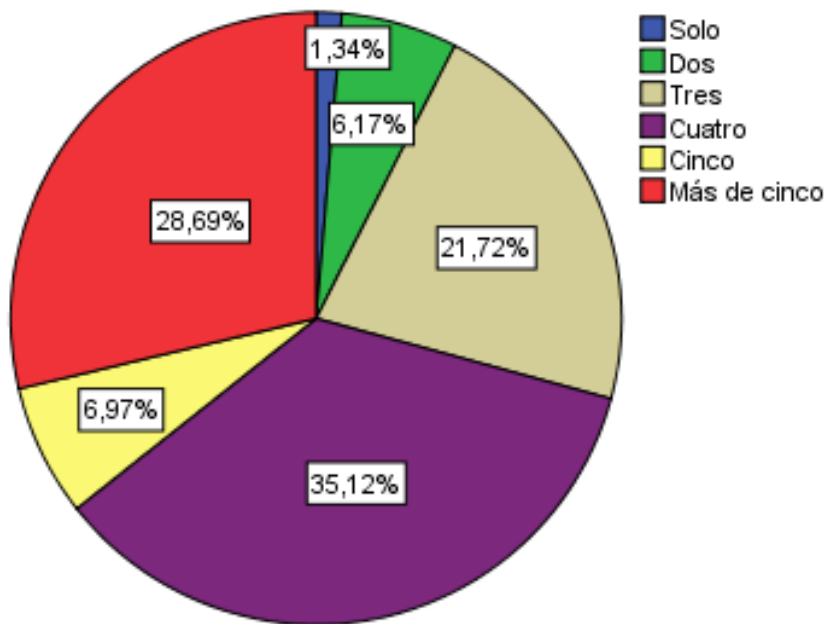
Según los datos recopilados en las encuestas se puede observar que las personas para visitar el cantón de Ibarra contratan de los servicios en un 12,60% de las operadoras turísticas y optan por organizar los tours de manera individual ya sea por amigos y familiares con el 52,82% o por ellos mismos con el 31,37%. Siendo esto una denotación de un problema de cómo llegar las agencias u operadoras de viajes hacia el cliente por ende los servicios o productos no son adquiridos bajo su asesoría.



**Pregunta 10.** En su último viaje turístico ¿Con cuántas personas estuvo acompañado?

**Figura 6**

*Respuesta de la pregunta 10*



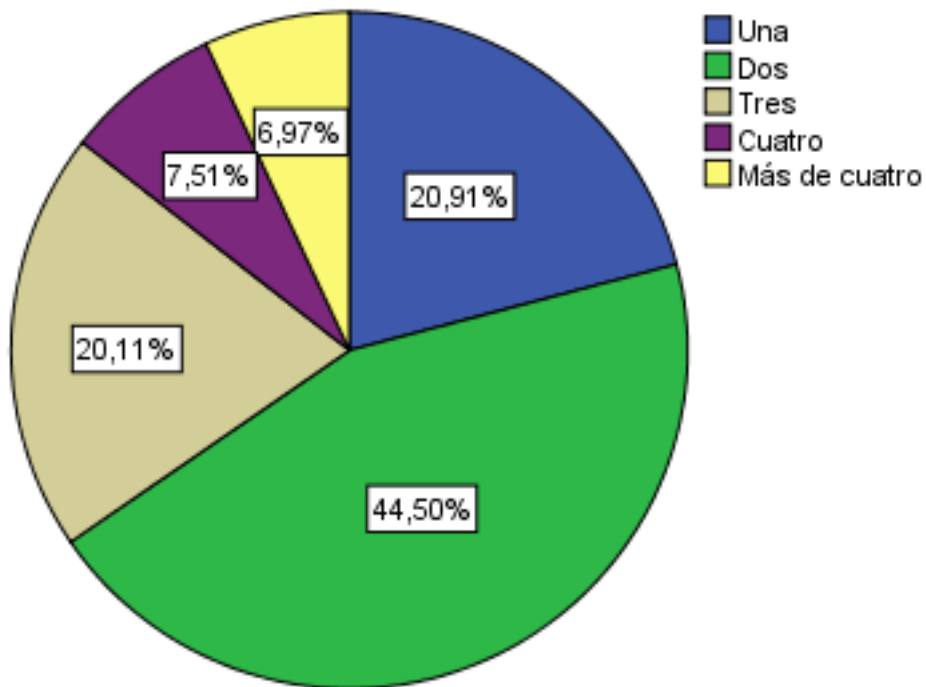
### **Análisis**

La siguiente gráfica indica que los turistas cuando realizan viajes turísticos van acompañados de grupos pequeños no mayor a cinco personas siendo estos familiares o amigos según muestra la figura 8, tomando en cuenta esta información la operadora turística se ha enfocado en captar dicha demanda dónde las experiencias sean inolvidables y únicas esto poniendo a disposición paquetes que cuenten con gran variedad.

**Pregunta 11.** En el año 2019, ¿Cuántas veces realizó viajes turísticos?

**Figura 7**

*Respuesta de la pregunta 11*



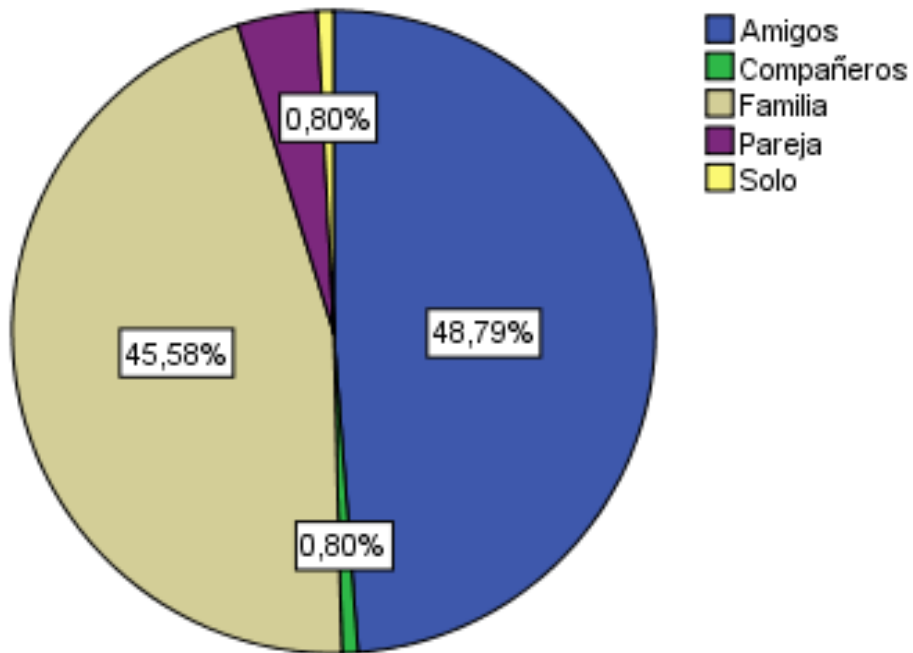
### **Análisis**

En cuanto a la frecuencia de viajes turísticos en el año 2019, los datos recopilados reflejan que de ninguna manera sobrepasa de tres salidas, esto bien puede ser debido a los problemas políticos que el país presentó en los últimos meses con paros nacionales y por la emergencia sanitaria que se dio a nivel mundial por el Covid-19, afectando su economía dónde el porcentaje de dinero para realizar actividades turísticas fue nula, ya que había nuevas prioridades.

**Pregunta 12.** ¿Con qué tipo de personas usted viaja cuando realiza este tipo de actividades turísticas?

**Figura 8**

*Respuesta de la pregunta 12*



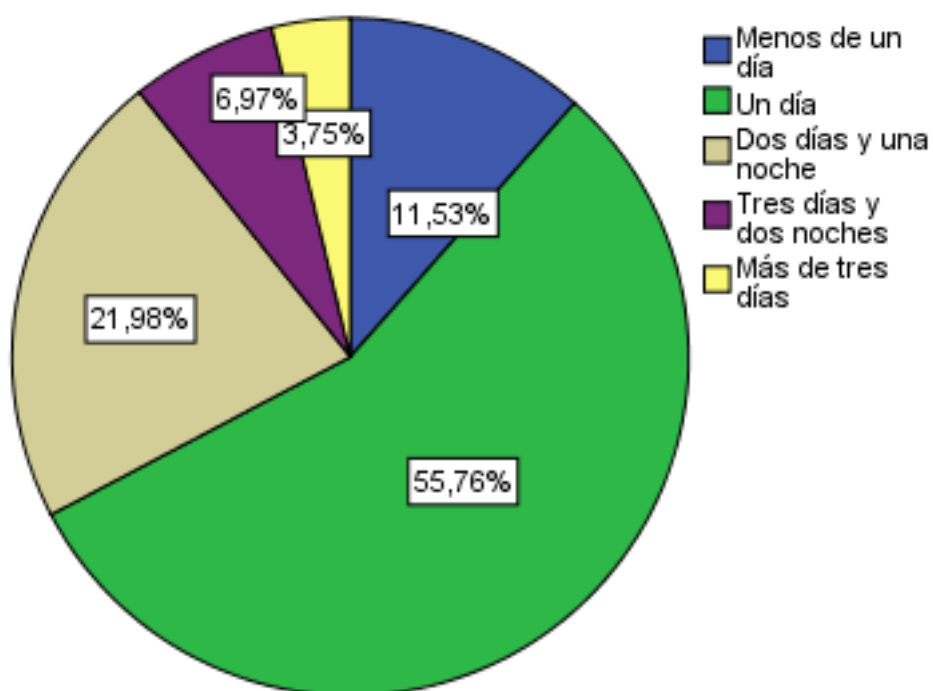
### **Análisis**

Los datos plasmados en el gráfico hacen referencia al tipo de acompañamiento con el que cuenta para realizar viajes turísticos, dónde de manera general la preferencia es de amigos y familiares, por tanto, la operadora ha tomado en consideración al momento de diseñar sus servicios y productos (paquetes T.) de aventura, permitiendo satisfacer las necesidades y expectativas del cliente o turista.

**Pregunta 13.** ¿Cuál fue el tiempo utilizado en su último viaje turístico?

**Figura 9**

*Respuesta de la pregunta 13*



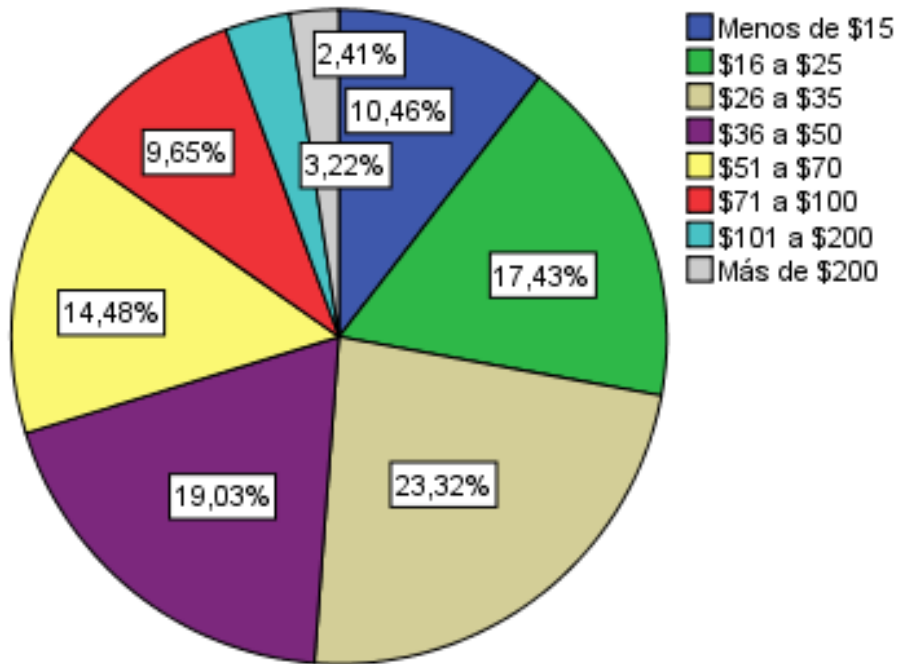
### **Análisis**

Desde el punto de vista de los encuestados la duración de permanencia en el último viaje realizado en el año 2019, son de menos de un día y hasta dos días y una noche, este resultado se debe a la disponibilidad de tiempo con el que cuentan las personas, puesto que por sus actividades cotidianas como trabajo o estudios los días libres que les permite viajar con facilidad y sin interrupción es por lo general fines de semana y feriados. Otro factor ante tal elección es debido al gasto turístico que realiza en sus viajes.

**Pregunta 14.** ¿Cuál fue el monto por persona que se gastó en el último viaje turístico?

**Figura 10**

*Respuesta de la pregunta 14*



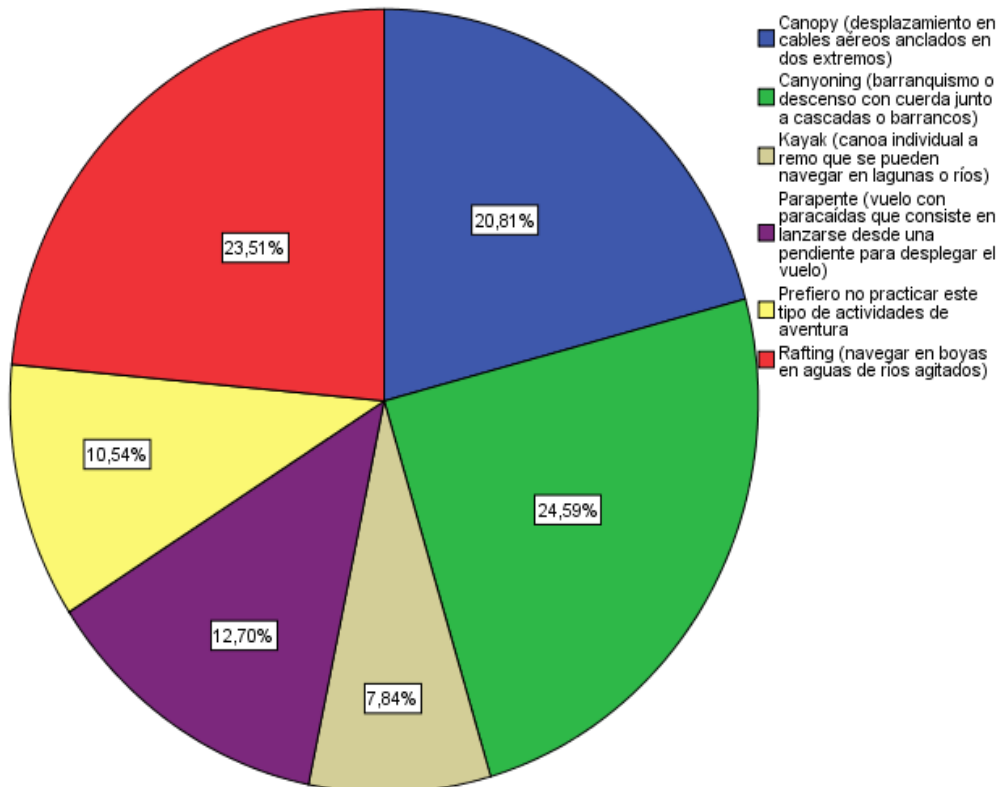
### **Análisis**

Tomando en cuenta los datos obtenidos de las encuestas se observa el comportamiento de consumo de la demanda, siendo mínimo el gasto que se atribuye a las actividades turísticas que van desde los \$15 hasta \$50, esto se puede dar por la escasez de gestión turística considerando que dentro del cantón existe un Plan de Desarrollo Territorial que no es utilizado y puesto en marcha al 100%, y también por los problemas económicos que enfrenta el país.

**Pregunta 15.** ¿Qué tipo de actividades de turismo de aventura le gustaría practicar?

**Figura 11**

*Respuesta de la pregunta 15*



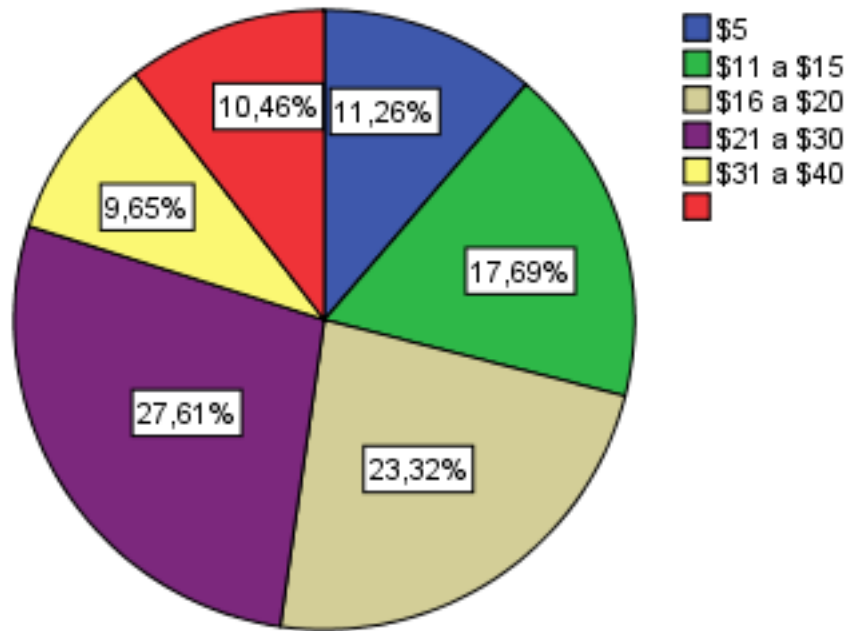
### **Análisis**

Ante las preferencias de actividades turísticas de aventura el segmento encuestado define que el 10,54% no prefiere practicar estas actividades, donde más de 75% ratifica la aceptación por los deportes extremos como canyoning, rafting, y parapente, siendo estos unos de los servicios que ofrece la operadora y son factibles realizarlos dentro del cantón Ibarra debido a la ubicación geográfica y por los grandes atractivos naturales que posee el mismo.

**Pregunta 16.** ¿Qué monto considera adecuado a pagar por la actividad que seleccionó con anterioridad?

**Figura 12**

*Respuesta de la pregunta 16*



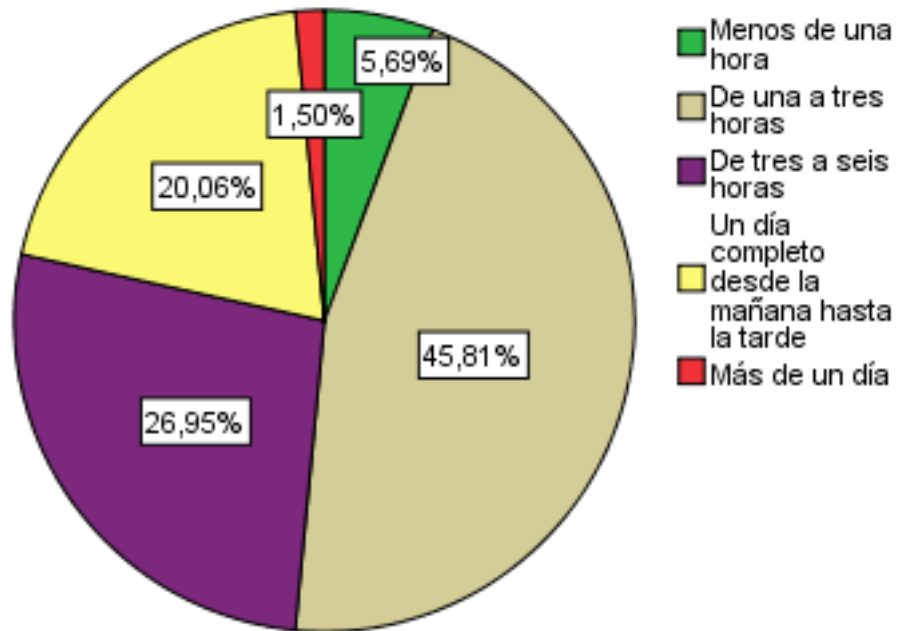
### **Análisis**

Tomando en consideración los datos que muestra la figura referente al precio a pagar por las actividades turísticas anteriores, se denota una mayor aceptación que va desde los \$11 a \$30 dólares americanos dependiendo de la actividad seleccionada, esta información permitió crear paquetes denominados Full Day que no sobrepasen de los \$30 donde brinden servicios y atracciones nuevas para el visitante o turista.

**Pregunta 17.** ¿Cuál es el tiempo adecuado que usted considera desde la salida hasta el regreso, para realizar la actividad que seleccionó en la pregunta 15?

**Figura 13**

*Respuesta de la pregunta 17*



### **Análisis**

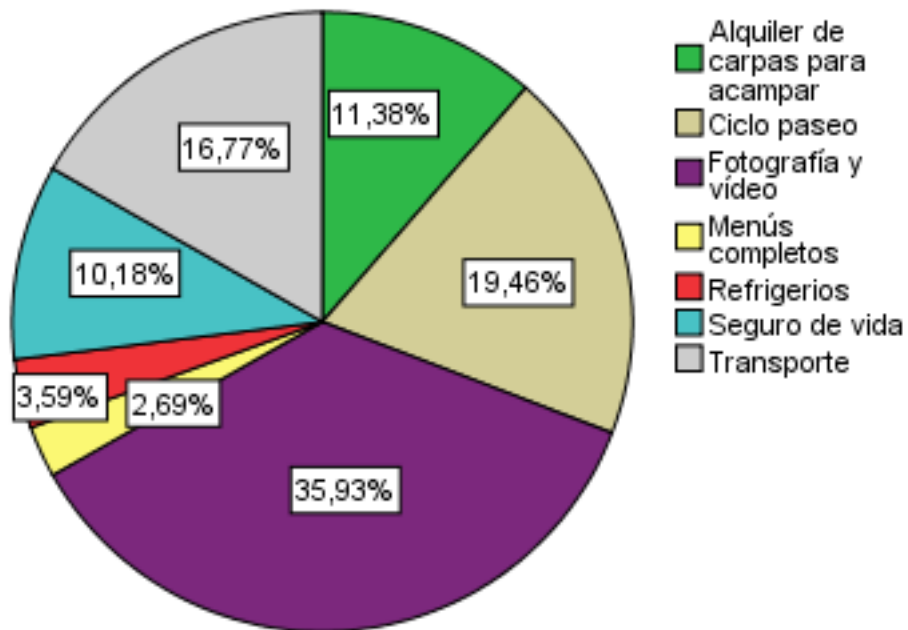
El tiempo de duración adecuado que el segmento encuestado considera para las actividades turísticas va desde una hora a tres horas con un porcentaje de 45,85%, seguido de tres a seis horas con el 26,95% y por último un día completo con el 20,06%, estos datos son fundamentales en cuánto al tiempo planificado para los paquetes turísticos que ofrece la operadora, como dicha empresa se pretende ofertar itinerarios no mayor a un día y que pueden ser vendidos de manera directa o complementaria a un paquete turístico de alguna agencia de viajes.



**Pregunta 18.** ¿Cuál de los siguientes servicios complementarios considera el más importante que debe integrarse a la actividad que seleccionó en la pregunta 15?

**Figura 14**

*Respuesta de la pregunta 18*



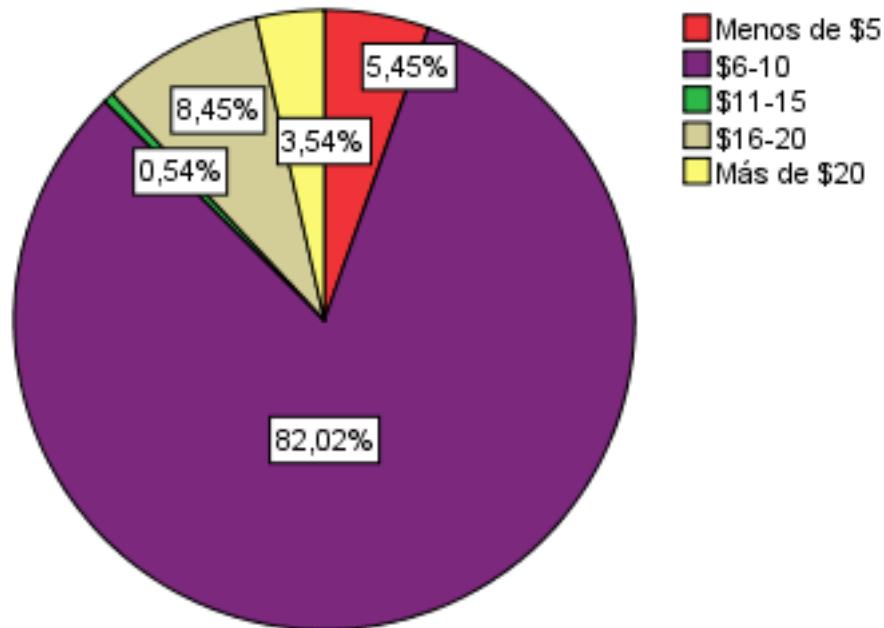
### **Análisis**

La preferencia por los servicios complementarios que se debe añadir a las actividades antes mencionadas según los encuestados son la fotografía y vídeo con el 35,93%, el ciclo paseo con el 19,46% y el transporte con el 16,77%, haciendo notar que los turistas o visitantes que realizan actividad turística consideran que los recuerdos como principal opción, dejando de lado la seguridad que tan sólo el 10,18% han mencionado un seguro de vida para realizar los deportes extremos ya mencionados.

**Pregunta 19.** ¿Cuánto considera como precio adecuado a pagar por la actividad complementaria que seleccionó en la anterior pregunta?

**Figura 15**

*Respuesta de la pregunta 19*



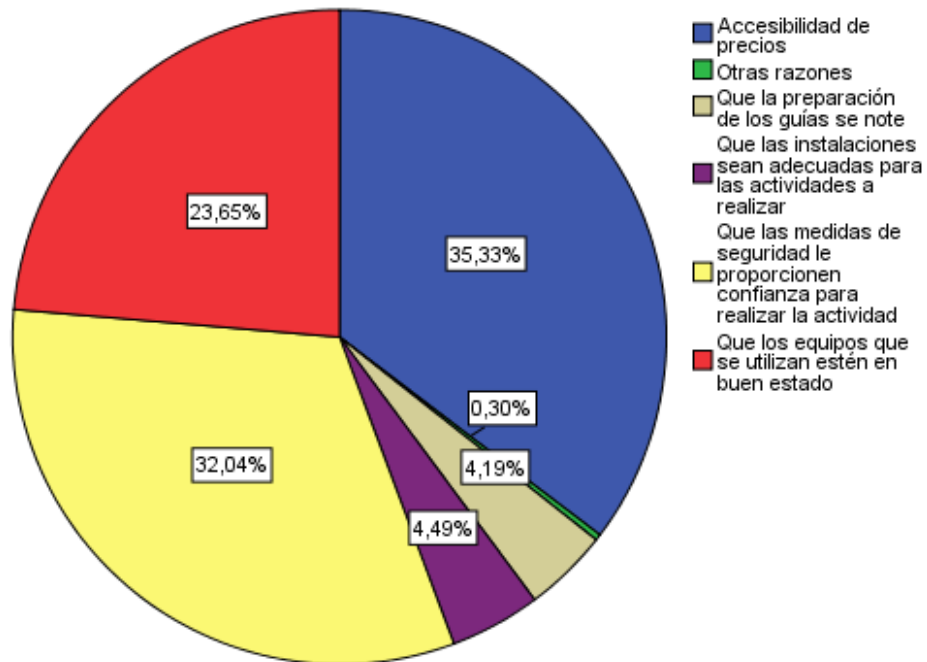
### **Análisis**

Los datos que reflejan de las encuestas es que el monto adecuado a pagar por los servicios complementarios va desde los \$5 hasta los \$10 dólares americanos con el 82,02% y esto se puede dar dependiendo de los s. Adicionales dónde vendría a ser de manera personal que se implementen a los paquetes turísticos de un día dando así la satisfacción del turista, tomando en cuenta que el precio por el paquete no debe exceder de los \$30.

**Pregunta 20.** De los siguientes aspectos, ¿cuál considera el más importante para que usted tome la decisión de realizar la actividad seleccionada en la pregunta 15?

**Figura 16**

*Respuesta de la pregunta 20*



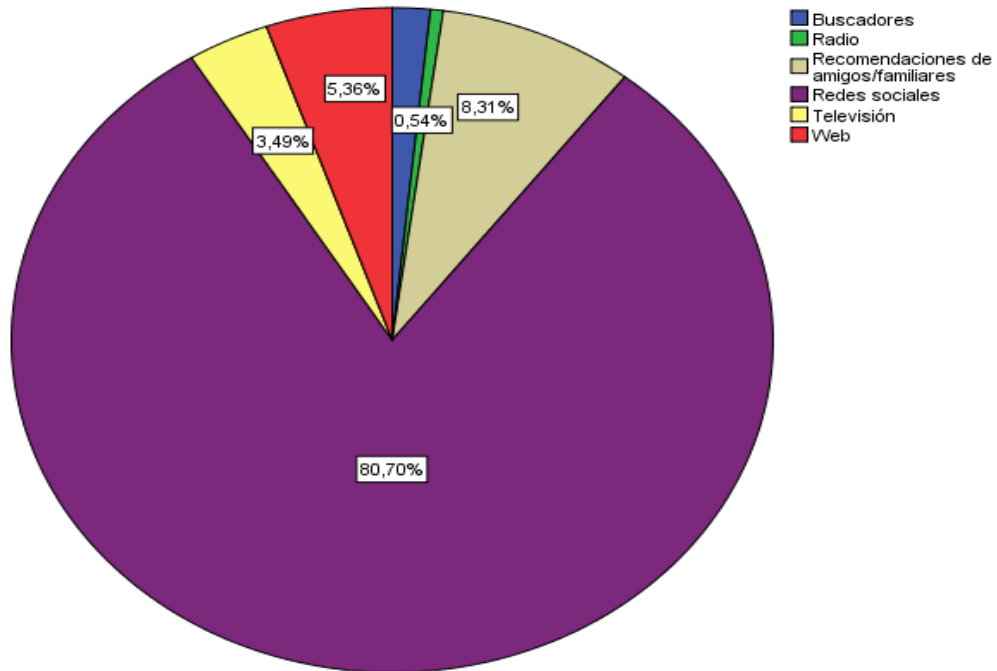
### Análisis

Cuando las personas consideran realizar un viaje turístico con actividades de aventura éstas pueden ser canyoning, canopy, rafting, parapente, etc. El segmento encuestado considera que para tomar la decisión de practicar se basan en la accesibilidad de precios con el 35,33%, la seguridad con el 32,04% y los equipos en buen estado con el 23,65%, dónde la operadora debe precautelar la vida y el bienestar de los turistas ofreciendo montos acordes a su alcance que ya se mencionó con anterioridad.

**Pregunta 21.** Mediante qué medio de comunicación usted se informa acerca de los servicios y productos turísticos.

**Figura 17**

*Respuesta de la pregunta 21*



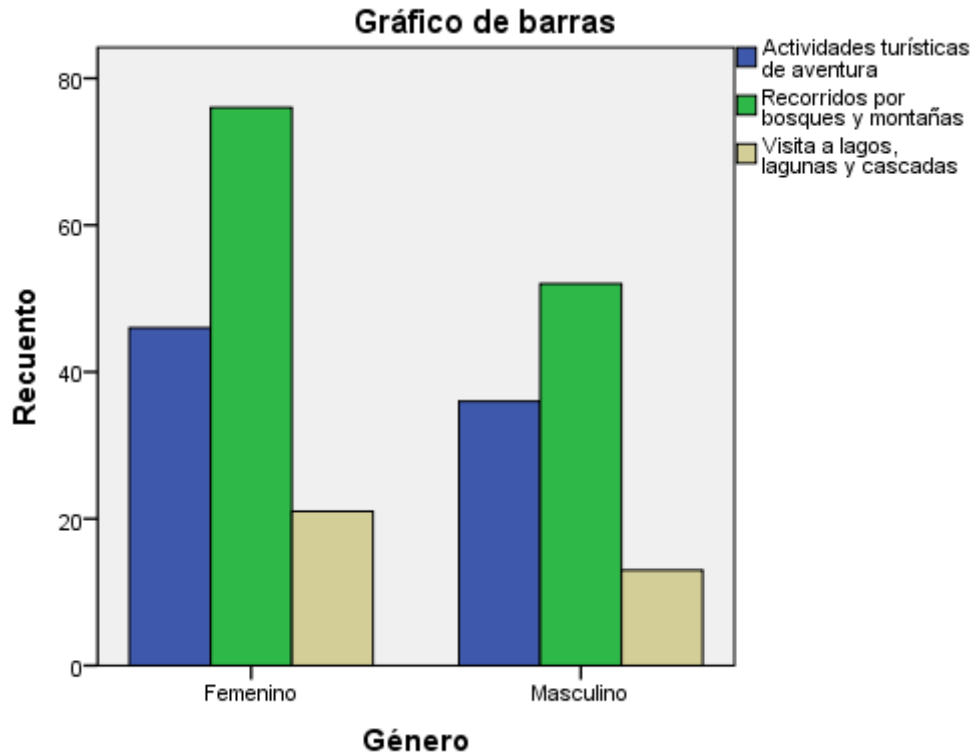
### **Análisis**

Con los datos obtenidos se puede determinar que una estrategia fundamental para captar clientes en los últimos años es mediante las redes sociales, la empresa que no trabaje con estas herramientas no tendrá un buen desarrollo ni tampoco alcanzará sus metas en un futuro, por ello la operadora ha diseñado e incluso los consumidores podrán acceder a los productos y servicios a través de estos medios digitales que facilitan la entrega de esta información de manera global.

## Tablas cruzadas

Figura 18

*Cruce de la variable alternativas de turismo y género*

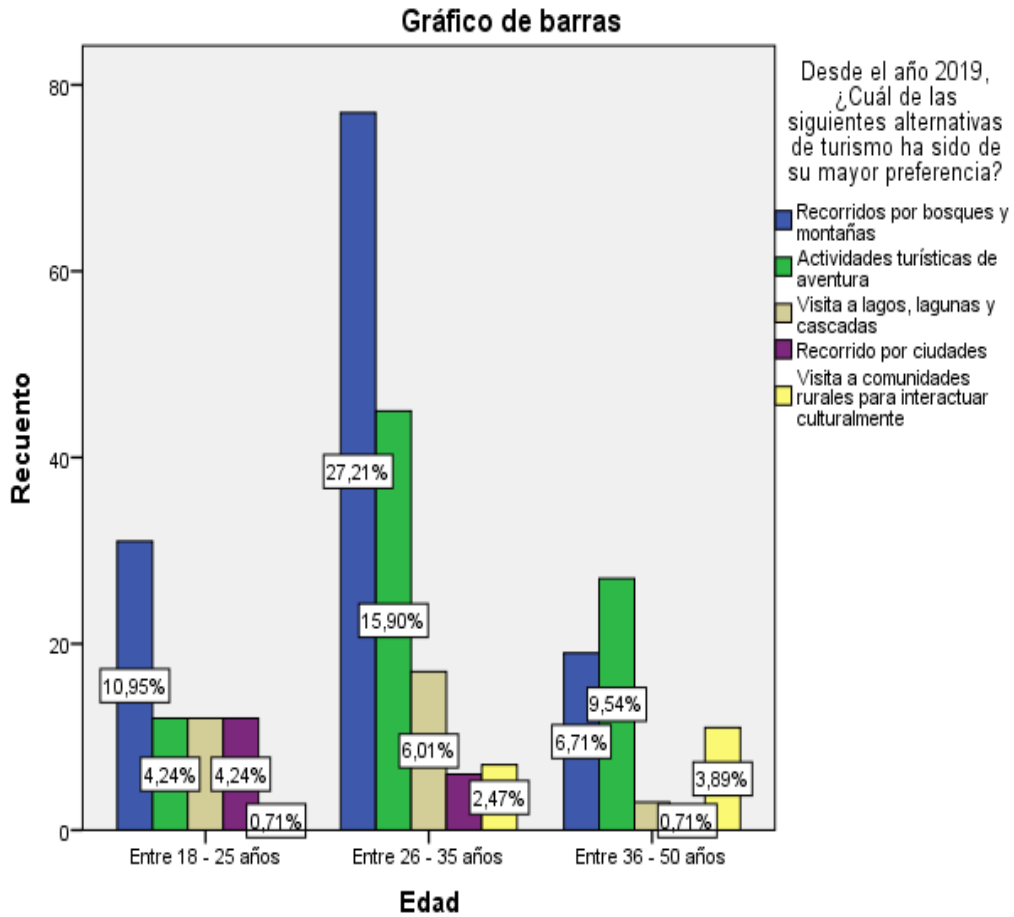


### Análisis

Tomando en consideración los datos obtenidos se puede determinar que las actividades con mayor preferencia tanto en hombres como mujeres es sobre los recorridos por bosques y montañas, seguido por las actividades turísticas de aventura denotando a un segmento encuestado aventurero y esta elección también se debe a la restricción de movilizaciones con el período de cuarentena por el covid-19.

**Figura 19**

*Cruce de la variable alternativas de turismo y edad*

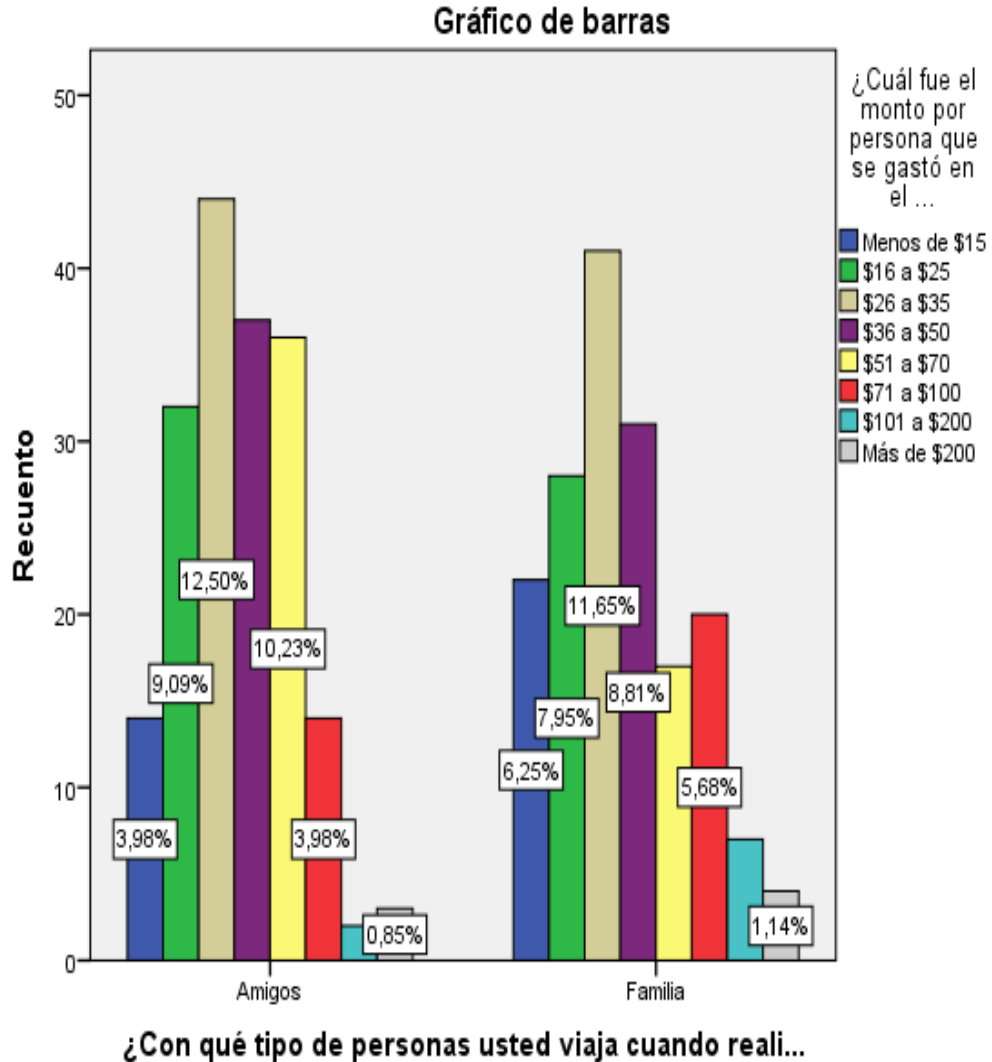


**Análisis**

En el año 2019 las preferencias de actividades turísticas vienen por parte de los jóvenes en un promedio de 18 a 50 años, dónde el recorrido por montañas, los deportes extremos, la visita a lagos, lagunas y cascadas han sido de su preferencia para realizar como recreación. Siendo un ente creador de servicios y productos en este caso paquetes, dónde el consumidor son las personas llenas de energía, considerando que no existe la limitante de consumo puesto que el servicio puede ser adquirido por quién cuente con las condiciones tanto físicas como económicas.

**Figura 20**

*Cruce de la variable monto de gasto y tipo de persona*

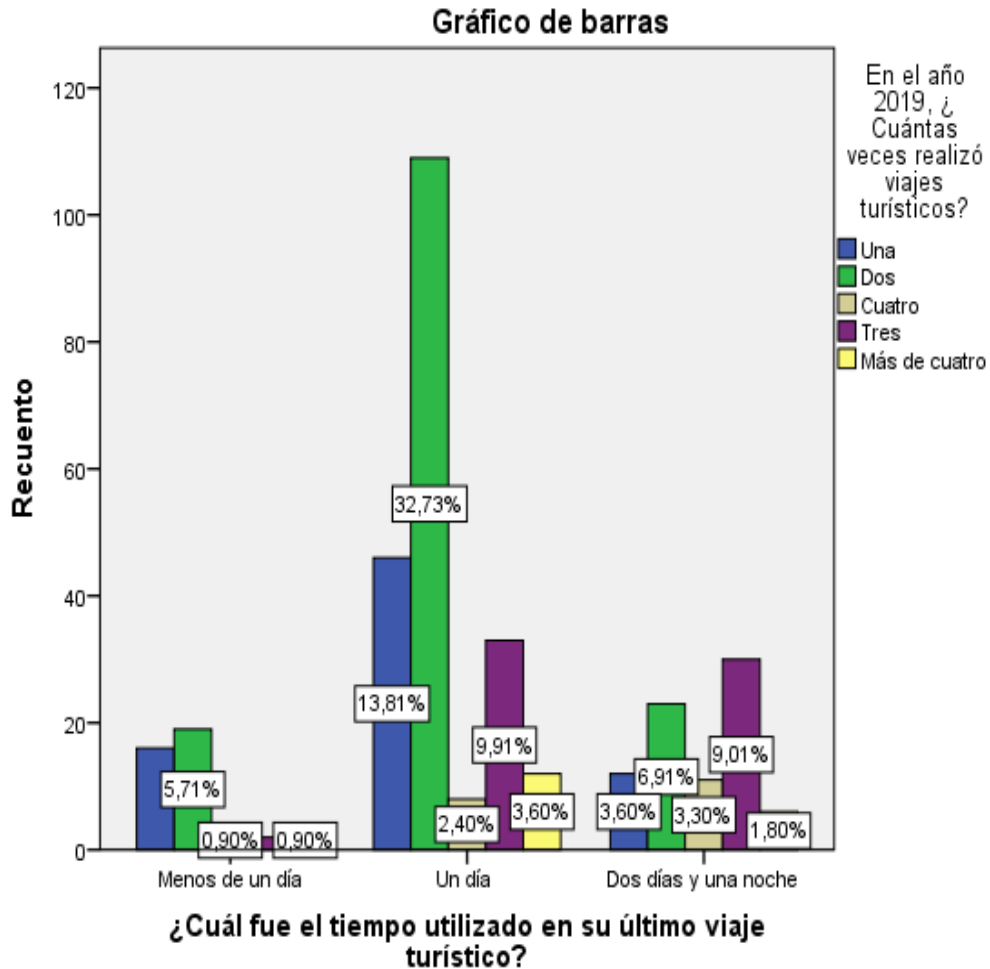


### Análisis

El gasto de consumo en sus viajes turísticos que mayor porcentaje tiene es entre amigos quienes gastaron en un promedio desde los \$26 hasta \$70 dólares, seguido por familias dónde los precios son más económicos que va de \$15 a \$50, estos datos permiten diseñar y crear un paquete con actividades que será segmentado para ciertos grupos utilizando estrategias de ventas que estén acorde a los presupuestos que el cliente puede acceder.

**Figura 21**

*Cruce de la variable frecuencia de viaje y tiempo de viaje*



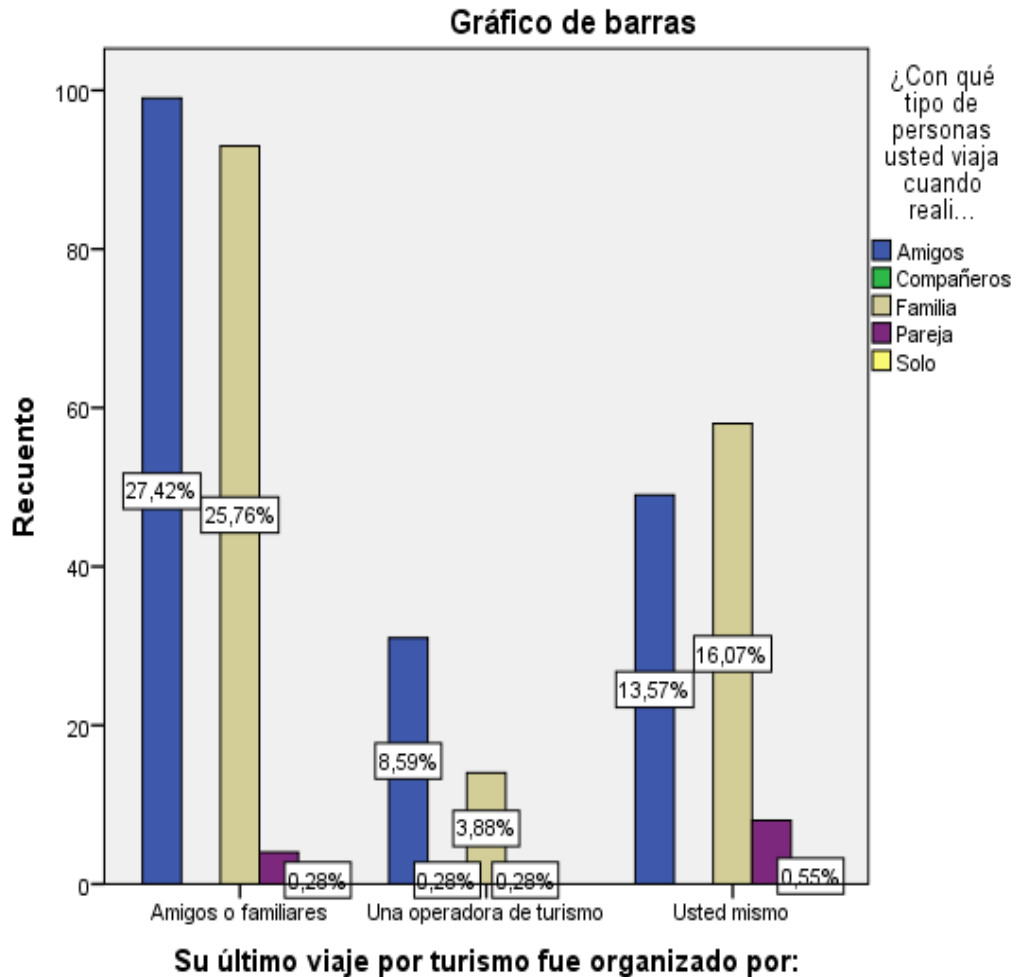
### **Análisis**

El segmento encuestado manifiesta que en su último viaje turístico en el año 2019 ha realizado actividad turística de dos a tres veces, dónde su permanencia de viaje va de un día hasta dos días y una noche. Esto favoreciendo a la empresa puesto que el consumidor busca pernoctar fuera de su zona de confort no mayor a un día, por ello los paquetes turísticos que ofrece la operadora van enfocados en un día para las actividades de aventura ya sea vendidos de manera directa o complementaria de alguna agencia de viajes.



**Figura 22**

*Cruce de la variable tipo de persona y organizado por*

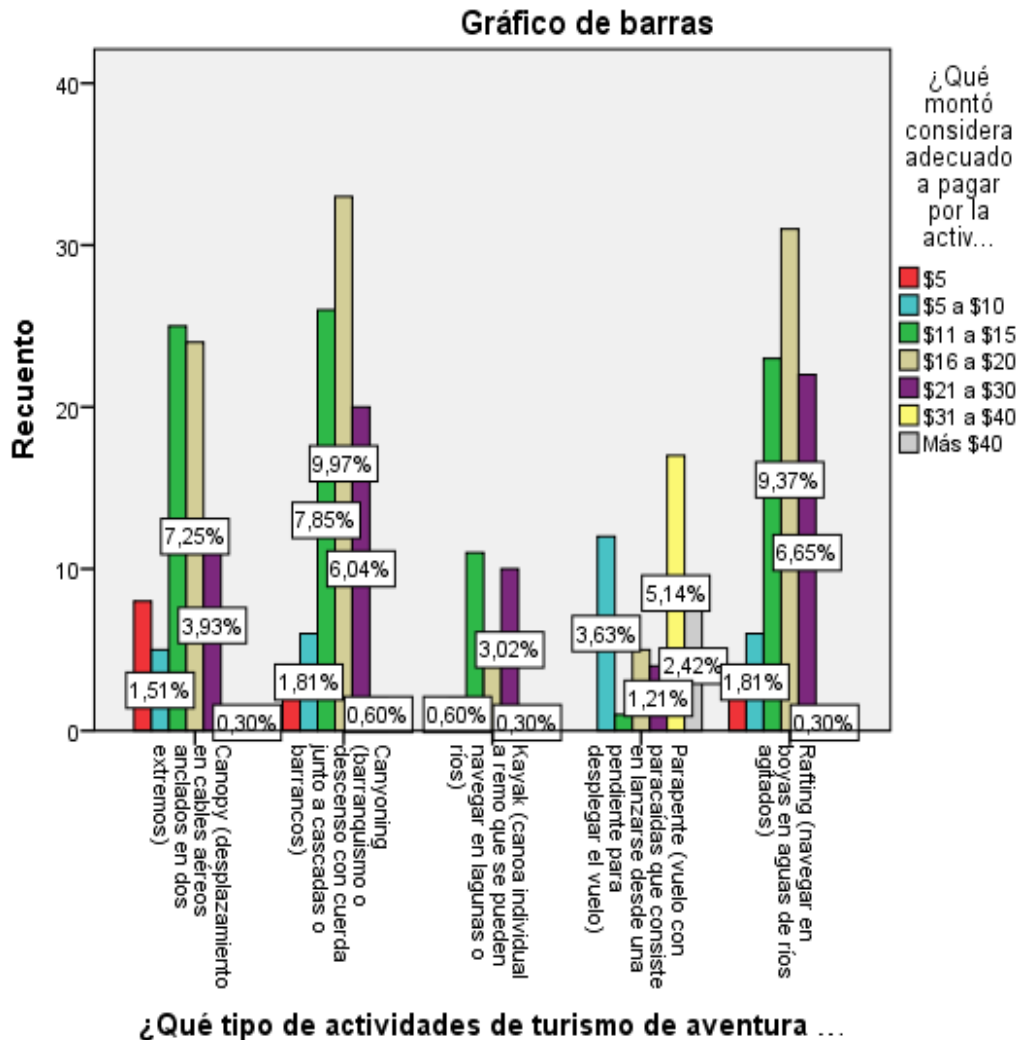


### **Análisis**

En la gráfica se puede evidenciar que el tipo de personas con que los turistas o visitantes realizan sus actividades recreacionales es con amigos y familiares, y esta es organizada por ellos mismos y con un porcentaje no tan alto por una operadora de turismo que es de 8,59%, con dicha información se observa que la aceptación es favorable pero que hay parámetros que no convencen de todo al cliente y como empresa se realizó una investigación de cuál es la problemática planteando soluciones.

**Figura 23**

*Cruce de la variable monto adecuado por la actividad y actividades*

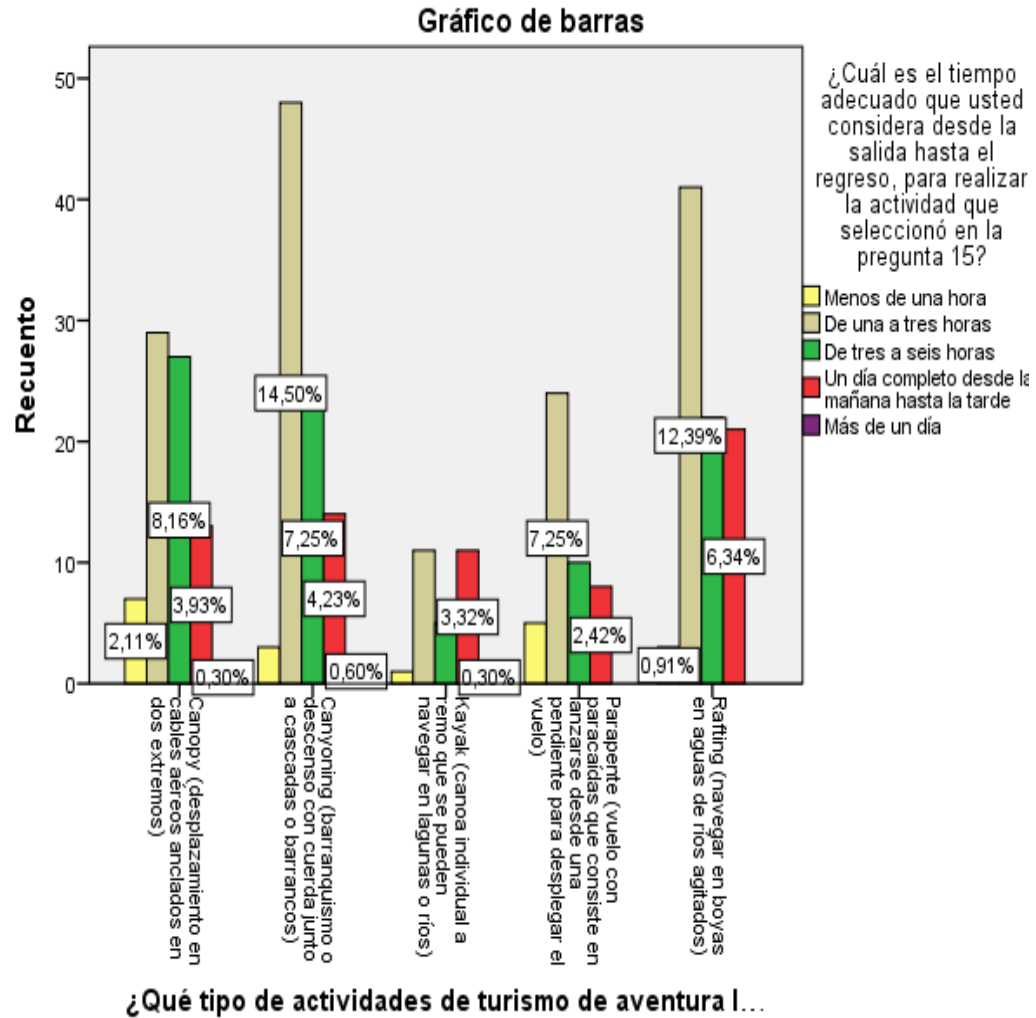


### Análisis

Ante el presupuesto que se estima a pagar el segmento encuestado se denota que por canyoning pondera un precio de \$16 a \$20, por parapente estarían dispuesto a pagar entre \$5 a \$40, por kayak de \$11 a \$30, por rafting \$11 a \$30 y por canopy \$11 a \$20, es decir, que sólo en parapente considera cierto número de encuestados más de \$40, siendo está información de ayuda para estandarizar los precios para nuestros futuros clientes.

**Figura 24**

*Cruce de la variable tiempo adecuado y actividades*

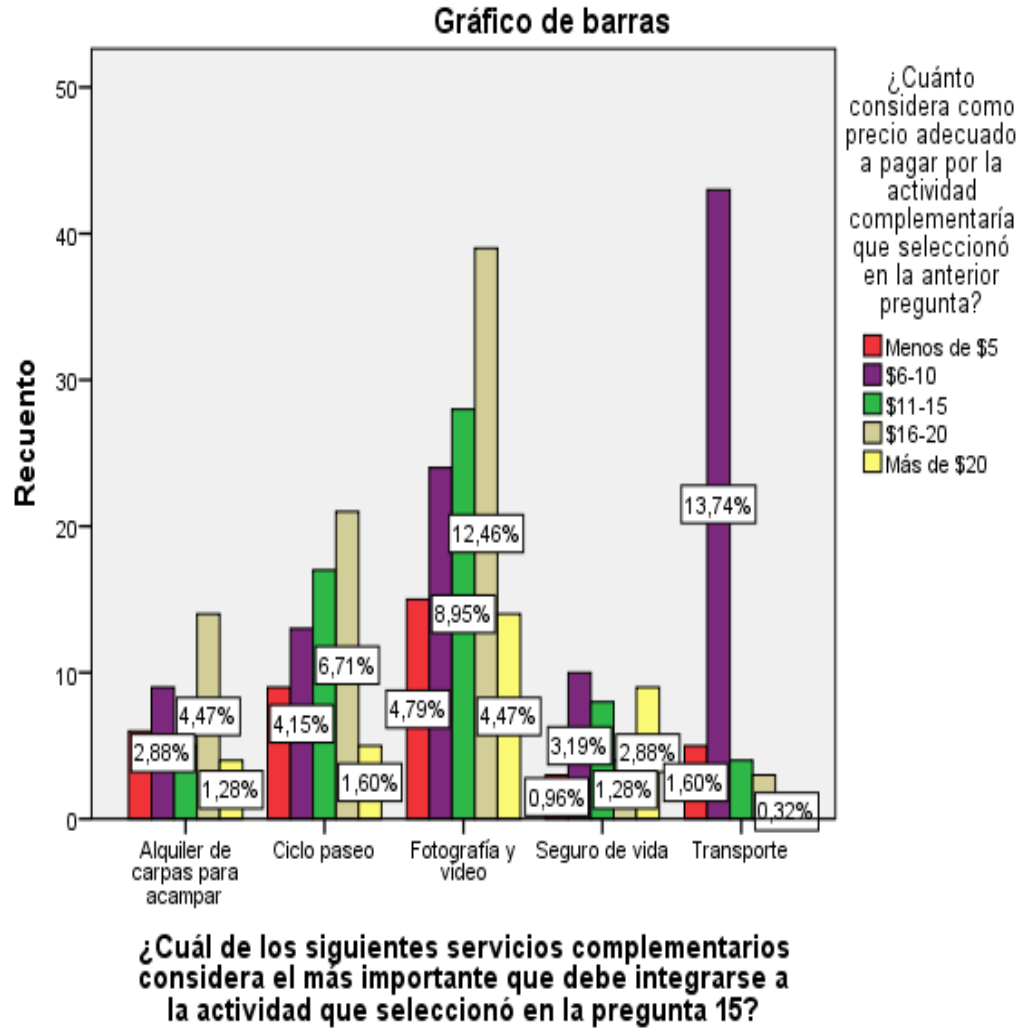


### Análisis

La siguiente gráfica manifiesta que para las actividades turísticas de aventura que se pretende ofertar el tiempo adecuado que va de una a tres horas con mayor porcentaje seguido por de tres o seis horas, está información permitió establecer un itinerario con deportes extremos antes mencionados que duren entre 3 a 6 horas y el resto del día agregar actividades complementarias creando así un paquete turístico más conocido como Full Day.

**Figura 25**

*Cruce de la variable montó a pagar y actividades*

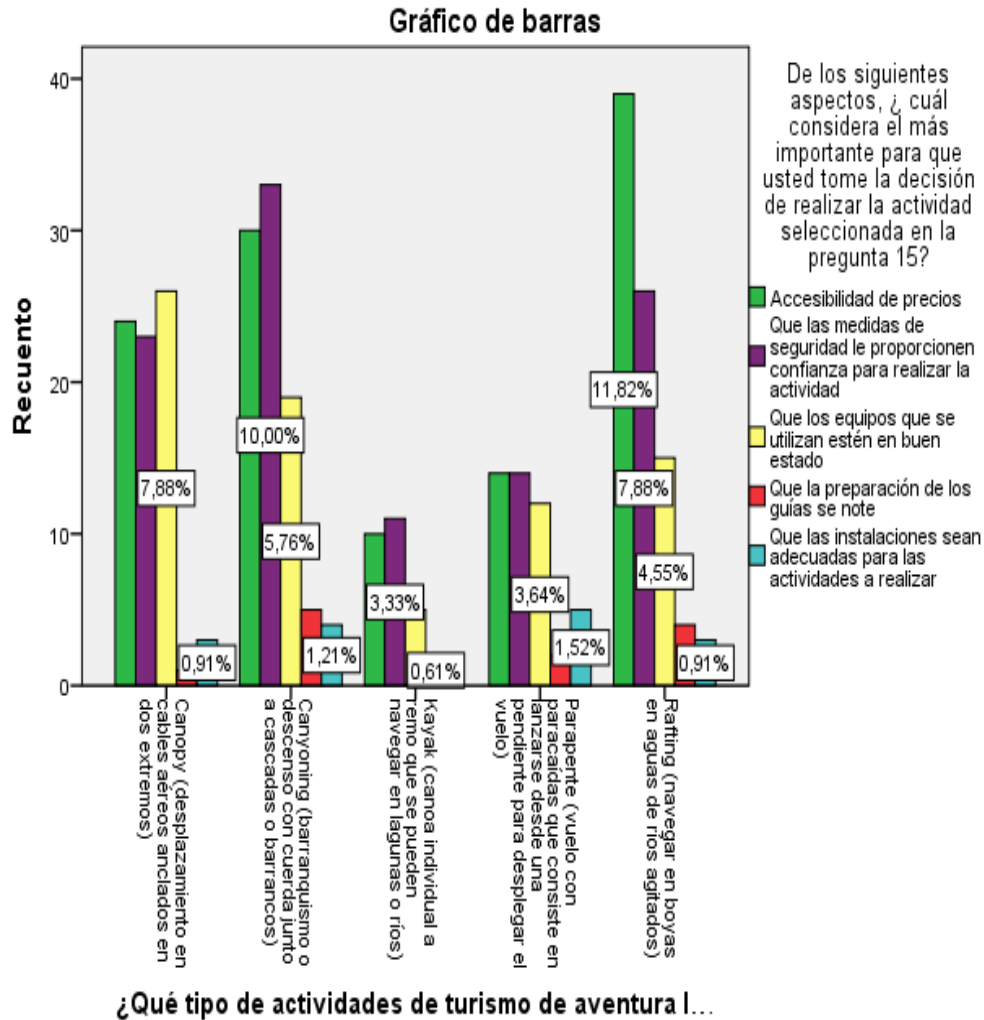


### Análisis

En cuanto a los servicios complementarios que mayor enfoque ha tenido es el transporte como promedio de costo de \$6 a \$10, seguido por la variable fotografía y video, ciclo paseo, alquiler de carpas y un seguro de vida, y el segmento encuestado define que el precio adecuado a pagar por estos servicios complementarios es \$5 a \$30 dólares americanos.

**Figura 26**

*Cruce de la variable decisión y actividades*



### **Análisis**

Ante la toma de decisión por practicar estos deportes extremos como canopy, canyoning, rafting son precedidas por la accesibilidad de precios dentro de los paquetes turísticos que la operadora brinda, las medidas de seguridad que proporcionan confianza, y que los equipos sean de calidad y estén en buen estado de esta manera precautelando la vida del turista, la información permite tomar en consideración la creación de estrategias para que la confiabilidad del cliente sea al 100% y opte por realizar estas actividades turísticas de aventura con la empresa.

Con un total de 372 encuestas que se obtuvieron a través de la calculadora de muestras con el 5% de margen de error y el nivel de confianza del 95%, dónde se aplicó con el uso de herramientas tecnológicas, mediante el uso de los formularios realizados en forms.

Fue dirigida a un público que se encuentra en el siguiente rango de edad entre 18 a 65 años, en cual se observa que el segmento de edades de mayor concentración esta entre 18 a 50 años que representa el 98,66% dicho resultado es producto de la suma del 49,06% de las edades entre 26 a 35 años, el 27,08% de 18 a 25 años, el 22,52% de 36 a 50 años y; el porcentaje restante representa el 1,34% correspondiente a las edades de 51 a 65 años.

Referente al estado civil, el 58,98% representa a solteros, el 29,76% casados, y el restante con porcentajes similares de 5,63% viven en unión libre; cabe recalcar que la población soltera se encuentra hasta los 36 años. En relación con el género se presenta una ligera diferencia ya que del total de encuestados el 54,16% son mujeres.

De acuerdo con el nivel de educación, el 57,10% fueron estudiantes bachilleres, el 33,78% universitarios y el restante 5,36% corresponde a estudiantes de primaria, dónde el 34,85% son empleados privados y el 11,53% son empleados públicos denotando un nivel de ingresos con el 35,12% de \$201 a \$400.

El 42,63% son residentes de la provincia de Imbabura, seguida por Pichincha con el 28,15% y el Carchi con 20,64%, de los cuales realizaron actividad turística durante el año 2019 entre cuatro a 5 personas siendo éstas familiares o amigos, para lo cual destinan entre uno y dos días para realizar dichas actividades.


El 84,19% de las personas organizan sus viajes por cuenta propia, en pequeños grupos de familiares y amigos que emplean un presupuesto

aproximado de \$50 dólares que son destinados para realizar actividades turísticas no mayor a dos días.

## Fichas de Observación de la competencia

**Tabla 1**

*Operadora de viajes "Nature Adventure"*

 <p style="text-align: center;"><b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y</b> <b>ECONÓMICAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b></p>	
<b>FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA COMPETENCIA</b>	
<b>Objetivo:</b> Monitorear a la competencia que oferta los servicios de deportes extremos en el cantón Ibarra.	
<b>Responsable:</b> Verónica Mejía	
<b>Fecha de inicio:</b>	<b>Fecha de finalización:</b>
<b>Agencia/ operadora de viajes</b>	<i>Nature Adventure</i>
<b>Ubicación</b>	Simón Bolívar, Ibarra 100106
<b>Actividades de turismo de aventura que oferta</b>	Cayoning, Rafting, Ascensos, Escalada, Parapente y Puénting
<b>Paquetes turísticos</b>	Posee 6 paquetes turísticos dónde se realiza dos salidas al mes.
<b>Paquetes a la semana</b>	Un paquete a la semana, ya que no se realiza de manera habitual, puesto que se realiza por pedido.
<b>Precio</b>	\$40 a \$45
<b>Frecuencias de programación de actividades</b>	Las actividades de aventura son programadas de dos a tres por mes, de manera general en

	temporadas de los meses febrero, julio, agosto, noviembre y diciembre.
<b>Actividades que conforman los paquetes</b>	Actividades de aventura, alojamiento, restauración, seguro de vida, transporte, fotografía y vídeo.
<b>Capacidad de servicio</b>	30 a 40
<b>Posible segmento de mercado que cubre</b>	Personas de 18 a 45 años

*Nota.* Elaborado por la autora

### **Análisis de la ficha**

De la siguiente tabla se puede identificar que la operadora turística Nature Aventure está ubicada en la calle Simón Bolívar e Ibarra en la cual brinda las actividades de turismo de aventura como son canyoning, rafting, ascensos, escalada, parapente y puénting, mediante paquetes turísticos los cuáles promocionan de manera directa o a través de la agencia de viajes Royals Destins ofertando 6 de ellos en un catálogo, dónde se realiza de una a dos salidas por mes, considerando que no se ejecuta habitualmente, esto debido a que se realizan bajo pedido. El precio de cada uno entra en un promedio de \$25 a \$45 con los servicios que se complementan como alojamiento, restauración, transporte, seguro de vida, etc.

De manera general estos paquetes se venden en las temporadas de lo que es los meses de febrero, julio, agosto, noviembre y diciembre exclusivamente en feriados. El posible segmento de mercado que esta operadora cubre son las personas que va desde los 18 a 45 años, con una capacidad de 30 a 40 turistas en cada atractivo, dependiendo de la actividad turística que se realice.

### **Tabla 2**

*Agencia de viajes "Ecosierra"*





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

**FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA COMPETENCIA**

**Objetivo:** Monitorear a la competencia que oferta los servicios de deportes extremos en el cantón Ibarra.

**Responsable:** Jonathan Rueda

<b>Fecha de inicio:</b>	<b>Fecha de finalización:</b>
<b>Agencia/ operadora de viajes</b>	<i>Ecosierra</i>
<b>Ubicación</b>	Grijalva 41852 Sánchez Y Cifuentes Casa Cacmu Ibarra - Imbabura
<b>Actividades de turismo de aventura que oferta</b>	Buceo, canyoning, senderismo, rapel, montañismo
<b>Paquetes turísticos</b>	8 paquetes turísticos ofertados de manera rotativa tres en el mes.
<b>Paquetes a la semana</b>	Un paquete a la semana, ya que no se realiza de manera habitual, puesto que se realiza por pedido.
<b>Precio</b>	\$25 a \$45
<b>Frecuencias de programación de actividades</b>	Las actividades de aventura son programadas de dos a tres por mes.
<b>Actividades que conforman los paquetes</b>	Actividades de aventura, alojamiento, restauración, seguro de vida, transporte.
<b>Capacidad de servicio</b>	25 a 45
<b>Posible segmento de mercado que cubre</b>	Personas de 20 a 40 años

*Nota.* Elaborado por la autora


**Análisis de la ficha**

EcoSierra está ubicada en Ibarra en las calles Grijalva, Sánchez y Cifuentes esta agencia de viajes brinda lo que son actividades de turismo de

aventura tales como buceo, canyoning (en Peguche, Conrayaro y Taxopamba), senderismo, rapel (en La Rinconada, Otavalo y Conrayaro), montañismo en media y alta montaña, para ello en cuanto la creación de los paquetes no existe fechas periódicas para su diseño ya que se realiza mediante cotización. Mediante un sondeo se puede evidenciar que la operadora ofrece 8 paquetes turísticos todo incluido como alojamiento, restauración, seguro de vida, transporte que son ofertados de manera rotativa en las bases digitales, donde las salidas van de dos a tres veces al mes con una capacidad de carga de 25 a 45 personas dependiendo de la actividad que se realice enfocados en un segmento de que va de los 20 a 40 años.

**Tabla 3**

*Agencia de viajes "Xplora Travel"*

 <p><b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE</b>  <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y</b>  <b>ECONÓMICAS</b>  <b>CARRERA DE TURISMO</b></p>	
<b>FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA COMPETENCIA</b>	
<b>Objetivo:</b> Monitorear a la competencia que oferta los servicios de deportes extremos en el cantón Ibarra.	
<b>Responsable:</b>	
<b>Fecha de inicio:</b>	<b>Fecha de finalización:</b>
<b>Agencia/ operadora de viajes</b>	<i>Xplora Travel</i>
<b>Ubicación</b>	Río Quinindé 4-17, Ibarra 100150
<b>Actividades de turismo de aventura que oferta</b>	Trekking, Cayoning, Snorquel, Buceo, Rafting y Canoping.
<b>Paquetes turísticos</b>	Oferta 15 paquetes turísticos y se realiza cuatro salidas al mes.

<b>Paquetes a la semana</b>	Un paquete a la semana, ya que no se realiza de manera habitual, puesto que se realiza por pedido.
<b>Precio</b>	\$35 a \$50
<b>Frecuencias de programación de actividades</b>	Las actividades de aventura son programadas de dos a tres por mes.
<b>Actividades que conforman los paquetes</b>	Actividades de aventura, alojamiento, restauración, seguro de vida, transporte.
<b>Capacidad de servicio</b>	30 a 40
<b>Posible segmento de mercado que cubre</b>	Personas de 20 a 50 años

*Nota.* Elaborado por la autora

### **Análisis de la ficha**

La agencia turística XploraTours está ubicada en el río Quinindé, en la ciudad de Ibarra mediante un levantamiento de información se ha determinado que las actividades de turismo de aventura las cuales ofertan son Trekking, canyoning, snorkel, buceo, rafting y canopy, mismas que según sus bases digitales se oferta 15 paquetes turísticos, donde se realizan 4 salidas al mes con un precio alrededor del 35 a 50 dólares, esto vendrá dependiendo de cada uno de los servicios que se oferte.

La frecuencia con la que se programa este tipo de actividades no va más allá de 2 a 3 veces por mes ofertando paquetes todo incluido con servicios como son alojamiento, restauración, seguro de vida, transporte, donde la capacidad máxima que ellos pueden ofertar es de 30 a 40 turistas esto va a depender mucho del atractivo y de los deportes extremos que se pretende practicar. Esta agencia de viajes está enfocada a un segmento de mercado de personas que van de 20 a 50 años en lo que es turismo de aventura.

### 3.1.4. Segmentación de mercados

A continuación, se presenta una matriz en la cual se da a conocer las características tanto geográficas, demográfica y en función del comportamiento y frecuencia de uso, que permitió segmentar el mercado objetivo.

**Tabla 4**

*Segmentación del mercado objetivo de la operadora turística especializada en turismo de aventura*

<b>Segmentación de mercados</b>			
<b>Producto turístico: Operadora turística especializada en turismo de aventura en el cantón Ibarra.</b>			
<b>Segmentación geográfica</b>			
<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<i>País:</i>	Ecuador	1615692	100%
<i>Región:</i>	Sierra	1286217	79,6%
<i>Provincia:</i>	Imbabura	398244	5,3%
<i>Ciudad:</i>	Ibarra	11272	45,8%
<b>1er Resultado: 11272 personas de la ciudad de Ibarra</b>			
<b>Segmentación demográfica</b>			
<b>Variable</b>		<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
<i>Género:</i>	Masculino/Femenino	11029	97,84%
<i>Edad:</i>	18 a 35	8578	76,10%
<i>Estado civil:</i>	Soltero/a	6648	58,98%
<i>Instrucción:</i>	Secundaria	6437	57,10%
<i>Ocupación:</i>	Trabajan	8673	76,94%
<i>Ingresos:</i>	<=800	7223	64,07%
<b>2do Resultado: 11029 entre hombres y mujeres viven en la ciudad de Ibarra, de 18 a 35 años, que son solteros/as y tienen un nivel de instrucción de secundaria, que trabajan y ganan menos de \$800.</b>			

---

### Segmentación Psicográfica

---

Variable		Número	Porcentaje
<i>Nivel socioeconómico</i>	Medio-Alto	3263	45,18%

**3er Resultado: 3263 hombres y mujeres viven en la ciudad de Ibarra, de 18 a 35 años que son solteros/as y tienen un nivel de instrucción de secundaria, que trabajan y ganan menos de \$800 y que pertenecen a un nivel socioeconómico medio y alto.**

---

### Segmentación Conductual

---

Variable		Número	Porcentaje
<i>Estilo de vida</i>	Naturaleza/Aventureros	6467	57,37%

**4to Resultado: 3263 hombres y mujeres viven en la ciudad de Ibarra, de 18 a 35 años que son solteros/as y tienen un nivel de instrucción de secundaria, que trabajan y ganan menos de \$800 y que pertenecen a un nivel socioeconómico medio y alto y se consideran aventureros.**

*Nota.* Elaborado por la autora

Para la determinación del segmento de mercado se ha hecho uso de la matriz que describe aspectos geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales, dónde los datos han sido recopilados mediante una investigación en sitios webs para la segmentación geográfica y para el resto de las segmentaciones sea utilizado la información obtenida en las encuestas.

Por tanto, con 1615692 turistas que visitan Ecuador según el MINTUR, con 1286217 en la región Sierra, con 398.244 en la provincia de Imbabura y la ciudad de Ibarra con registro de 11272 visitas turísticas en el año 2019 así lo

menciona la ingeniera Irina Gómez encargada de la Unidad de Promoción y Desarrollo Turístico GAD Municipal de Ibarra siendo este el 50,8%.

Una vez determinado estos datos para la segmentación demográfica se ha tomado en cuenta las variables género con el 97,84% entre hombres y mujeres con una edad promedio de 18 a 35 años representando el 76,10%, en cuanto al estado civil se determina el mayor porcentaje en solteros/as con el 58,98%, basados en el nivel de instrucción secundaria con el 57,07%, dónde el porcentaje de las personas que trabajan es el 76,94% con un ingreso no mayor a \$800 siendo este el 64,07%.

Por último, en la segmentación del nivel socioeconómico sería Medio-Alto con el 45,18% considerando que el estilo de vida que llevan se basa en la naturaleza y aventura.

### **3.1.5. Clientes**

De acuerdo con la investigación realizada se ha determinado que las personas realizan viajes durante tiempos específicos no mayor a tres salidas turísticas con fines recreativos, dónde la preferencia por las actividades que realizaron se denota por los recorridos a bosques y montañas y deportes de aventura con un monto de gasto de consumo no mayor a \$70 dólares americanos con una permanencia que va de un día a dos días y una noche esto debido al factor tiempo y económico puesto que los acompañantes de consumo son familiares o amigos que van de 5 o más de cinco.

### **3.1.6. Análisis de la demanda**

Para determinar la demanda potencial de la operadora turística se ha tomado en cuenta los datos de la matriz de segmentación de mercado y el porcentaje de los encuestados que estaría de acuerdo con la implementación de una operadora turística especializada en turismo de aventura que a continuación se muestra el cálculo en una tabla:

**Tabla 5***Demanda potencial*

Población mercado objetivo de la ciudad de Ibarra	<b>11272</b>
% de intención de compra del producto	93%
	10483
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	

*Nota.* Elaborado por la autora

En la siguiente tabla se puede determinar que la demanda potencial de la ciudad de Ibarra es 10483 personas siendo el 93% de aceptabilidad de la operadora turística especializada en turismo de aventura considerando que dentro de este número cierto porcentaje cubre la competencia.

**3.1.7. Análisis de la oferta**

Para la elaboración de la siguiente tabla se ha recopilado información bibliográfica desde los sitios web y en especial del Plan de Desarrollo Territorial de la ciudad de Ibarra.

**Tabla 6***Resumen de atractivos turísticos*

<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>
Laguna de Yahuarcocha	Sitios Naturales	Laguna	Estatat
Laguna de Cubilche	Sitios Naturales	Laguna	Estatat
Volcán Imbabura	Sitios Naturales	Volcán	Estatat
Mirador Alto de Reyes	Sitios Naturales	Colonia	Estatat
Tolas del tablón	Sitios Naturales	Colina	Estatat
Ambuqui	Sitios Naturales	Valle	Estatat

San Agustín	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Diócesis
La Merced	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Diócesis
Ruta Paisajes Bordados	Manifestaciones Culturales	Grupos Etnográficos	Comunitario
Autódromo	Manifestaciones Culturales	Arquitectura civil	CATI
Escultura y tallado	Manifestaciones Culturales	Artesanías	Privado

*Nota.* Elaborado por la autora

## Tabla 7

### *Proveedores*

<b>Nombre</b>	<b>Tipo de producto</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Observaciones</b>
Hotel Conquistador	Alojamiento	Autopista Yahuarcocha Km. 9, Av José Tobar y Tobar y Gabriel Mistral	Privado
Geaturim	Transporte	Elías Liborio Madera 375 y, Ibarra	Privado
Casa Mateus	Restauración	Autopista Yahuarcocha Km. 9, Av José Tobar y Tobar y Gabriel Mistral.	Privado
Parapente	Recreación	Autopista Yahuarcocha Km. 9, Av José Tobar y Tobar y Gabriel Mistral.	Privado



		(Vuelta de la paloma)	
Gusanito	Recreación	Laguna de Yahuarcocha	Privado
Chiva Socapamba	Recreación	Priorato, Termas Socapamba	Privado
Canoas de Yahuarcocha	Recreación	Muelle bar de Yahuarcocha	Privado
Comedor “El Bosque”	Restauración	Autopista frente a los bomberos de Yahuarcocha	Privado
Hostería Quinta San Miguel	Alojamiento y recreación	Pueblo de Yahuarcocha	Privado

Nota. Elaborado por la autora

## Tabla 8

*Cantidad promedio de turistas anuales*

<b>Agencias/ operadoras</b>	<b>Tipo de producto</b>	<b>de</b>	<b>Ubicación</b>
Ecosierra	General		Sánchez y Cifuentes & Ibarra
Nature Adventure	Deportes aventura	de	Simón Bolívar, Ibarra 100106
Xplora Travel	General		Río Quinindé 4-17, Ibarra 100150
Royal Destins	General		Calle Bolívar 12-101 y Rafael Larrea
Inti Pungo	General		Vicente Rocafuerte, Ibarra

Nota. Elaborado a partir de un levantamiento de información

En la ciudad de Ibarra existes 5 empresas tanto agencias como operadoras de viajes que brinda en sus paquetes el servicio de deportes de aventura, siendo estás tomadas en cuenta como competencia para la futura empresa, que cubren el 27,66% de la demanda potencial dato que ha sido recopilado mediante la ficha de observación de las competencias.

**Tabla 9**

*Cantidad promedio de turistas anuales*

<b>Nombre</b>	<b>Capacidad</b>
Ecosierra	610
<i>Nature Adventure</i>	580
<i>Xplora Travel</i>	550
<i>Royal Destins</i>	610
<i>Inti Pungo</i>	550
<b>Total</b>	<b>2900</b>

*Nota.* Elaborado por la autora

Los datos que se ven reflejados en la tabla 9 se obtuvieron a través de la ficha de observación determinando que en el año 2019 alrededor de 2900 es la demanda que cubren.

### **3.1.8. Demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha ha sido determinada con la información obtenida mediante las fichas de observación de la competencia tomando en cuenta a cinco agencias u operadoras turísticas que operan en la ciudad de Ibarra.

**Tabla 10**

*Proyección de la demanda insatisfecha*

<b>Año</b>	<b>Demanda potencial</b>	<b>Competencia</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>

<b>Año 1</b>	10483	2900	7589
--------------	-------	------	------

*Nota.* Elaborado por la autora

### **Tabla 11**

#### *Proyección de la demanda objetiva*

<b>Año</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Demanda objetiva</b>
<b>Año 1</b>	7589	369

*Nota.* Elaborado por la autora

Capacidad de carga 35 PAX= 1260

Estadística cubre el 29,31%

Siendo el 4% que hacen uso de operadoras turísticas para realizar sus viajes turísticos.

Para determinar la demanda objetiva se ha tomado en consideración ciertos aspectos como la demanda insatisfecha que no cubre las 5 agencias u operadoras de viajes que brindan este servicio y la capacidad de carga referente al deporte de aventura que mayor acogida ha tenido en las encuestas que es canyoning, donde mediante un promedio general se ha determinado que la CC podría ser para 35 personas dentro del atractivo con equipos, tomando en cuenta que la posibilidad de salidas al mes serían tres en total al año que da un total de 1260 paquetes, otro factor son los días laborables que podrían ser 107 días al año (feriados y fines de semana), entonces el porcentaje laborable vendría a ser el 29,31% siendo este la demanda objetiva de 369 al año.

## **CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO**

### **4. Estudio técnico – Administrativo**

Dentro de este capítulo se determinó la localización del proyecto y se identificó los recursos humanos y materiales con los que se contó para la creación de la operadora turística, dónde se detalla todos los procesos operacionales que realiza la empresa para la prestación de servicios turísticos de aventura. Adicionalmente se da a conocer la distribución y la inversión que se necesita para la ejecución.

#### ***4.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto***

Para estimar el tamaño óptimo de funcionamiento que la operadora puede tener, se toma en cuenta la demanda de esta haciendo uso de los datos obtenidos con anterioridad en el segmento de mercado.

##### ***4.1.1. Macro localización***

Se ha tomado las siguientes características que permite la implementación de la operadora turística.

#### **a. Ubicación de los consumidores**

El segmento de mercado potencial de la operadora turística se encuentra en las provincias de Pichincha de los cantones Cayambe, Pedro Moncayo y principalmente de la ciudad de Quito a una distancia de 112,9 km de la ciudad de Ibarra seguido por la provincia del Carchi en los cantones Mira, Bolívar y Tulcán con una distancia de 121,1 km de la ciudad de Ibarra.

#### **b. Localización de materia prima y demás insumos**

En la ciudad de Ibarra se puede apreciar una gran variabilidad de atractivos turísticos naturales mismo que son propicios por sus características físicas para realizar deportes de aventura con el fin de potencializar las actividades de recreación en la localidad. En cuanto a los diferentes tipos de insumos que necesita el proyecto para dar funcionamiento de la operadora turística estos han venido siendo adquiridos dependiendo de la necesidad del cantón, tomando en cuenta la oferta existente y la diversidad de productos.

### **c. Infraestructura vial y medios de transporte**

El acceso principal a la ciudad de Ibarra es desde cualquier lugar del país, dónde se cuenta con vías de primero orden y segundo permitiendo interconectar entre ciudades y poblaciones, en cuanto al transporte interprovincial existen rutas y frecuencias desde los terminales terrestres del Ecuador siendo estos Quito, Guayaquil y Cuenca en diferentes horarios con disponibilidad de lunes a domingo.

### **d. Condición climática**

La ciudad de Ibarra cuenta con varios pisos climáticos debido a que va desde 2206 m.s.n.m con un clima cálido y templado que va desde los 16° a 27°, eso hace que sea idónea para realizar actividades turísticas como canyoning, canopy, rafting, parapente, etc. Dependiendo de la preferencia de los turistas o visitantes.

### **e. Servicios básicos**

El proyecto está ubicado en la parte urbana de la ciudad la cual cuenta con agua potable para el consumo, luz eléctrica la cual se gestiona a través de la empresa EMELNORTE y adicional el servicio de telefonía e internet.

La operadora turística está localizada en el país Ecuador, región sierra, provincia de Imbabura, cantón Ibarra que se encuentra 113,3 km a dos horas y 10 minutos de Quito, capital del Ecuador.

### **Figura 27**

*Mapa de ubicación de la ciudad Ibarra*



*Nota.* Imagen obtenida desde ArcGIS

#### **4.1.2. Micro localización**

La operadora turística está ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, específicamente dentro de la laguna de Yahuarcocha, para llegar a esta determinación se ha realizado un criterio de factibilidad y por ser este el lugar con mayor concentración de visitantes tanto nacionales como internacionales. Siendo de ayuda para determinar su ubicación los siguientes parámetros con los que cuenta el sector como lo son:

##### **a. Disponibilidad de transporte**

Dentro de la ciudad existe varias cooperativas de transporte público urbano, mismas que ayudan a la movilización de todas las personas de manera fácil

por todo el cantón. También tomando en consideración que existen varias cooperativas de taxis que se movilizan desde el terminal terrestre hacia cualquier punto, estos bien pueden ser el vehículo perfecto para la población que no cuenta con uno propio o no puedan movilizarse con facilidad.

### **b. Ubicación de la competencia**

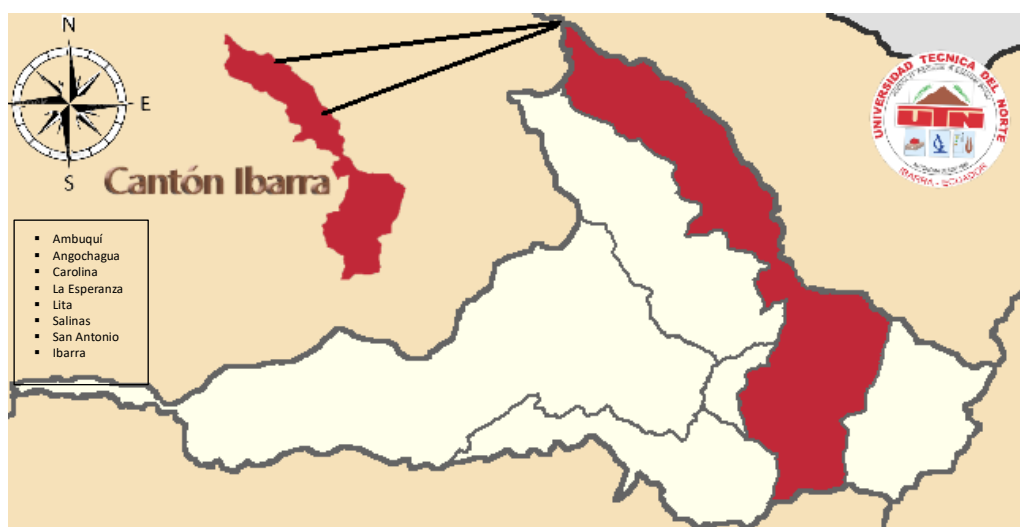
Las diferentes entidades que representan como la competencia para la operadora se ubican en puntos alternos a 7km aproximadamente de Yahuarcocha siendo esto 14 minutos.

### **c. Coste de transporte e insumos**

Para poder complementar la operadora turística se necesita de insumos, mismos que se pueden adquirir en el centro de la ciudad, por lo que se podría incurrir en gastos en caso de movilización hacia otra ciudad para la obtención de insumos que no sean fáciles de conseguir y requieran buscar en otras ciudades.

**Figura 28**

*Ubicación operadora turística*



*Nota. Elaborado por la autora en base a la edición Paint 3D*

**Figura 29**

*Croquis de la operadora turística*



*Nota. Elaborado por la autora en ArcGIS*

**Figura 30**

*Terreno principal para la operadora*



*Nota. Elaborado por autor en Google Maps*

La operadora turística está ubicada en la ciudad de Ibarra, Yahuarcocha en la Av. José Tobar y Tobar y Gabriel Mistal a tres cuadras del estadio de Priorato



con las coordenadas 0°22'47" N y 78°06'25" W a una altura 2204 m.s.n.m frente a los juegos infantiles de la laguna.

#### ***4.1.3. Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa***

Para determinar la demanda insatisfecha se ha realizado una investigación mediante una ficha de observación de la competencia tales como Ecosierra, Royal Destins, Natural Adventure, Inti Pungo y Explora Travel de los cuáles se ha reflejado los datos de la demanda que cubren con el 27,66% del total de la demanda potencial que es 10483 dando como resultado una demanda insatisfecha de 7589.

#### ***4.1.4. Identificación y descripción de los procesos***

##### ***4.1.4.1. Caracterización y diseño del producto / servicio***

Ibarra es considerada como la ciudad a la que siempre se vuelve por su ubicación geográfica es inevitable que las personas realicen viajes sin pasar por ella, dentro de sus parroquias y comunidades posee varios atractivos naturales y culturales como monumentos, iglesias, culturas, infraestructura colonial, cascadas, lagos y lagunas, y el volcán haciendo de esta un potencial por aprovechar, para ello se ha optado por desarrollar las actividades turísticas que involucren directamente al cantón en el entorno natural y paisajístico aprovechando los recursos de manera responsable, dónde se convierta en el valor agregado que tiene ante la competencia considerando que las operadoras y agencias de viajes ofertan atracciones que no pertenecen al lugar sin que estos sean cambiados, al contrario de la operadora turística la cual pretende brindar deportes de aventura en ciertos destinos dónde la intervención humana es casi nula, todo esto con el fin de potencializar las actividades de recreación de la localidad.

La empresa cuenta con paquetes turísticos mismos que han sido creados de acuerdo con las necesidades, expectativas y experiencias de la

segmentación encuestada los cuales han permitido el aprovechamiento de los atractivos turísticos que posee la ciudad de Ibarra, por ello a continuación se presenta los siguientes paquetes:

### **Paquete turístico 1/ Tour Adventure Yahuarcocha**

Este paquete turístico es destinado a familias y los amantes de la adrenalina que les guste salir de la zona de confort apegándose a la naturaleza mediante la caminata.

#### **Proceso técnico del paquete**

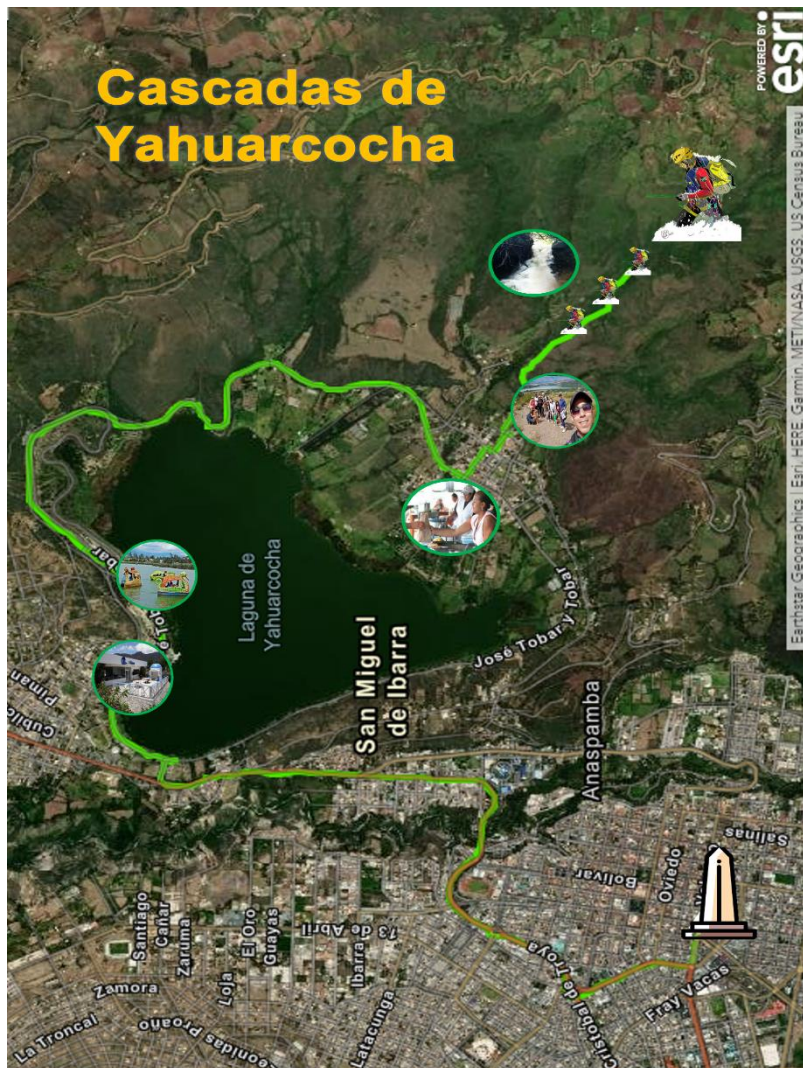
Para el desarrollo de este paquete se ha considerado las preferencias que tienen los turistas los cuales son motivados por las actividades extremas como canyoning en las cascadas de Yahuarcocha, siendo este un atractivo sin aprovechar dentro del cantón y porque no a nivel nacional. Se ha establecido un costo no mayor a \$25 dólares luego de identificar en el perfil del turista que este sería el valor máximo que pagaría nuestro mercado objetivo, por ello se ha buscado complementar las actividades que permitan la satisfacción de los clientes, brindando una experiencia única. Se ha determinado que va dirigido a personas mayores de 12 años debido al nivel de dificultad (poco difícil III), por ello las personas que sean menores de edad podrán realizar la actividad siempre y cuando estén acompañados de sus padres bajo un documento firmado (Declaración de Reconocimiento de Riesgos en representación del menor). Según lo establece el Reglamento de Operación turística de Aventura (2014).

En cuanto a la duración de las actividades esta no será mayor a las 8 horas debido a que los encuestados así lo prefieren y como operadora no se puede ofertar un paquete más de un día, por ello se ha distribuido para senderismo un máximo de una hora y media, para la actividad de canyoning en

las cascadas de Yahuarcocha será un estimado de 3 a 4 horas tomando en cuenta que puede existir algún contratiempo y para las otras actividades complementarias como recreación con un estimado de 3 horas y así concluyendo el itinerario en el mismo lugar de encuentro.

**Figura 31**

*Mapa de ruta Cascadas de Yahuarcocha*



*Nota.* Elaborado por el autor en arcGIS

### **Descripción de los escenarios naturales**

A continuación, se da una pequeña descripción de los escenarios naturales dónde se realiza las actividades extremas planificadas en el paquete N°1 que es ofertado.

### **Cadena montañosa- Cascadas de Yahuarcocha**

Este es un atractivo poco conocido que brinda de un deleite de 5 cascadas la cuál la primera mide 3m, la segunda una altura de 6 m, la tercera mide 15 m, la cuarta mide 10m y la quinta mide 15m dónde permite apreciar en el transcurso del sendero tanto flora y fauna típica del lugar como el agua cristalina ya que es un lugar con presencia humana casi nula.

Dentro de su entorno se puede observar un relieve montañoso cubierto por grandes árboles y rocas de río, el atractivo ofrece los mejores paisajes idóneas para los amantes a la fotografía, también es perfecto para el ecoturismo, turismo de aventura y educativo. Para llegar hacia las cascadas se lo puede realizar mediante un bus, taxi, auto particular o caminando, puesto que al encontrarse a unos 200 metros de la laguna de Yahuarcocha permite la accesibilidad a los medios terrestres. En el último año este recurso ha sido visitado por familias completas o grupo de amigos aledaños al pueblo de Yahuarcocha e incluso de la parroquia de Priorato, mismos que son concedores de estos atractivos, todo esto debido a la búsqueda de recreación cerca de sus localidades por la cuarentena que pasó a nivel mundial por el covid-19.

### **Laguna de Yahuarcocha**

Es un cuerpo de agua que representa la historia de la ciudad de Ibarra con la batalla entre Incas y Caranquis, parte de este hecho para denominarlo Yahuarcocha siendo su significado “lago de sangre”, este atractivo posee una profundidad de 12 metros, dónde es considerado un ente principal del cantón

pese al gran deterioro ambiental por el que está pasando es un atractivo que se vende por sí sólo, ya que cada fin de semana la visita es masiva debido a la situación geográfica y por los eventos que le rodean como por ejemplo las carreras de fórmula uno en el Autódromo Internacional de Yahuarcocha José Tobar Tobar.

Dentro de la laguna se realiza las actividades de restauración con platos típicos de la zona como lo es la tilapia frita, actividades recreacionales como paseo en canoa, fotografía, alternativas extras como pasear en el gusanito, en scooters, bicicletas, en caballos, ingresar a piscinas, parapente, kayaks mismos que son complementarias a las actividades que se pretende realizar.

**Tabla 12**

*Detalle del paquete N°1*

Actividad	Ilustración	Servicios
Senderismo	 <p data-bbox="587 1576 1086 1653"><i>Nota.</i> Fotografía tomada por Santiago Acosta</p>	Desayuno Servicio de guianza Fotografías

Canyoning (10 equipos)	Cascadas de Yahuarcocha Mínimo: 3 personas Máximo: 30 personas	Equipos homologados Guías certificados Chiva turística Transporte desde inicio a fin del recorrido Fotografías y vídeo Almuerzo Elementos de bioseguridad (covid-19)
		
<p><i>Nota.</i> Fotografía tomada por el autor</p>		
<b>Costo del paquete por persona</b>		<b>\$ 24,00</b>

*Nota.* Elaborado por la autora

### Tabla 13

#### *Itinerario N° 1 de Canyoning Yahuarcocha*

<b>Hora</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividad</b>
<b>06H 00 am</b>	Ibarra	Concentración, indicaciones y salida con destino a Casa Mateus, Yahuarcocha.
<b>06H 30 am</b>	Yahuarcocha	Desayuno, salida con destino en el interior de las montañas del pueblo de Yahuarcocha, indicaciones y entrega de equipos.
<b>08H 00 am</b>	Yahuarcocha	Caminata de 1 hora aprox. hasta llegar a la primera cascada. Realiza la actividad de canyoning

		Tiempo libre para nadar y toma de fotografías.
<b>12H 30 pm</b>	Yahuarcocha	Salida al comedor El Bosque
<b>13H 00 pm</b>	Yahuarcocha	Almuerzo
<b>14H 30 pm</b>	Yahuarcocha	Tiempo de recreación en canoas
<b>16H 00 pm</b>	Obelisco	Arribo en chiva, agradecimiento y fin de los servicios.

*Nota.* Elaborado por la autora

### ¿Qué incluye?

- ✚ Instructores- guías especializados en deportes extremos
- ✚ Equipos de canyoning
- ✚ Alimentación (desayuno/ almuerzo)
- ✚ Transporte turístico sanitizado
- ✚ Transporte 4 x4 (Chiva)
- ✚ Canyoning

### ¿Qué no incluye?

- ✚ Comidas ni bebidas extras
- ✚ Nada no especificado claramente en el programa

### ¿Qué debe llevar?

- ✚ Documentos personales
- ✚ Hidratación
- ✚ Medicación personal (en caso de requerirla)
- ✚ Protector solar
- ✚ Repelente
- ✚ Agua
- ✚ Zapatos deportivos
- ✚ Ropa extra

En caso de que el turista desee quedarse una noche en el lugar se brindará alojamiento en el hotel Conquistador.

## Guion paquete N°1

Muy buenos días queridos turistas mi nombre es ..... seré su guía durante todo el recorrido al igual que mis compañeros .....; ..... Y nuestro conductor profesional ..... será quién nos dirija a nuestro destino precautelando nuestras vidas. A nombre de la operadora turística GLOMES Operator Tour, reciban la más cordial bienvenida, el viaje que realizaremos será en el sector de la laguna de Yahuarcocha, específicamente a las cascadas de Yahuarcocha que se encuentra dentro de la cadena montañosa.

Nos encontramos en uno de los iconos más importantes de la ciudad de Ibarra debido a que se elevó este monumento en honor a Don Miguel Ibarra y el Capitán Cristóbal de Troya, considerando una temperatura que varía desde los 16°C a 25°C y una altura de 2225 m.s.n.m.

**Sabías que:** Existe 8 cascadas dentro del sector de Yahuarcocha y antiguamente éstas aguas llegaban hacia la laguna.

### Recomendaciones:

El lugar al cual nos dirigiremos se encuentra a 2192 m.s.n.m y debido a la actividad se recomienda:

- ✚ Llevar sólo cosas ligeras
- ✚ Llevar repelente
- ✚ Llevar bloqueador solar
- ✚ Llevar ropa cómoda
- ✚ En caso de no sentirse bien, comunicar de inmediato a los guías
- ✚ En caso de emergencia llamar al 911

### Lo que no debe hacer

- ✚ No separarse del grupo
- ✚ No encender fuego



- ✚ No arrojar basura
- ✚ No desobedecer a las indicaciones del guía

Antes de iniciar con el recorrido se les recomienda colocarse el cinturón de seguridad, en caso de tener alguna inquietud no duden en hacérmelo saber.

El siguiente recorrido inicia a las 06:30 am, saldremos del Obelisco de Ibarra para tomar la vía E35 posterior a 30 minutos se llega a la laguna de Yahuarcocha, dónde durante la ruta este ofrece excelentes paisajes como primera parada tenemos a Casa Mateus para deleitar de un desayuno continental con una vista paisajística, luego de ello nos dirigiremos a la iglesia del pueblo de Yahuarcocha, este es el punto de inicio dónde el guía da las indicaciones adecuadas que sirven para precautelar su seguridad, la utilización de equipos, técnicas para descender las cascadas y todo lo que tenga que ver con las actividades extremas que se pretende realizar. Después de las respectivas indicaciones se realiza una caminata de aproximadamente 45 minutos hacia la primera cascada que tiene una altura de 3 metros.

### **¿Alguien sabe qué es canyoning?**

El canyoning es un deporte de aventura en el que se hace la práctica dentro de cañones o barrancos proveniente de ríos, en los distintos lugares podemos encontrar diferentes recorridos ya sea con poco caudal e incluso seco, también encontramos pozas.

### **¿Para quién no es la primera vez que va a practicar este deporte?**

Para realizar esta actividad es indispensable que se coloquen en posición de canyoning que el compañero guía indicará.

### **¿Alguien conoce cuál es la posición de canyoning?**

Una vez estando todos equipados, colocados la línea de descenso, se procederá a ponerse en posición de canyoning que este viene a ser: La mano derecha se utiliza para su seguridad, y también esta será los que nos ayuda a frenar y descender con rapidez todo esto dependiendo de la mano que considere que tiene más fuerza en caso de ser así los papeles cambian; con la mano izquierda esta es colocada en la parte frontal de cada uno permitiendo darnos estabilidad.

En este momento el compañero guía procede a colocarles la cuerda para la práctica del descenso de la cascada, para ello es indispensable que se realice netamente las indicaciones que se dieron por el guía, pesé a la habilidad que puedan tener es recomendable realizar lo indicado por ejemplo; un pito en el silbato es para tomarse un tiempo para la fotografía, dos pitos en el silbato significa que prosiga con la actividad con cautela, durante el descenso el guía direcciona con la mano a qué lado es conveniente descender ya sea derecho o izquierdo.

### **¿Qué sucede si se soltó por miedo?**

Siempre para este tipo de actividades se encuentra un guía en la parte de abajo quién es el que verifique las maniobras que realiza el cliente juntamente con el guía base ya sea mediante radio o silbato con el único fin de precautelar su seguridad y en si brindar una experiencia única y enriquecedora. Se toma en cuenta dos aspectos como la dificultad del cañón y el número de personas, en caso de ser mayor a 8 se requiere de tres guías especializados para realizar está actividad cumpliendo con el tiempo designado.

Luego de realizar la actividad se procede a una caminata de 10 minutos para ingresar a la segunda y tercera cascada que mide 6; 15 metros de altura dónde se realiza la actividad de canyoning con la supervisión de los guías pertinentes y las indicaciones antes mencionadas, dentro de la tercera cascada

tienen un tiempo de recreación de balneario dónde aprecian las aguas cristalinas y la maravillosa flora con hojas del tamaño de tres caras. Para visitar la cuarta y última cascada se sigue un sendero pequeño que brinda un paisaje extraordinario con rocas gigantes y espacios similares a una cueva, aquí se realiza el último descenso de cascada con ello finalizando la actividad de canyoning brindando una experiencia inolvidable.

En el transcurso del medio día se hace el regreso a la iglesia del pueblo de Yahuarcocha para arribar al comedor “el Bosque” para servirse el almuerzo con un plato típico de la zona “tilapia frita”, dado por finalizado el almuerzo tendremos un tiempo de recreación estimado de una hora y media para realizar paseo en canoa, fotografía, paseo en el gusanito, paseo en scooter, caminata, compra de accesorios y artesanías. A partir de las 15:45 pm cada uno de los turistas ingresaran a la chiva turística para el retorno al Obelisco.

### **Agradecimiento y despedida**

A nombre de la operadora GLOMES Operator Tour, queremos agradecer su visita para nosotros ha sido un honor poderles acompañar durante este viaje placentero, pese a que ha sido corto, esperamos a ver cumplido con cada una de sus expectativas al realizar las actividades extremas. Esperando que hayan disfrutado del recorrido y hayamos brindado seguridad y confortabilidad. Es importante que se revise cada uno de sus asientos y guarden cada una de sus pertenencias la chiva llegará en 10 minutos.

### **Tabla 14**

*Cotización de costos y precios para el paquete N°1*

<b>COSTOS Y PRECIOS DEL PAQUETE N°1</b>
---

Número de personas	10	20	30	40
Transporte total	\$ 66,67	\$ 133,33	\$ 200	\$ 266,67
Guía	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Valores por persona				
costo del guía	\$ 4,00	\$ 2,00	\$ 1,33	\$ 1,00
Costo de transporte por persona	\$ 6,67	\$ 6,67	\$ 6,67	\$ 6,67
Desayuno	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Almuerzo	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Entrada a canoas	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
Chiva	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50
Otros (Equipos)	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Costo total por persona	\$ 19,17	\$ 17,17	\$ 16,50	\$ 16,17
Margen de ganancia	10%	10%	10%	10%
<b>Valor al público</b>	\$ 21,30	\$ 19,07	\$ 18,33	\$ 17,96
<b>Utilidad por persona</b>	\$ 2,13	\$ 1,91	\$ 1,83	\$ 1,80
<b>Utilidad total</b>	\$ 21,30	\$ 38,15	\$ 55,00	\$ 71,85
<b>IVA del 12%</b>	\$ 2,56	\$ 2,29	\$ 2,20	\$ 2,16
<b>Precio de venta</b>	\$ 23,85	\$ 21,36	\$ 20,53	\$ 20,12
<b>Precios de venta catálogo</b>	\$ 24,00	\$ 22,00	\$ 21,00	\$ 21,00

Nota. Elaborado por la autora basada en la información recopilada en la encuesta

## **Paquete turístico 2/ Entre cascadas y bordados**

Este paquete turístico es destinado a familias y los amantes de la adrenalina que les guste salir de la zona de confort apegándose a la naturaleza mediante la caminata.

### **Proceso técnico del paquete**

Dentro de este paquete se ha considerado las preferencias que tienen los turistas que son motivados por las actividades extremas como es en este caso canyoning en las tres cascadas del río Tahuando siendo este un atractivo popular para aprovechar dentro del cantón, tomando en cuenta que como operadora no se puede ofertar un paquete más de un día y según lo establecido por un costo no mayor a \$25 dólares luego de identificar en el perfil del turista que este sería el valor máximo que pagaría nuestro mercado objetivo, por ello se ha buscado complementar las actividades que permitan la satisfacción de los clientes, brindando una experiencia única. Se determinó que va dirigido a personas mayores de 12 años debido al nivel de dificultad (poco difícil VIII), por ello las personas que sean menores de edad podrán realizar la actividad siempre y cuando estén acompañados de sus padres bajo un documento firmado (Declaración de Reconocimiento de Riesgos en representación del menor). Según lo establece el Reglamento de Operación turística de Aventura (2014).

En cuanto a la duración de las actividades no sobre pasa las 8 horas, por ello se ha distribuido para senderismo un máximo de una hora, para la actividad de canyoning en las tres cascadas del río Tahuando será un estimado de 3 a 4 horas tomando en cuenta que pueda existir algún contratiempo y para las otras actividades complementarias como restauración y recreación un estimado de 3 horas concluyendo el itinerario en el mismo lugar de encuentro.

**Figura 32**

*Mapa Ruta “Entre cascadas y bordados”*



*Nota.* Elaborado por la autora en arcGIS

### **Descripción de los escenarios naturales**

A continuación, se da una pequeña descripción de los escenarios naturales dónde se realiza las actividades extremas planificadas en el paquete N°2 que es ofertado.

### **Bosque húmedo- Cascadas La Esperanza**

Esta cascada desciende de las montañas con un caudal cristalino que es idónea para la recreación de los visitantes puesto que hay una poza que

permite experimentar la fuerza del agua en su caída de 10 metros, siendo considerado un chorro de relajación y de renacer, está es perfecta para la fotografía a quiénes no gusten adentrarse en las aguas, pueden hacer avistamiento de flora y fauna que por su ubicación geográfica tiene una gran biodiversidad, dónde se puede realizar ecoturismo, turismo de aventura y educativo, y aviturismo.

Para llegar hacia las cascadas se puede realizar mediante transporte público (bus la Esperanza), taxis o auto particular e incluso mediante una caminata, para el ingreso hacia las cascadas se debe cruzar por un río de nivel II a una temperatura aproximadamente a 20°C y una altura de 2479 m.s.n.m.; son conocidas como las tres cascadas del río Tahuando que en los últimos años está fomentando el turismo de aventura desde las comunidades, puesto que el lugar es conocido tanto nacional como internacional por sus bordados y gastronomía.

### **Bordados de Zuleta**

Los tradicionales bordados de Zuleta cuentan con más de 60 años de antigüedad que se ha convertido un legado que trasciende de generación en generación, su creadora fue la señora Avelina Laso madre del expresidente Galo Plaza, esta técnica fue traída desde España, la cual fue instruida en las mujeres de la comunidad. En la antigüedad estas prendas de vestir eran consideradas como lujo porque no cualquiera podía adquirir y si no había la posibilidad de pagarlas se realizaba lo que antiguamente se conocía como trueque a cambio de ganado, pedazos de tierra e incluso animales domésticos. (Telégrafo, 2018)



El reconocimiento internacional se evidenció más desde que el expresidente Rafel Correa hiciera uso de estas prendas, la comunidad oferta bordados en manteles, tapetes, toallas, blusas, vestidos, camisas y otros artículos bordados con hilo fino traído desde Francia.

## Asado de borrego

Según afirma Rosales (2018). Pesé a ser un plato nuevo ha logrado tener una gran acogida que se ha vuelto un complemento a los bordados artesanales estando repleto de coloridas parcelas e incluso ha permitido crear una ruta gastronómica del cordero asado.

**Tabla 15**

*Detalle del paquete N°2*

Actividad	Ilustración	Servicios
Senderismo	 <p><i>Nota.</i> Fotografía obtenida de Natural Adventure.</p>	Desayuno Servicio de guianza Fotografías
Canyoning  (10 equipos)	Cascadas de Yahuarcocha Mínimo: 3 personas Máximo: 30 personas   <p><i>Nota.</i> Fotografía obtenida de Nature Adventure</p>	Equipos homologados Guías certificados Transporte desde inicio a fin del recorrido Fotografías y vídeo Almuerzo Elementos de bioseguridad (covid-19)



<b>Costo del paquete por persona</b>	<b>\$ 23,00</b>
--------------------------------------	-----------------

*Nota.* Elaborado por la autora






**Tabla 16**

*Itinerario N° 3 entre cascadas y bordados*

<b>Hora</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividad</b>
<b>06H 00 am</b>	Obelisco de Ibarra	Concentración, indicaciones y salida con destino a la Esperanza.
<b>07H 00 am</b>	Angochagua	Desayuno, salida con destino a las cascadas de la Esperanza, indicaciones y entrega de equipos.
<b>08H 30 am</b>	Esperanza	Caminata de 1 hora aprox. hasta llegar a la primera cascada. Realiza la actividad de canyoning Tiempo libre para nadar y toma de fotografías.
<b>12H 30 pm</b>	Esperanza	Salida a Zuleta
<b>13H 00 pm</b>	Zuleta	Almuerzo
<b>14H 30 pm</b>	Zuleta	Recorrido por el emprendimiento los bordados de Zuleta. Se apreciará el proceso y elaboración. Tiempo para realizar compras.
<b>15H 30 pm</b>	Zuleta	Salida al Obelisco de Ibarra
<b>16H 00 pm</b>	Obelisco	Arribo, agradecimiento y fin de los servicios.

*Nota.* Elaborado por la autora

### ¿Qué incluye?

-  Instructores- guías especializados en deportes extremos
-  Equipos de canyoning
-  Alimentación (desayuno/ almuerzo)
-  Transporte turístico sanitizado
-  Canyoning

### ¿Qué no incluye?

- ✚ Comidas ni bebidas extras
- ✚ Nada no especificado claramente en el programa

### ¿Qué debe llevar?

- ✚ Documentos personales
- ✚ Hidratación
- ✚ Medicación personal (en caso de requerirla)
- ✚ Protector solar
- ✚ Repelente
- ✚ Agua
- ✚ Zapatos deportivos
- ✚ Ropa extra

**Tabla 17**

*Cotización de costos y precios para el paquete N°2*

<b>COSTOS Y PRECIOS DEL PAQUETE N°2</b>				
Número de personas	10	20	30	40
Transporte total	\$ 66,67	\$ 133,33	\$ 200	\$ 266,67
Guía	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Valores por persona				
costo del guía	\$ 4,00	\$ 2,00	\$ 1,33	\$ 1,00
Costo de transporte por persona	\$ 6,67	\$ 6,67	\$ 6,67	\$ 6,67
Desayuno	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Almuerzo	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00

Entrada a emprendimiento de bordados	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50
Equipos	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Otros	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
Costo total por persona	\$ 18,17	\$ 16,17	\$ 15,50	\$ 15,17
Margen de ganancia	10%	10%	10%	10%
<b>Valor al público</b>	\$ 20,19	\$ 17,96	\$ 17,22	\$ 16,85
<b>Utilidad por persona</b>	\$ 2,02	\$ 1,80	\$ 1,72	\$ 1,69
<b>Utilidad total</b>	\$ 20,19	\$ 35,93	\$ 51,67	\$ 67,41
<b>IVA del 12%</b>	\$ 2,42	\$ 2,16	\$ 2,07	\$ 2,02
<b>Precio de venta</b>	\$ 22,61	\$ 20,12	\$ 19,29	\$ 18,87
<b>Precios de venta catálogo</b>	<b>\$ 23,00</b>	<b>\$ 21,00</b>	<b>\$ 20,00</b>	<b>\$ 19,00</b>

*Nota.* Elaborado por la autora en base a un diagnóstico de la encuesta

## Guion paquete N°2

Muy buenos días queridos turistas mi nombre es ..... seré su guía durante todo el recorrido al igual que mis compañeros .....; ..... Y nuestro conductor profesional ..... será quién nos dirija a nuestro destino precautelando nuestras vidas. A nombre de la operadora turística GLOMES Operator Tour, reciban la más cordial bienvenida, el viaje que realizaremos será en el sector de la Esperanza y Angochagua, específicamente a las tres cascadas del río Tahuando que se encuentra dentro de la cadena montañosa y a los tradicionales bordados de Zuleta.

Nos encontramos en uno de los iconos más importantes de la ciudad de Ibarra debido a que se elevó este monumento en honor a Don Miguel Ibarra y el

Capitán Cristóbal de Troya, considerando una temperatura que varía desde los 16°C a 25°C y una altura de 2225 m.s.n.m

**Sabías que:** Por más de 60 años ha venido trascendiendo de generación en generación los bordados de Zuleta, donde Avelina Lazo esposa del expresidente Galo Plaza, fue quién los trajo desde España.

### **Recomendaciones:**

El lugar al cual nos dirigiremos se encuentra a 2479 m.s.n.m y debido a la actividad se recomienda:

- ✚ Llevar sólo cosas ligeras
- ✚ Llevar repelente
- ✚ Llevar bloqueador solar
- ✚ Llevar ropa cómoda
- ✚ En caso de no sentirse bien, comunicar de inmediato a los guías
- ✚ En caso de emergencia llamar al 911

### **Lo que no debe hacer**

- ✚ No separarse del grupo
- ✚ No encender fuego
- ✚ No arrojar basura
- ✚ No desobedecer a las indicaciones del guía

Antes de iniciar con el recorrido se les recomienda colocarse el cinturón de seguridad, en caso de tener alguna inquietud no duden en hacerme saber.

El siguiente recorrido inicia a las 06:30 am, por ello saldremos del Obelisco de Ibarra para dirigirnos posteriormente en 30 minutos a Caranqui, dónde durante la ruta este ofrece excelentes paisajes, como primera parada

llegaremos a una de las casas más antiguas de la ciudad para deleitar de un desayuno continental con una vista paisajística, luego de ello nos dirigiremos al bosque húmedo, este será el punto de inicio dónde el guía dará las indicaciones adecuadas que servirán para precautelar su seguridad, utilización de equipos, técnicas para descender las cascadas y todo lo que tenga que ver con las actividades extremas que se pretende realizar. Después de las respectivas indicaciones se realiza una caminata de aproximadamente de una hora hacia la primera cascada que tiene una altura de 7 metros.

### **¿Alguien sabe qué es canyoning?**

El canyoning es un deporte de aventura en el que se hace la práctica dentro de cañones o barrancos proveniente de ríos, en los distintos lugares podemos encontrar diferentes recorridos ya sea con poco caudal e incluso seco, también encontramos pozas.

### **¿Para quién no es la primera vez que va a practicar este deporte?**

Para realizar esta actividad es indispensable que se coloquen en posición de canyoning que el compañero guía indicará.

### **¿Alguien conoce cuál es la posición de canyoning?**

Una vez estando todos equipados, colocados la línea de descenso, se procederá a ponerse en posición de canyoning que este viene a ser: La mano derecha se utilizará para su seguridad, y también esta será la que nos ayudará a frenar y descender con rapidez todo esto dependiendo de la mano que considere que tiene más fuerza en caso de ser así los papeles cambian; con la mano izquierda esta será colocada en la parte frontal de cada uno permitiendo darnos estabilidad.

En este momento el compañero guía procederá a colocarles la cuerda para la práctica del descenso de la cascada, para ello es indispensable que se realice netamente las indicaciones que se dieron por el guía, pese a la habilidad que puedan tener es recomendable realizar lo indicado por ejemplo; un pito en el silbato será para tomarse un tiempo para la fotografía, dos pitos en el silbato significará que prosiga con la actividad con cautela, durante el descenso el guía direccionará con la mano a qué lado es conveniente descender ya sea derecho o izquierdo.

### **¿Qué sucede si se soltó por miedo?**

Siempre para este tipo de actividades se encuentra un guía en la parte de abajo quién es el que verifique las maniobras que realiza el cliente juntamente con el guía base ya sea mediante radio o silbato con el único fin de precautelar su seguridad y en si brindar una experiencia única y enriquecedora. Se toma en cuenta dos aspectos como la dificultad del cañón y el número de personas, en caso de ser mayor a 8 se requiere de tres guías especializados para realizar está actividad cumpliendo con el tiempo designado.

Luego de realizar la actividad se procede a una caminata de 10 minutos para ingresar a la segunda y tercera cascada que mide 7; 10 metros de altura dónde se realiza la actividad de canyoning con la supervisión de los guías pertinentes y las indicaciones antes mencionadas, dentro de la tercera cascada pueden tener un tiempo de recreación de balneario que aprecian de las aguas cristalinas y la maravillosa flora, considerando su seguridad es indispensable que sepa nadar para realizar esta actividad, aquí se realiza el ultimo descenso de cascada con ello finalizando la actividad de canyoning brindando una experiencia inolvidable.

En el transcurso del medio día se debe recoger los equipos para arribar a Zuleta al comedor “El Chaparral de Zuleta” para servirse el almuerzo con un

plato típico nuevo de la zona que ha recibido una gran acogida como lo es “Cordero asado”, dado por finalizado el almuerzo tendremos un tiempo de recreación estimado de una hora para realizar fotografía, paseo en caballo, caminata, compra de accesorios y artesanías, y turismo vivencial con las emprendedoras de Zuleta. A partir de las 15:30 pm cada uno de los turistas ingresarán al bus para el retorno al Obelisco de Ibarra.

### **Agradecimiento y despedida**

A nombre de la operadora GLOMES Operator Tour, queremos agradecer su visita, ya que para nosotros ha sido un honor poderles acompañar durante este viaje placentero, pese a que ha sido corto esperamos a ver cumplido con cada una de sus expectativas al realizar las actividades extremas. Esperando que hayan disfrutado del recorrido y hayamos brindado seguridad y confortabilidad. Es importante que se revise cada uno de sus asientos y guarden cada una de sus pertenencias el bus llegará en 10 minutos.

### **Paquete turístico 3/ Recorriendo las Orillas del Río Chota**

Este paquete turístico es destinado a familias y los amantes de la adrenalina que les guste salir de la zona de confort apegándose a la naturaleza mediante la caminata.

### **Proceso técnico del paquete**

En el paquete se ha considerado las preferencias que tienen los turistas que son motivados por las actividades extremas como es en este caso rafting en el río Chota siendo este un atractivo de mucho interés a nivel nacional como internacional debido a su cultura, tradición y atractivos, tomando en cuenta la preferencia y que como operadora no se puede ofertar un paquete mayor a un día. Se ha establecido un costo no mayor a \$25 dólares luego de identificar en el perfil del turista que este sería el valor máximo que pagaría nuestro mercado objetivo, por ello se ha buscado complementar las actividades que permitan la

satisfacción de los clientes, brindando una experiencia única. Se ha determinado que va dirigido a personas mayores de 12 años debido al nivel de dificultad (poco difícil VIII), por ello las personas que sean menores de edad podrán realizar la actividad siempre y cuando estén acompañados de sus padres bajo un documento firmado (Declaración de Reconocimiento de Riesgos en representación del menor). Según lo establece el Reglamento de Operación turística de Aventura (2014).

En cuanto a la duración de las actividades no sobre pasa las 8 horas, por ello se ha distribuido para senderismo un máximo de una hora, para la actividad de rafting en el Río Chota será un estimado de 3 a 4 horas tomando en cuenta que pueda existir algún contratiempo y para las otras actividades complementarias como restauración y recreación un estimado de 3 horas concluyendo el itinerario en el mismo lugar de encuentro.

**Figura 33**

*Mapa ruta “Orillas del Río Chota”*



*Nota.* Elaborado por la autora en arcGIS



## **Descripción de los escenarios naturales**

A continuación, se da una pequeña descripción de los escenarios naturales dónde se realiza las actividades extremas planificadas en el paquete N°3 que es ofertado.

### **Río Chota**

En el valle del Chota aproximadamente a unos 30 minutos de Ibarra con una temperatura de 26°C y una altura de 1700 m.s.n.m. se puede identificar el río Chota quién ofrece a los turistas un balneario amplio para diversas actividades como camping, natación, parrilladas, puéting, rafting, este lugar durante la celebración de carnaval recibe a más de 100000 personas que buscan la alegría de su gente y el espacio abierto del río. (GoRaymi,2018)

Este atractivo es idóneo para realizar un paseo lleno de adrenalina entre amigos y familiares puesto que no existe alto riesgo que atente con la integridad de los visitantes, es una de las mejores opciones para salir de la rutina diaria y disfrutar de emociones fuertes.

### **Puente del Juncal**

Considerado como un atractivo que une a Imbabura y Carchi que a pesar de que tan solo tiene 25 años de construcción ya es un ícono para actividades extremas y recreacionales como lo es puéting a más de 25 metros de altura, donde cada año en fiestas de carnaval se reúnen más de 50000 personas con el único fin de buscar aventura, y experiencias únicas con su gente y tradición.

### **Valle del chota**

Este lugar es conocido como “El Rincón de África del Ecuador” que comprende parte de la provincia del Carchi e Imbabura donde sus costumbres

y tradiciones como su música al compás de la bomba, el tambor hacen que atraigan visitantes del mundo y Ecuador, también cuenta con atractivos naturales como la laguna de culebrillas en el sector el Juncal considerado como un sitio sagrado.

### Máscaras de barro


Es un Grupo Artesanal Esperanza Negra conocido como GAEN que operan en la localidad de mascarilla desde 1998, las diferentes artesanías son expuestas en una tienda de “arte negro” misma que ha sido construida con el apoyo de organizaciones no gubernamentales italianas, con autogestión y el apoyo de las respectivas autoridades tanto cantonales como provinciales. Cada una de las familias que son miembros del grupo realizan alrededor de 50 a 60 piezas. (Jiménez, 2018)

**Tabla 18**

*Detalle del paquete N°3*

Actividad	Ilustración	Servicios
Senderismo		Desayuno  Servicio de guianza  Fotografías

*Nota.* Fotografía obtenida de Nature Adventure.

Rafting	Río Chota	Equipos homologados
(5 equipos)	Mínimo: 3 personas	Guías certificados
	Máximo: 30 personas	Chiva turística
		Transporte desde inicio a fin del recorrido
		Fotografías y vídeo
		Almuerzo
		Elementos de bioseguridad (covid-19)

Nota. Fotografía obtenida de ViajaEcuador

<b>Costo del paquete por persona</b>	<b>\$ 24,00</b>
--------------------------------------	-----------------

Nota. Elaborado por la autora

## Tabla 19

### *Itinerario N° 3 Recorriendo las orillas del Río Chota*

<b>Hora</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividad</b>
<b>05H 00 am</b>	Obelisco de Ibarra	Concentración, indicaciones y salida con destino al Juncal.
<b>06H 30 am</b>	Juncal	Desayuno, salida con destino al puente del Juncal, indicaciones y entrega de equipos.
<b>08H 00 am</b>	Río Chota	Caminata de 30 minutos aprox. hasta llegar al punto de inicio de para la actividad. Realiza la actividad de rafting.

		Tiempo libre para nadar y toma de fotografías.
<b>12H 30 pm</b>	Río Chota	Salida al Valle del Chota/Coangue
<b>13H 00 pm</b>	Coangue	Almuerzo
<b>14H 30 pm</b>	Coangue	Salida al Obelisco de Ibarra en chiva.
<b>16H 00 pm</b>	Obelisco	Arribo, agradecimiento y fin de los servicios.

*Nota.* Elaborado por la autora

### ¿Qué incluye?

- ✚ Instructores- guías especializados en deportes extremos
- ✚ Equipos de Rafting
- ✚ Alimentación (desayuno/ almuerzo)
- ✚ Transporte turístico sanitizado
- ✚ Transporte 4 x4 (Chiva)
- ✚ Rafting

### ¿Qué no incluye?

- ✚ Comidas ni bebidas extras
- ✚ Nada no especificado claramente en el programa

### ¿Qué debe llevar?

- ✚ Documentos personales
- ✚ Hidratación
- ✚ Medicación personal (en caso de requerirla)
- ✚ Protector solar
- ✚ Repelente
- ✚ Agua
- ✚ Zapatos deportivos

**Tabla 20***Cotización de costos y precios para el paquete N°3*

<b>COSTOS Y PRECIOS DEL PAQUETE N°3</b>				
Número de personas	10	20	30	40
Transporte total	\$ 66,67	\$ 133,33	\$ 200	\$ 266,67
Guía	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Valores por persona				
Costo del guía	\$ 5,00	\$ 2,50	\$ 1,67	\$ 1,25
Costo de transporte por persona	\$ 6,67	\$ 6,67	\$ 6,67	\$ 6,67
Desayuno	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Almuerzo	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Chiva	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50
Equipos	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Otros	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 1,00
Costo total por persona	\$ 19,17	\$ 16,67	\$ 15,83	\$ 15,42
Margen de ganancia	10%	10%	10%	10%
<b>Valor al público</b>	\$ 21,30	\$ 18,52	\$ 17,59	\$ 17,13
<b>Utilidad por persona</b>	\$ 2,13	\$ 1,85	\$ 1,76	\$ 1,71
<b>Utilidad total</b>	\$ 21,30	\$ 37,04	\$ 52,78	\$ 68,52
<b>IVA del 12%</b>	\$ 2,56	\$ 2,22	\$ 2,11	\$ 2,06
<b>Precio de venta</b>	\$ 23,85	\$ 20,74	\$ 19,70	\$ 19,19
<b>Precios de venta catálogo</b>	<b>\$ 24,00</b>	<b>\$ 21,00</b>	<b>\$ 20,00</b>	<b>\$ 20,00</b>

*Nota.* Elaborado por la autora en base a un diagnóstico de la encuesta

### Guion paquete N°3







Muy buenos días queridos turistas mi nombre es ..... seré su guía durante todo el recorrido al igual que mis compañeros .....; ..... Y nuestro conductor profesional ..... será que nos dirija a nuestro destino precautelando nuestras vidas. A nombre de la operadora turística GLOMES Operator Tour, reciban la más cordial bienvenida, el viaje que realizaremos será en la parte del Valle del Chota, específicamente al Río Chota que se encuentra entre los límites de la provincia del Carchi e Imbabura.

Nos encontramos en uno de los iconos más importantes de la ciudad de Ibarra debido a que se elevó este monumento en honor a Don Miguel Ibarra y el Capitán Cristóbal de Troya, considerando una temperatura que varía desde los 16°C a 25°C y una altura de 2225 m.s.n.m.




**Sabías que:** El valle del Chota es considerado como el “Rincón de África en Ecuador” esto se debe a sus atractivos, a su cultura y tradición que los hacen únicos.

#### Recomendaciones:

El lugar al cual nos dirigiremos se encuentra a 1700 m.s.n.m. y debido a la actividad se recomienda:

-  Llevar sólo cosas ligeras
-  Llevar repelente
-  Llevar bloqueador solar
-  Llevar ropa cómoda
-  En caso de no sentirse bien, comunicar de inmediato a los guías
-  En caso de emergencia llamar al 911

#### Lo que no debe hacer

-  No separarse del grupo
-  No encender fuego
-  No arrojar basura

- ✚ No desobedecer a las indicaciones del guía

Antes de iniciar con el recorrido se les recomienda colocarse el cinturón de seguridad, en caso de tener alguna inquietud no duden en hacerme saber.

El siguiente recorrido inicia a las 05:30 am, saldremos del Obelisco de Ibarra para tomar la vía E35 posterior a una hora se llegará al Juncal, durante la ruta este ofrece excelentes paisajes de una cadena montañosa muy amplia, como primera parada tenemos a “Raíz del Valle” para deleitar de un desayuno continental con una vista paisajística, luego de ello nos dirigiremos a la parte inferior del puente del Juncal, este es el punto de inicio dónde el guía da las respectivas indicaciones que servirán para precautelar su seguridad, utilización de equipos, técnicas para descender las cascadas y todo lo que tenga que ver con las actividades extremas que se pretende realizar. Después de las respectivas indicaciones se realiza una caminata de aproximadamente de una hora para llegar al punto de inicio para realizar la actividad.

### **¿Alguien sabe qué es rafting?**

El rafting es un deporte de aventura en el que se hace la práctica de un descenso de ríos o balsismo que consiste en recorrer un río en dirección a la corriente sobre una embarcación.

### **¿Para quién no es la primera vez que va a practicar este deporte?**

Para realizar está actividad es indispensable el trabajo en equipo, dónde cada uno de los turistas deben mantener los pies dentro de la balsa y mantener una postura recta como sentarse en una silla.

### **¿Alguien conoce cuál es la posición para practicar rafting?**

Una vez estando todos equipados, colocados dentro de la balsa, se procederá a ponerse en posición antes mencionado por el guía que este viene

a ser: cuando el guía mencione remar para delante se ingresará el remo de adelante hacia atrás y cuando mencione para atrás será de atrás hacia adelante, en caso de mencionar izquierdo hacia adelante deberán colocar el remo entre su brazo de tal modo que no derive o tope a su compañero que está a lado.

En este momento el compañero guía procede a hacer entrega de los remos e inspecciona que cada uno de los participantes hayan comprendido, para ello es indispensable que se realice netamente las indicaciones que se dieron por parte del guía, pesé a la habilidad que puedan tener es recomendable realizar lo indicado por ejemplo; un pito en el silbato es para tomarse un tiempo para la fotografía, dos pitos en el silbato significa que prosiga con la actividad con cautela, durante el descenso por el río el guía direcciona con voz de mando a qué lado es conveniente descender ya sea derecho o izquierdo y que acción es mejor.

### **¿Qué sucede si se soltó por miedo?**

Siempre para este tipo de actividades se encuentra un guía en kayak quién es el que verifique las maniobras que realiza el cliente juntamente con el guía base, ya sea mediante radio o silbato con el único fin de precautelar su seguridad y en si brindar una experiencia única y enriquecedora. Se toma en cuenta dos aspectos como la dificultad del río y el número de personas, en caso de ser mayor a 8 se requiere de tres guías especializados para realizar está actividad cumpliendo con el tiempo designado.

Luego de realizar la actividad se procede a una caminata de retorno de una hora, podrán tener un tiempo de recreación de balneario dónde se aprecia las aguas cristalinas, y la maravillosa flora y fauna que posee el lugar, con ello se da por finalizando la actividad de canyoning brindando una experiencia inolvidable, llena de vértigo y adrenalina.



En el transcurso del medio día se realiza el regreso al puente del Juncal para arribar al comedor “Coangue” y servirse el almuerzo con un plato típico de la zona “Realizado en base a yuca y guandul”, dado por finalizado el almuerzo tendremos un tiempo de recreación estimado de una hora para realizar fotografía, caminata, compra de accesorios y artesanías en la tienda “Raza Negra” con máscaras de su cultura e identidad, en este lugar se puede disfrutar del baile tradicional la bomba. A partir de las 15:30 pm cada uno de los turistas ingresaran a la chiva turística para el retorno al Obelisco de Ibarra.

### **Agradecimiento y despedida**

A nombre de la operadora GLOMES Operator Tour, queremos agradecer su visita para nosotros ha sido un honor poderles acompañar durante este viaje placentero, pesé a que ha sido corto, esperamos a ver cumplido con cada una de sus expectativas al realizar las actividades extremas. Esperando que hayan disfrutado del recorrido y hayamos brindado seguridad y confortabilidad. Es importante que se revise cada uno de sus asientos y guarden cada una de sus pertenencias la chiva llegará en 10 minutos.

### **Paquete 4/ Tarabita Yahuarcocha**

Este paquete turístico es destinado a familias y los amantes de la adrenalina que les guste salir de la zona de confort apegándose a la naturaleza mediante la caminata.

### **Proceso técnico del paquete**

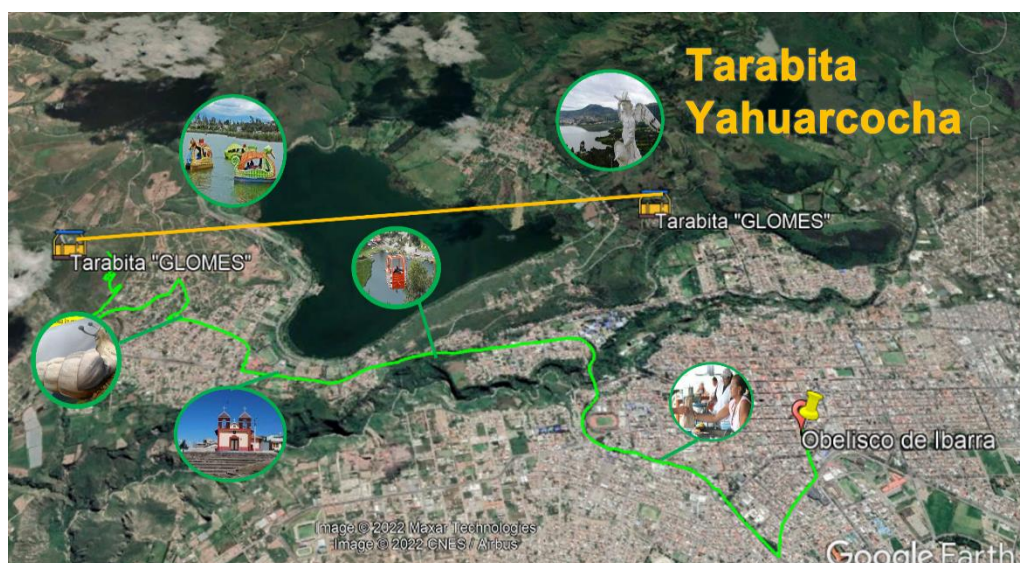
Dentro de este paquete se ha considerado las preferencias que tienen los turistas siendo estos motivados por las actividades extremas como es en este caso la tarabita desde el mirador El Churo de Priorato que cruza toda la laguna hasta llegar al mirador San Miguel Arcángel siendo esta una actividad nueva por aprovechar dentro del cantón, cada una de las actividades que se pretende realizar son tomadas del segmento encuestado y en consideración

que como operadora no puede ofertar un paquete mayor a un día, por ello se ha establecido un costo no mayor a \$25 dólares luego de identificar en el perfil del turista que este sería el valor máximo que pagaría nuestro mercado objetivo, por ello se ha buscado complementar las actividades que permitan la satisfacción de los clientes, brindando una experiencia única. Se ha determinado que va dirigido a personas mayores de 8 años debido al nivel de vértigo que provoca, por ello las personas que sean menores de edad podrán realizar la actividad siempre y cuando estén acompañados de sus padres bajo un documento firmado (Declaración de Reconocimiento de Riesgos en representación del menor). Según lo establece el Reglamento de Operación turística de Aventura (2014).

En cuanto a la duración de las actividades no sobre pasa las 8 horas, por ello se ha distribuido para senderismo un máximo de una hora, para la actividad de tarabita en el sector de Yahuarcocha es de un estimado de 2 a 3 horas tomando en cuenta que pueda existir algún contratiempo y para las otras actividades complementarias como restauración y recreación un estimado de 3 horas concluyendo el itinerario en el mismo lugar de encuentro.

**Figura 34**

*Mapa ruta "Tarabita Yahuarcocha"*



*Nota.* Elaborado por el autor propio en Google Earth

## **Descripción de los escenarios naturales**

A continuación, se da una pequeña descripción de los escenarios naturales dónde se realiza las actividades extremas planificadas en el paquete N°4 que será ofertado.

### **El Churo/Priorato**

Este es un mirador paisajístico que cuenta un atractivo esencial que viene a ser un churo que mide alrededor de 6 metros con más de 10 años de antigüedad, el lugar ofrece restauración típica de la zona teniendo como temática como la cueva de nuestros ancestros su principal escultura que posee es el Sol Dios, dentro del lugar se puede realizar fotografía y caminata con una temperatura de 22°C y una altura de 2410 m.s.n.m. que es idónea para ejecutar la actividad de tarabita.

### **Laguna de Yahuarcocha**

Es un cuerpo de agua que representa la historia de la ciudad de Ibarra con la batalla entre Incas y Caranquis, parte de este hecho para denominarlo Yahuarcocha siendo su significado “lago de sangre”, este atractivo posee una profundidad de 12 metros dónde es considerado un ente principal del cantón pese a al gran deterioro ambiental por el que está pasando es un atractivo que se vende por sí sólo, ya que cada fin de semana la visita a este atractivo es masiva debido a la situación geográfica y por los eventos que le rodean, como por ejemplo las carreras de fórmula uno en el Autódromo Internacional de Yahuarcocha José Tobar Tobar.

Dentro de la laguna se realiza las actividades de restauración con platos típicos de la zona como lo es la tilapia frita, actividades recreacionales como paseo en canoa, fotografía, alternativas extras como pasear en el gusanito, en scooters, bicicletas, en caballos, ingresar a piscinas, parapente, kayaks mismos

que será complementarias a las actividades que se pretende realizar en este paquete.

### **Mirador San Miguel Arcángel**

Posee una vista paisajística de toda la ciudad de Ibarra, la laguna de Yahuarcocha y directamente del cerro de Imbabura, en la cima del mirador se levanta un monumento de San Miguel Arcángel patrono de la ciudad que mide 13 metros y su base 9 metros a una altura de 2402 m.s.n.m. dicha construcción ha permitido que exista la posibilidad de emprender con tienditas de artesanías y comidas generando ingresos económicos para sus familias.



### **Iglesia la Catedral**

Fue construida en 1868 y reconstruida en 1872 luego del terremoto en el interior se puede apreciar la colección de la serie de los apóstoles que fue pintada por Rafael Troya, además cuenta con valiosas obras de arte de la Escuela Quiteña, algunos vestigios tienen más de 400 años de antigüedad. La catedral tiene un estilo ecléctico, historicista, frontónico de piedra, posee tres puertas de ingreso y 4 pilastras a la altura del coro hay un arco de medio punto y por último tiene un frontón curvo flaqueado por dos torres de dos cuerpos las cuales están decoradas con arcos de medio punto y cubiertas por adornos en forma de pirámide terminada con la cruz; la planta es basilical de tres naves. (ViajandoX, 2019)

### **Tabla 21**

*Detalle del paquete N°4*

<b>Actividad</b>	<b>Ilustración</b>	<b>Servicios</b>
------------------	--------------------	------------------

Senderismo			Desayuno Servicio de guía Fotografías
<p><i>Nota. Fotografía Tomada por el autor</i></p>			
Tarabita (8 equipos)	Priorato-Yahuarcocha- San Miguel Arcángel Mínimo: 3 personas Máximo: 10 personas		Equipos homologados Guías certificados Chiva turística Transporte desde inicio a fin del recorrido Fotografías y vídeo Almuerzo Elementos de bioseguridad (covid-19)
		<p><i>Nota. Fotografía obtenida del Diario La Hora</i></p>	
<b>Costo del paquete por persona</b>			<b>\$ 22,00</b>

*Nota. Elaborado por la autora*

**Tabla 22**

*Itinerario N° 4 de Tarabita Yahuarcocha*

<b>Hora</b>	<b>Lugar</b>	<b>Actividad</b>
<b>06H 00 am</b>	Ibarra	Concentración, indicaciones y salida con destino a El Churo, Priorato.
<b>06H 30 am</b>	El Churo	Refrigerio, salida con destino a la tarabita a 50 metros, indicaciones y entrega de equipos.
<b>08H 00 am</b>	Yahuarcocha	Tarabita de aprox. 15 min a una altura de 100 metros.
<b>12H 30 pm</b>	Mirador Arcángel	Salida al centro de Ibarra
<b>13H 00 pm</b>	Centro Ibarra	de Almuerzo
<b>14H 30 pm</b>	Centro Ibarra	de Recorrido por las iglesias de la ciudad en chiva.
<b>16H 00 pm</b>	Obelisco	Arribo, agradecimiento y fin de los servicios.

*Nota.* Elaborado por la autora

### ¿Qué incluye?

- ✚ Instructores- guías especializados en deportes extremos
- ✚ Equipos de canyoning
- ✚ Alimentación (desayuno/ almuerzo)
- ✚ Transporte turístico sanitizado
- ✚ Transporte 4 x4 (Chiva)
- ✚ Canyoning

### ¿Qué no incluye?

- ✚ Comidas ni bebidas extras
- ✚ Nada no especificado claramente en el programa

### ¿Qué debe llevar?

- ✚ Documentos personales
- ✚ Hidratación
- ✚ Medicación personal (en caso de requerirla)
- ✚ Protector solar
- ✚ Repelente
- ✚ Agua
- ✚ Zapatos deportivos
- ✚ Ropa extra

**Tabla 23**

*Cotización de costos y precios para el paquete N°4*

<b>COSTOS Y PRECIOS DEL PAQUETE N°4</b>				
Número de personas	10	20	30	40
Transporte total	\$ 66,67	\$ 133,33	\$ 200	\$ 266,67
Guía	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00
Valores por persona				
Costo del guía	\$ 3,50	\$ 1,75	\$ 1,17	\$ 0,88
Costo de transporte por persona	\$ 6,67	\$ 6,67	\$ 6,67	\$ 6,67
	\$	\$		
Refrigerio	1,50	1,50	\$ 1,50	\$ 1,50
Almuerzo	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Chiva	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50
Equipos	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00
Otros	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 1,50

Costo total por persona	\$ 17,67	\$ 15,92	\$ 15,33	\$ 15,04
Margen de ganancia	10%	10%	10%	10%
<b>Valor al público</b>	\$ 19,63	\$ 17,69	\$ 17,04	\$ 16,71
<b>Utilidad por persona</b>	\$ 1,96	\$ 1,77	\$ 1,70	\$ 1,67
<b>Utilidad total</b>	\$ 19,63	\$ 35,37	\$ 51,11	\$ 66,85
<b>IVA del 12%</b>	\$ 2,36	\$ 2,12	\$ 2,04	\$ 2,01
<b>Precio de venta</b>	\$ 21,99	\$ 19,81	\$ 19,08	\$ 18,72
<b>Precios de venta catálogo</b>	\$ 22,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 19,00

Nota. Elaborado por la autora en base a un diagnóstico de la encuesta

#### Guion paquete N°4

Muy buenos días queridos turistas mi nombre es ..... seré su guía durante todo el recorrido al igual que mis compañeros .....; ..... Y nuestro conductor profesional ..... será que nos dirija a nuestro destino precautelando nuestras vidas. A nombre de la operadora turística GLOMES Operator Tour, reciban la más cordial bienvenida, el viaje que realizaremos será en el sector de la laguna de Yahuarcocha, específicamente a las cascadas de Yahuarcocha que se encuentra dentro de la cadena montañosa.

Nos encontramos en uno de los iconos más importantes de la ciudad de Ibarra debido a que se elevó este monumento en honor a Don Miguel Ibarra y el Capitán Cristóbal de Troya, considerando una temperatura que varía desde los 16°C a 25°C y una altura de 2225 m.s.n.m.



**Sabías que:** Existe un Churo que mide 8 metros y cuenta con más de 10 años de antigüedad.

### **Recomendaciones:**

El lugar al cual nos dirigiremos se encuentra a 2192 m.s.n.m. y debido a la actividad se recomienda:

- ✚ Llevar sólo cosas ligeras
- ✚ Llevar repelente
- ✚ Llevar bloqueador solar
- ✚ Llevar ropa cómoda
- ✚ En caso de no sentirse bien, comunicar de inmediato a los guías
- ✚ En caso de emergencia llamar al 911

### **Lo que no debe hacer**

- ✚ No separarse del grupo
- ✚ No encender fuego
- ✚ No arrojar basura
- ✚ No desobedecer a las indicaciones del guía

Antes de iniciar con el recorrido se les recomienda colocarse el cinturón de seguridad, en caso de tener alguna inquietud no duden en hacerme saber.

El siguiente recorrido inicia a las 06:30 am, saldremos del Obelisco de Ibarra para dirigirnos al primer atractivo, posteriormente en 30 minutos se llegará al mirador El Churo, dónde durante la ruta este ofrece excelentes paisajes, como primera parada tenemos Paradero el Churo para deleitar de un desayuno continental con una vista paisajística, luego de ello nos dirigiremos al monumento de churo que mide 8 metros y se encuentra a 5 minutos de caminata, este será el punto de inicio dónde el guía dará las indicaciones adecuadas que servirán para precautelar su seguridad, utilización de equipos, técnicas para hacer práctico la actividad de tarabita y todo lo que tenga que ver con las actividades extremas que se pretende realizar. Después de las respectivas indicaciones se realizará una caminata de aproximadamente 10

minutos hacia el centro de información de la operadora dónde serán preparados.

### **¿Alguien sabe qué es la actividad de tarabita?**

Es un deporte extremo en el que se hace la práctica con un desplazamiento desde un punto a otro utilizando un cable aéreo que se encuentra anclado en sus extremos dentro de una canasta, este puede viajar a distintas velocidades.

### **¿Para quién no es la primera vez que va a practicar este deporte?**

Para realizar esta actividad es indispensable que si es la primera vez vaya acompañado de un guía especializado.

### **¿Alguien conoce cuál es la posición para la tarabita?**

Una vez estando todos equipados, se procede a colocarse como guste, pero cada guía recomienda hacerlo parado medio entreabierta las piernas, dentro de la jaula que alcanzan un máximo de 8 personas e incluso puedo ir sólo. El compañero guía será quién de el mando de partida, donde desde el otro extremo hay otro guía quién es el que realice las debidas fotografías y vídeo, y al llegar recibir los equipos percatándose que los turistas estén en buen estado. Es indispensable que se realice netamente las indicaciones que se dieron por el guía, pese a la habilidad que puedan tener es recomendable realizar lo indicado.

### **¿Qué sucede si me quedó en medio del recorrido?**

Siempre para este tipo de actividades se encuentra un guía en la parte de al frente quién es el que verifica las maniobras que realiza el cliente juntamente con el guía base ya sea mediante radio o silbato con el único fin de

precautelar su seguridad y en si brindar una experiencia única y enriquecedora. En caso de quedarse en medio recorrido no debe asustarse ya que el compañero guía ingresa de la misma manera con una cuerda adicional con la que se lo jala para que continúe con el recorrido. En caso de ser mayor el daño se requiere de tres guías especializados para realizar esta actividad cumpliendo con el tiempo designado e incluso de rescate de bomberos.

Luego de realizar la actividad se procede a una caminata de 10 minutos para ingresar al mirador San Miguel Arcángel donde pueden visualizar la ciudad, aquí se da un tiempo estimado de media hora para realizar fotografía, compra de artesanías y comida, con ello finalizaremos la actividad de la tarabita brindando una experiencia inolvidable y única dentro del cantón.

En el transcurso del medio día se hace el regreso a la chiva turística para arribar al comedor “Doña Estelita” para servirse el almuerzo con un plato típico de la zona “Hornado con tortillas de papa”, dado por finalizado el almuerzo nos trasladaremos a las calles de la ciudad para visitar la iglesia Catedral, esta es una de las iglesias y arquitecturas más antiguas de la ciudad fue construida en 1868 y reconstruida en 1872 luego del terremoto en el interior se puede apreciar la colección de la serie de los apóstoles que fue pintada por Rafael Troya, además cuenta con valiosas obras de arte de la Escuela Quiteña, algunos vestigios tienen más de 400 años de antigüedad.

La catedral tiene un estilo ecléctico, historicista, frontónico de piedra, posee tres puertas de ingreso y 4 pilastras a la altura del coro hay un arco de medio punto y por último tiene un frontón curvo flaqueado por dos torres de dos cuerpos las cuales están decoradas con arcos de medio punto y cubiertas por adornos en forma de pirámide terminada con la cruz; la planta es basilical de tres naves. (ViajandoX, 2019). A partir de las 15:45 pm cada uno de los turistas ingresaran a la chiva turística para el retorno al Obelisco.

## **Agradecimiento y despedida**

A nombre de la operadora GLOMES Operator Travel, queremos agradecer su visita para nosotros ha sido un honor poderles acompañar durante este viaje placentero, pesé a que ha sido corto, esperamos a ver cumplido con cada una de sus expectativas al realizar las actividades extremas. Esperando que hayan disfrutado del recorrido y hayamos brindado seguridad y confortabilidad. Es importante que se revise cada uno de sus asientos y guarden cada una de sus pertenencias la chiva llegará en 10 minutos.

## **Políticas de la operadora**

### *Políticas de reservación*

Las tarifas aplicadas son válidas el día de su cotización, si cotiza posteriormente puede existir variación en la tarifa, el hecho de que una cotización sea enviada no significa que la reserva este efectuada.

### *Formas de pagos*

Para formalizar la reserva del paquete turístico se requiere un anticipo de \$5 a \$10 USD por persona dependiendo del paquete, el valor restante debe abonarse tres días antes de la salida si el pago es en efectivo y un día antes de la salida si el pago es mediante transferencia.

### *Tarifas especiales*

En caso de que el cliente solicite, tarifas especiales ya sea para grupos grandes o de instituciones educativas debe ser responsable de aportar la documentación que acredite que cumple durante todo el recorrido con los requisitos para beneficiarse dicha tarifa en todos los servicios que lo incluyan. En caso de detectar en cualquier momento que un cliente con un descuento aplicado no cumple los requisitos exigidos, se requiere el pago adicional que corresponda.

### *Políticas de seguridad*

En el caso de los turistas o clientes para realizar actividades de aventura deben firmar un contrato que se certifique que está en las condiciones adecuadas para realizar estas actividades, liberando de toda responsabilidad a la operadora turística en caso de ocurrir alguna eventualidad.

### *Política de anulaciones*

En el caso de que el usuario o consumidor desee desistir de los servicios solicitados o contratados tiene el derecho a la devolución de las cantidades que hubiere abonado, pero debe indemnizar a la agencia por gastos de gestión y de cancelación, que se detallan a continuación:

- ✚ 10% del valor total del paquete si el desistimiento se produce con más de 15 días antes.
- ✚ 15% del valor total del paquete si el desistimiento se produce a 10 días.
- ✚ 50% del valor total del paquete si el desistimiento se produce entre 5 días antes.
- ✚ 80% del valor total del paquete si el desistimiento se produce a 3 días.
- ✚ 100% del valor total del paquete si el desistimiento se produce con menos de 1 día.

#### **4.2.2 descripción del proceso productivo o prestación del servicio**

La operadora turística se enfoca en brindar servicios turísticos bajo la política de responsabilidad y calidad a diferencia de la competencia esto se realiza a través de las actividades de aventura que cada sector de la ciudad de Ibarra se presta para ello, considerando como dato oportuno que en un 93% existe la aceptabilidad de paquetes con las diferentes actividades que se complementan en los atractivos naturales.

Para el funcionamiento de la operadora turística existen ciertos parámetros que se ha identificado que debe contar, como el servicio de guianza, recreación, alimentación, y alojamiento.

a. Servicio de guianza

La operadora de turismo de aventura cuenta con el servicio de guianza de manera obligatoria que sean certificados con la especialización en deportes extremos, para así brindar la información necesaria para dar a conocer los atractivos que se pretende ofertar.

b. Recreación

En cuanto al servicio de recreación que se brinda dentro de la operadora de turismo se basa en la preferencia de consumo del cliente realizando alianzas estratégicas con los distintos atractivos naturales y culturales a los cuáles se hace uso para realizar las actividades que los paquetes turísticos mencionan, de tal manera que se satisfaga las necesidades y expectativas que tenga el turista. En el caso de los deportes extremos éstas son proporcionadas directamente por la empresa.

c. Alimentación

Para brindar el servicio de restauración se realiza alianzas estratégicas con emprendimientos de la zona que brinden este servicio, dónde el turista o visitante pueda acudir y de tal manera brindar lo ofertado, disfrutando de los platos típicos proporcionados de las diferentes zonas.

## **4.2. Ingeniería del proyecto**

En esta parte se hace un desglose detallado de los requerimientos para el funcionamiento de la operadora de turismo, tales como materiales, el equipo de trabajo, infraestructura, servicios, etc.

### **4.2.1. Distribución de la planta**

Las instalaciones dónde trabaja la operadora de turismo son arrendadas, siendo para el desarrollo de las actividades de administración internas y

externas, tales como la promoción, la venta, la atención al cliente, las finanzas y el departamento de marketing.

Dentro de las instalaciones de la operadora turística para poder atender a sus clientes y brindar un servicio de calidad se ha distribuido de la siguiente manera: área total 74, 18 m<sup>2</sup>, dentro del cual se utiliza para la recepción 27, 46 m<sup>2</sup>, para la gerencia general 11,27 m<sup>2</sup>, para los puestos de trabajo que son dos oficinas 13,70 m<sup>2</sup> con un pasillo de 4,12 m<sup>2</sup>, para la bodega dónde se guarda los equipos de aventura se utiliza 14 m<sup>2</sup> y para las baterías sanitarias 3,63 m<sup>2</sup>.

### **Gerencia general/ Puesto de trabajo principal**

Este espacio esta adecuado con mueble archivador, muebles de sala, también cuenta con un escritorio dónde se coloca un computador portátil, el servicio de línea telefónica y una silla de escritorio, un basurero, adicional a esto son los utensilios de oficina como hojas, esferos, tijeras, perforadoras, grapadora, etc.

### **Recepción**

Esta complementado por un armario de cristal, un mueble de sala, una mesa de centro, un televisor Sony tv Led Smart de 55 y afiches fotográficos de las actividades que ofrecen la operadora en varios atractivos de la ciudad y un basurero.

### **Oficina de trabajo N°1**

Esta adecuado con un mueble archivador, un mueble sala, un escritorio y en ello un computador portátil, servicio de telefonía, impresora Epson multifunción que será utilizada por el personal que elabore dentro de las

instalaciones, un basurero y todo instrumento de oficina tales como hojas, esferos, tijeras, perforadoras, grapadora, etc.

### **Oficina de trabajo N°2**

De igual manera que la oficina de trabajo N°1 esta adecuado con un mueble archivador, un mueble sala, un escritorio y en ello un computador portátil, servicio de telefonía, un basurero y todo instrumento de oficina tales como hojas, esferos, tijeras, perforadoras, grapadora, etc.

### **Baterías sanitarias**

Son adecuados los enseres de aseo indispensables, un basurero, un armario de baño con un espejo.

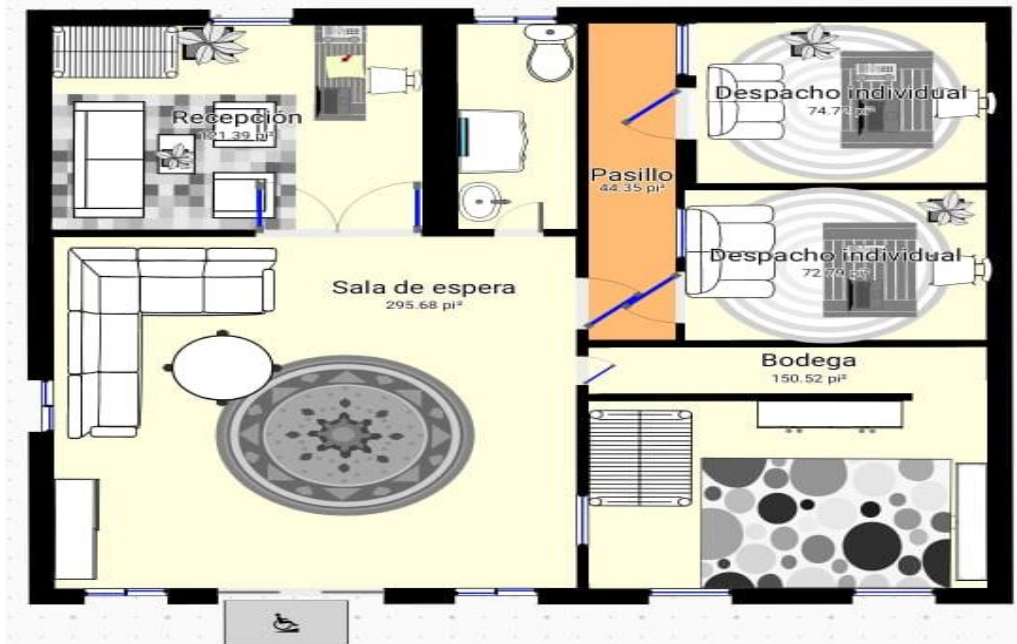
### **Bodega**

La bodega de la operadora es necesaria para guardar los equipos de aventura para cada deporte como son para canyoning, canopy, rafting, carpas, guía de nudos que se utiliza para precautelar la seguridad del turista al momento de realizar las actividades antes mencionadas. Para la seguridad del personal de trabajo y en sí de cada uno de los clientes se cuenta con extintores de gas, botiquín de primeros auxilios.



**Figura 35**

*Diseño del plano de la oficina en 2D*

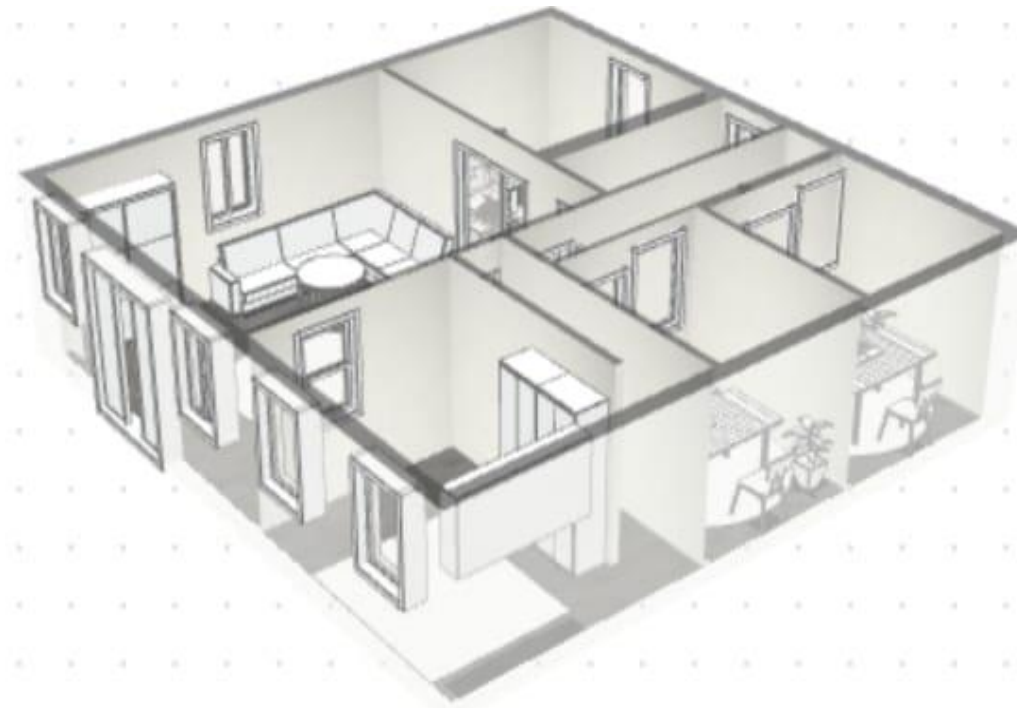


*Nota.* Elaborado por la autora mediante la aplicación MagicPlan

#### **4.2.2. Diseño planimétrico de la planta**

**Figura 36**

*Diseño del plano de la oficina en 3D*



*Nota.* Elaborado por la autora mediante la aplicación MagicPlan

### **4.2.3. Requerimientos por áreas**

En esta parte se detalla acerca de los instrumentos, maquinaria, mantenimientos infraestructura, salarios, permiso que necesita para el funcionamiento del emprendimiento.

### **4.2.4. Obra civil necesaria**

Para el funcionamiento de la operadora se ha considerado necesario contar con las siguientes áreas.

**Tabla 24**

*Áreas de trabajo de la operadora turística que serán adecuadas*

<b>Áreas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>m2</b>
Recepción	1	27,46
Gerencia general	1	11,27
Oficina de trabajo	2	13,70
Bodega	1	14
Baterías sanitarias	1	3,63
<b>Total</b>		<b>74,18</b>

*Nota.* Elaborado por la autora

### **4.2.5. Capital de trabajo**

El capital de trabajo viene a ser el personal con el que cuenta la empresa, ya sea en la parte administrativa u operativa definiendo sus salarios siendo estos fundamentales para el desarrollo de las actividades frente a los servicios que se oferta. De tal manera a continuación se detalla los colaboradores de la operadora.

**Figura 37***Gasto de salarios de los colaboradores de la operadora*

N°	Cargo	Mensual	Aporte personal al IESS	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal IESS	Vacaciones	Mensual Neto	Total período a 1 año
1	Gerente general	\$425,00	\$40,16	\$35,42	\$35,42	\$51,64	\$17,71	\$384,84	\$5.100,00
1	Counter	\$425,00	\$40,16	\$35,42	\$35,42	\$51,64	\$17,71	\$384,84	\$5.100,00
1	Secretaría	\$425,00	\$40,16	\$35,42	\$35,42	\$51,64	\$17,71	\$384,84	\$5.100,00

*Nota:* En la figura 37 se detallan valores siendo estos los salarios que se paga al personal del emprendimiento.

**Tabla 25***Gastos de servicios básicos de la operadora turística*

Detalle	Costo mensual	Período 3 meses
Servicio de agua potable	\$15	\$45
Servicio eléctrico	\$35	\$105
Internet y telefonía	\$90	\$270
Tv cable	\$40	\$120
<b>Total</b>	<b>\$180</b>	<b>\$540</b>

*Nota.* Los valores se han tomado en consideración con los establecimientos similares.

**Tabla 26***Suministros de oficina de la operadora*

Suministros de oficina			
Cantidad	Detalle	Precio U.	Precio total
20	Carpetas	\$ 2,00	\$40,00
2	Caja de esfero gráficos azul	\$ 7,00	\$14,00
2	Caja de esfero gráficos negro	\$ 7,00	\$14,00

5	Caja de clips	\$ 1,50	\$ 7,50
1	Pegamento blanco grande	\$ 3,50	\$ 3,50
2	Grapadora	\$ 3,00	\$ 6,00
2	Perforadora	\$ 3,00	\$ 6,00
3	Agenda de notas	\$ 4,00	\$12,00
2	Tijeras	\$ 1,00	\$ 2,00
2	Cinta adhesiva	\$ 1,00	\$ 2,00
1	Caja de lápiz	\$ 6,00	\$ 6,00
2	Hojas (resma)	\$ 7,00	\$14,00
4	Guías de turismo de Aventura	\$65,00	\$260,00
<b>Total</b>			<b>\$381,00</b>

*Nota.* Los datos fueron tomados de la papelería Popular de Ibarra.

**Tabla 27**

*Gastos de permisos*

<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>
Licencia única de funcionamiento	\$220,00
Patente municipal	\$49,20
Permiso bomberos	\$25,00
Otros	\$205,80
<b>Total</b>	<b>\$500,00</b>

*Nota.* En la tabla 12 se detalla los permisos necesarios de funcionamiento del emprendimiento.

**Tabla 28**

*Gastos de adecuación de oficina para la operadora turística*

<b>Adecuación de oficina</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Precio total</b>
2	Cubículos	\$450,00	\$900,00
2	Galón de pintura	\$30,00	\$60,00

2	Mano de obra	\$25,00	\$50,00
5	Gigantografías de atractivos turísticos.	\$15,00	\$75,00
<b>Total</b>			<b>1.085,00</b>

*Nota.* Los gastos que se realiza para la adecuación de la oficina fueron con la asesoría del Carpintero Pablo Perugachi y por el Maestro Miguel Pilacuan.

#### **4.2.6. Total, de la Inversión**

El monto para la implementación de la operadora turística recae con un capital de \$120.288,8 dónde se pueda cubrir todos los gastos que conforme al tiempo se puedan presentar.

**Tabla 29**

*Mobiliario administrativo de la operadora turística*

<b>Mobiliario</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Precio total</b>
2	Mueble archivador	\$100,00	\$200,00
3	Mesa de trabajo	\$90,00	\$270,00
3	Sillas secretarías	\$85,00	\$255,00
2	Archivador aéreo	\$65,00	\$130,00
3	Sillones de espera tripersonal	\$130,00	\$390,00
1	Mesa de centro	\$50,00	\$50,00
3	Basurero	\$6,00	\$18,00
3	Estantes de alambres	\$65,00	\$195,00
<b>Total</b>			<b>1.508,00</b>

*Nota.* Los datos que se refleja en la tabla han sido tomados de la tienda Mercado Libre Ibarra.

**Tabla 30***Equipo operativo de la operadora turística*

<b>Equipo de computo</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Precio total</b>
3	Computador de portátil	\$450,00	\$1.350,00
1	Cámara Nikon Kit D5600	\$1.100,00	\$1.100,00
1	Impresora Epson Multifunción	\$285,00	\$285,00
1	LG Barra De Sonido + Subwoofer 300w 2.1	\$30,00	\$30,00
1	Sony Tv Led Smart 55"	\$500,00	\$500,00
<b>Total</b>			<b>3.265,00</b>

*Nota.* Elaborado a base de precios de la Ganga**Tabla 31***Equipo operativo de la operadora turística*

<b>Equipo operativo</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Precio total</b>
10	Poncho protector de agua	\$15,00	\$150,00
10	Botas de caucho hombre/mujer	\$8,00	\$80,00
6	Carpa de camping 3 personas	\$40,00	\$240,00
4	Botiquín de Primeros auxilios	\$20,00	\$80,00
4	Guías de turismo de aventura	\$65	\$260,00
<b>Total</b>			<b>550,00</b>

*Nota.* Los datos que se refleja en la tabla han sido tomados de la tienda Amazon.

### **Equipos de aventura**

Se detalla a continuación los equipos que se utiliza para las actividades que oferta la operadora turística tanto para los turistas como para los guías según lo menciona el reglamento de operación turística de aventura, dando a conocer el capital que se debe contar sólo para dichos equipos.

**Tabla 32***Equipos de aventura de la operadora turística para rafting*

<b>Equipo de Rafting</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Precio total</b>
4	Súper bote inflable	\$2.500,00	\$10.000,00
1	Kayak río Rafting	\$1.290,00	\$1.290,00
<b>Equipo para turista</b>			
10	Chaleco salvavidas adecuado para la modalidad	\$25,00	\$250,00
10	Casco para rafting	\$41,00	\$410,00
20	Remos cortos	\$35,00	\$700,00
<b>Equipos del Guía</b>			
4	Chaleco de rescate para rafting con sujeción para cuchillo y silbato.	\$130,00	\$390,00
1	Casco para rafting	\$41,00	\$41,00
1	Flipline con mosquetón de seguridad.	\$39,00	\$39,00
1	Navaja de río o cuchillo	\$15,00	\$15,00
3	Pito o silbato	\$3,00	\$9,00
2	Mosquetones h. Bolsa seca	\$40,00	\$80,00
<b>Equipo Colectivo</b>			
4	Bolsa de rescate con quince metros de cuerda y flotador (mínimo).	\$60,00	\$240,00
4	Inflador o bomba	\$5,00	\$20,00
<b>Equipo complementario</b>			
2	Mosquetones con seguro	\$16,00	\$32,00
2	Mosquetones sin seguro	\$12,00	\$24,00
8	Poleas de por lo menos 1000 kg de resistencia.	\$47,00	\$376,00
2	Cordino (7mm)	\$3,00	\$9,00

<b>Total</b>	<b>13.925,00</b>
--------------	------------------

*Nota.* Los datos que se refleja en la tabla 17 han sido tomados de la tienda virtual MAGMA Equipos.

**Tabla 33**

*Equipos de aventura de la operadora turística para canyoning*

<b>Equipo de canyoning</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio U.</b>	<b>Precio total</b>
5	Arnés Ouistiti para niños	\$96,00	\$480,00
10	Arnés para jóvenes	\$150,00	\$1.500,00
1	Cuerda 100m semi estática 11mm	\$270,00	\$270,00
1	Cuerda de 9mm	\$16,00	\$16,00
1	Eslinga 1.50m 5mm	\$15,00	\$15,00
2	Mosquetones hsm twist lock.	\$25,00	\$50,00
1	Cinta express	\$23,00	\$23,00
3	Mosquetones hms	\$16,60	\$50,00
2	Mailones o mosquetón	\$38,00	\$76,00
1	Cuchillo edlrid	\$19,00	\$19,00
1	Shunt autobloqueante	\$70,00	\$70,00
<b>Total</b>			<b>2.569,00</b>

*Nota.* Los datos que se refleja en la tabla 28 han sido tomados de la tienda virtual PETZL.

**Tabla 34**

*Implementación de la tarabita*

<b>Descripción</b>	<b>Especificación de costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor total</b>
Terrenos			\$45,000.00
Estructura			\$3,960.00
Cemento para estructura	\$8 el saco	120 sacos	\$960.00



Bloques	\$0,50 el bloque	2000	\$1,000.00
Hierro	\$50 el quintal	40 q	\$2,000.00
<b>Sistema Operativo</b>			<b>\$13,860.00</b>
Cable principal de acero (1" diámetro)	\$8 el metro	660m	\$5,280.00
Cable de propulsión (1/2" diámetro)	\$5 el metro	1200m	\$6,000.00
Motor (Toyota 2000)	\$2000	1	\$2,000.00
Jaula de acero	\$350	1	\$350.00
Poleas	\$75	2	\$150.00
Tanque de Gasolina	\$50	1	\$50.00
Mangueras	\$15	2	\$30.00
<b>Gastos de Construcción</b>			<b>\$7,640.00</b>
Alquiler de grúas	\$800	2	\$1,600.00
Alquiler retroexcavadora	\$800	1	\$800.00
Alquiler camión	\$500	1	\$500.00
Mano de Obra (trabajadores a cargo de construcción)	\$280 mensual	4	\$2,240.00
Honorarios del Ingeniero	\$1250	1	\$2,500.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$70,460.00</b>

*Nota. Elaborado en base a la información recolectada por la autora*

### **Tabla 35**

#### *Gastos totales de inversión*

<b>Variables</b>	<b>Gasto</b>
Arriendo	\$550.00
Salarios	\$1,200.00

Servicios básicos	\$180.00
Suministros de oficina	\$381.00
Permisos	\$500.00
Adecuación de oficina	\$1,085.00
Mobiliario	\$1,508.00
Equipo de computo	\$3,265.00
Equipo operativo	\$550.00
Equipo rafting	\$13, 935.00
Equipo canyoning	\$2,569.00
Implementación de tarabita	\$70,460.00
Gastos marketing	\$ 6,250.00
Otros	\$2,000.00
<b>Total</b>	<b>\$104,433.00</b>

*Nota.* Esta información ha sido tomada de las anteriores tablas definiendo la inversión que se requiere.

#### **4.2.7. Plan de financiación Recursos propios**

En cuanto al monto económico que se necesita invertir para la operadora turística se ha tomado en cuenta realizar un préstamo que cubra el 70% del total de la inversión siendo esta \$84.288,8 mediante la entidad del banco (BANECUADOR) que ofrece una tasa del 10,21% de interés a 6 años plazos y el 30% restante es cubierto con recursos propios.

#### **4.2.7.1 Estructura organizativa y administrativa**

##### **4.2.7.1.1 Misión**

Nuestra misión es representar seguridad y confianza al momento de prestar de nuestros servicios con personal altamente calificado, ofreciendo experiencias inolvidables con el único fin de superar siempre las expectativas de los turistas o clientes en cada aventura.

#### **4.2.7.1.2 Visión**

“GLOMES Travel Tours”, se consolidará en 5 años como la mejor operadora de turismo de aventura a nivel nacional por la confianza y seguridad en cada uno de los servicios brindados, ofreciendo siempre productos innovadores y demostrando siempre el compromiso de responsabilidad social, ambiental y económico.

#### **4.2.7.1.3 Políticas**

La siguiente política que se implementa para lo operadora turística permite el desarrollo turístico de manera efectiva en la zona norte cubriendo ciertos aspectos que a continuación se detallan:

#### **4.2.7.1.4 Clientes**

Al momento de ofertar paquetes turísticos se cumple bajo los protocolos de bioseguridad que las entidades competentes mencionan para así asegurar la satisfacción del turista, por ello para evaluar la calidad del servicio se realiza:

- ✚ Encuestas cortas.
- ✚ Entrevistas a los turistas que deseen al finalizar las actividades.
- ✚ Base de datos de reclamos y sugerencias en páginas oficiales.
- ✚ Buzón de reclamos y sugerencias
- ✚ Reuniones semanales con todos los miembros de la operadora.

#### **4.2.7.1.5 Personal**

Para el desempeño deseado del personal que permita brindar un trabajo eficaz se implementa estrategias de comunicación, tales como capacitaciones constantes en diferentes ámbitos como atención al cliente, turismo sustentable, turismo de aventura, seguridad y equipos, estrategias de marketing.

#### **4.2.7.1.6 Valores**

Responsabilidad. Cumplir al 100% cada una de las actividades en el tiempo concordado.

Amabilidad. Permite la colaboración en los equipos de trabajo fomentando un liderazgo más consiente.

Calidad y excelencia en el servicio. Se brinda productos innovadores con el mejor personal.

Confiabilidad. Brindar los servicios bajos ciertos parámetros de seguridad precautelando siempre la vida de cada uno de los turistas.

Puntualidad. Al momento de realizar las actividades planificadas que permita al cliente satisfacer las expectativas a través de la experiencia vivida.

Pasión y compromiso. Dedicación al 100% del personal dando cada uno de los servicios con eficacia.

#### **4.2.8. Imagen corporativa**

Para el posicionamiento de la operadora turística en la zona norte del país se pretende llegar a la mente de las personas a través de página web oficial, redes sociales, un logotipo y un slogan todo esto cuando los paquetes o productos sean adquiridos en línea.

#### **Figura 38**

*Logotipo de la empresa*

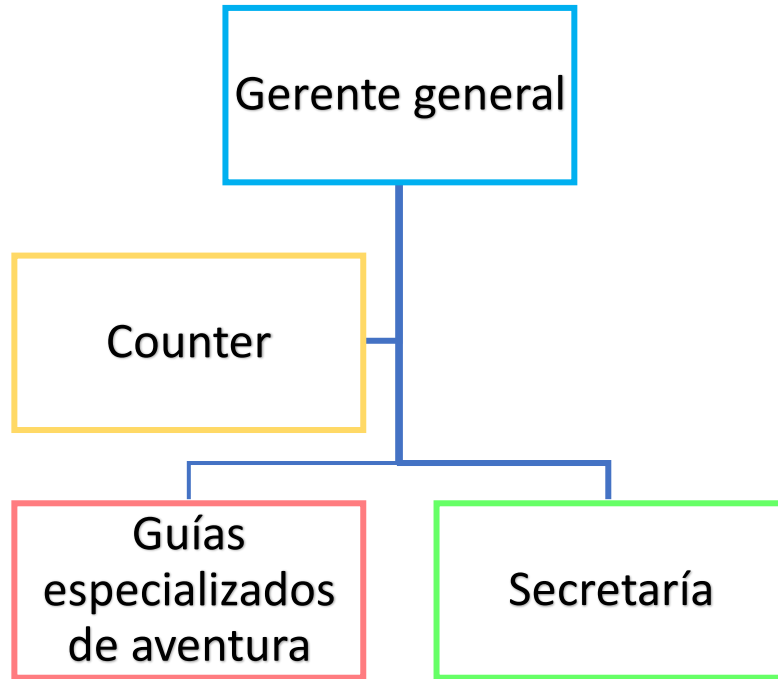


*Nota.* Elaborado por la autora en la aplicación Logo Maker

#### 4.2.9. Organigrama estructural

Figura 39

Estructura organizacional de la operadora "GLOMES Operator Tours"



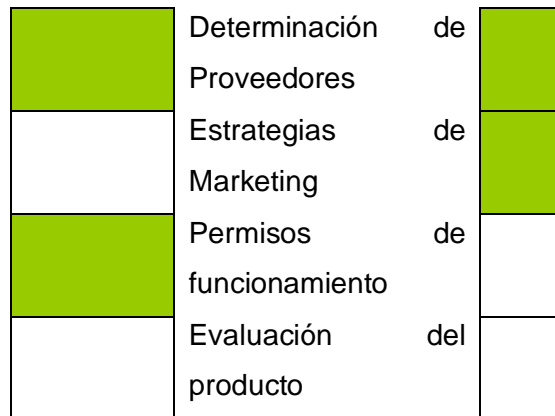
Nota. Elaborado por la autora

#### 4.2.10. Organigrama funcional

Tabla 36

Ficha de gerente general

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.01
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <b>Gerente general</b>			
FUNCIONES:			
	Representante legal		
	Diseño de paquetes		



**RESPONSABILIDADES:**

- Representante legal de la operadora turística
- Establecer las políticas y objetivos de la operadora.
- Diseñar los paquetes turísticos siendo únicos y personalizados.
- Determinar los proveedores tanto para restauración, recreación y transporte donde se complemente las necesidades del cliente logrando la calidad de los servicios.
- Implementar estrategias de marketing digital y ventas haciendo uso de las herramientas tecnológicas para aumentar sus ventas.
- Tramitar todos los permisos para el funcionamiento de la operadora evitando así los inconvenientes legales, por ejemplo, la licencia anual de funcionamiento, patente municipal, patente de bomberos cumpliendo así las políticas del MINTUR.

**COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO**

**FORMACIÓN**

Título de tercer nivel en ingeniería y licenciatura en turismo, ecoturismo y ramas afines, dónde deberá contar con certificados de turismo cinco como mínimo, debe contar con inglés B2 permitiendo desarrollar de manera eficaz las responsabilidades asignadas.

**EXPERIENCIA**

Contar con mínimo dos años de experiencia en cargos similares.


**APTITUDES**

Capacidad de trabajo, responsabilidad, y atención.	
OBSERVACIONES:	Firma:  Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por la autora en base a información recopilada desde los sitios webs.

**Tabla 37**

*Funciones de Secretaría*

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.02
		Edición:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <b>Secretaría</b>			
FUNCIONES:			
<input type="checkbox"/>	Brindar atención al cliente	<input type="checkbox"/>	Encargado de dar asesoramiento al cliente.
<input type="checkbox"/>	Documentación actualizada de la operadora.	<input type="checkbox"/>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Ponerse en contacto con el cliente	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Brindar información de los servicios.	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Realizar pago a proveedores	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Encargado de las oficinas	<input type="checkbox"/>	
RESPONSABILIDADES:			

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar atención al cliente de manera personalizada ya sean nacionales o extranjeros.</li> <li>• Mantener organizado y actualizado toda la documentación de la operadora turística.</li> <li>• Recibir las llamadas de los clientes y brindar información acerca de los servicios que se ofertan dentro de la empresa.</li> <li>• Realizar los pagos a los proveedores en el tiempo establecido.</li> <li>• Mantener actualizado la base de datos de la empresa.</li> </ul>	
COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN	
Título de tercer nivel en licenciatura en Secretariado ejecutivo será capaz de desarrollar habilidades y destrezas psicomotoras, cognitivas y creativas para lo cual utilizará conocimientos específicos de taquimecanografía, redacción comercial, computación y debe contar con inglés B2.	
EXPERIENCIA	
Contar con mínimo dos años de experiencia en cargos similares.	
APTITUDES	
Capacidad de trabajo, responsabilidad, y atención al cliente.	
OBSERVACIONES:	Firma:  Fecha: _/_/___

*Nota.* Elaborado por la autora en base a información recopilada desde los sitios webs.

**Tabla 38**

*Funciones de los Guías*

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código:	FT.03
--	----------------------------	---------	-------





Edición:	1
Fecha:	

**DENOMINACIÓN DEL PUESTO:**

**Guías**

**FUNCIONES:**

<input type="checkbox"/>	Brindar atención al cliente	<input type="checkbox"/>	Dar información clara para las actividades.
<input type="checkbox"/>	Receptar a los turistas	<input type="checkbox"/>	Realizar informes de cada tour.
<input checked="" type="checkbox"/>	Cumplir itinerarios establecidos	<input checked="" type="checkbox"/>	Entregar publicidad
<input type="checkbox"/>	Brindar información de los tours.	<input checked="" type="checkbox"/>	Asistencia al cliente en primeros auxilios.
<input checked="" type="checkbox"/>	Acompañar a los grupos en las actividades planificadas.	<input type="checkbox"/>	Control de grupos
<input type="checkbox"/>	Manejo de presupuestos del tour	<input type="checkbox"/>	

**RESPONSABILIDADES:**

- Receptar a los turistas nacionales como extranjeros.
- Cumplir con los itinerarios establecidos acorde al tiempo.
- Dar a conocer toda la información necesaria del tour.
- Acompañar a los grupos en las actividades planificadas.
- Manejo de presupuesto de gastos de tour.
- Dar información clara, veraz y objetiva al público receptor.
- Realizar informes de cada tour.
- Realizar encuestas rápidas de satisfacción de los clientes.
- Entregar publicidad de la empresa a la que represente.
- Asistencia al cliente, primeros auxilios y, en caso necesario, coordinación de ingreso del turista a servicios hospitalarios.

- Controlar el grupo de visitantes en cuanto a regulaciones, restricciones o precauciones necesarias en el desarrollo de las actividades durante el recorrido.

**COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO**

**FORMACIÓN**

Título de tercer nivel en ingeniería y Licenciatura en turismo, ecoturismo y ramas afines, Licencia de guía nacional de turismo, Licencia de guía especializado en deportes extremos y debe contar con inglés B2 dónde cuenten con conocimientos como habilidad para organizar, dirigir, conducir, evaluar e interrelacionarse con otras personas o grupos, facilidad para comunicarse de manera oral y escrita, poseer cualidades de liderazgo, capacidad de análisis y síntesis para abordar fenómenos económicos, políticos y/o sociales de manera ordenada y sistemática.

**EXPERIENCIA**

Contar con mínimo dos años de experiencia

**APTITUDES**

Capacidad de trabajo, responsabilidad, puntualidad y atención al cliente.

**OBSERVACIONES:**

Firma:


Fecha:

\_\_/\_\_/\_\_

*Nota.* Elaborado por la autora en base a información recopilada desde los sitios webs.

**Tabla 39**

*Funciones del Contador*

	<p>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</p>	Código:	FT.04
		Edición:	1
		Fecha:	
<p>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</p> <p style="text-align: center;"><b>Contador</b></p>			
<p>FUNCIONES:</p>			

<input type="checkbox"/>	Informes financieros	<input type="checkbox"/>	Dar informes al gerente general cada mes
<input type="checkbox"/>	Presupuestos de paquetes	<input type="checkbox"/>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Estados financieros actualizados	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Declarar impuestos	<input checked="" type="checkbox"/>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Realizar inventarios	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>	Facturar todas las ventas	<input type="checkbox"/>	

**RESPONSABILIDADES:**

- Elaborar y entregar informes financieros tanto de ingresos como egresos al gerente general.
- Determinar el presupuesto de cada paquete turístico diseñado por operadora.
- Mantener actualizado los archivos contables de la empresa.
- Declarar los impuestos al SRI
- Realizar proyecciones anuales de ingresos y estados financieros.
- Realizar inventarios de bienes e insumos de la empresa.
- Facturar todas las ventas.

**COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO**

**FORMACIÓN**

Título de tercer nivel en ingeniería y licenciatura en turismo, ecoturismo y ramas afines, Licencia de guía nacional de turismo, licencia de guía especializado en deportes extremos y debe contar con inglés B2 dónde cuenten con conocimientos como debe conocer la doctrina, las teorías contables, las teorías especificadas y los principios de la contabilidad, las Normas Internacionales de Información Financiera, Normas Internacionales de Auditoria y el Manual Internacional de Auditoria, Aseguramiento y Ética, para un ejercicio profesional excelente.

**EXPERIENCIA**

Contar con mínimo dos años de experiencia

**APTITUDES**

Capacidad de trabajo, responsabilidad, puntualidad, honestidad, ético y profesional	
OBSERVACIONES:	Firma:  Fecha: _/_/___

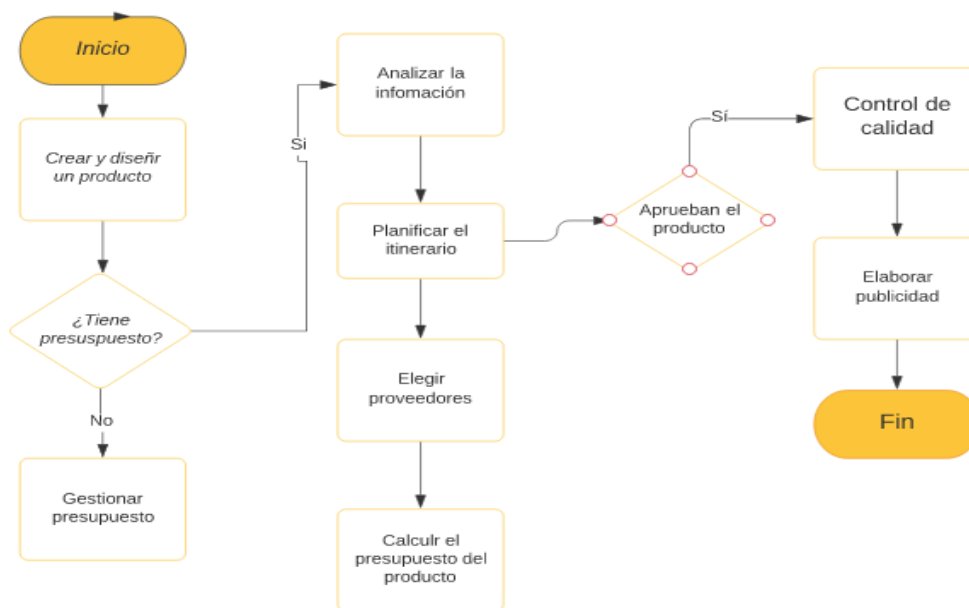
Nota. Elaborado por la autora en base a información recopilada desde los sitios webs.

#### 4.2.11. Flujograma de actividades

Los flujogramas cumplen la función de especificar las diferentes operaciones de manera gráfica que realiza la empresa.

**Figura 40**

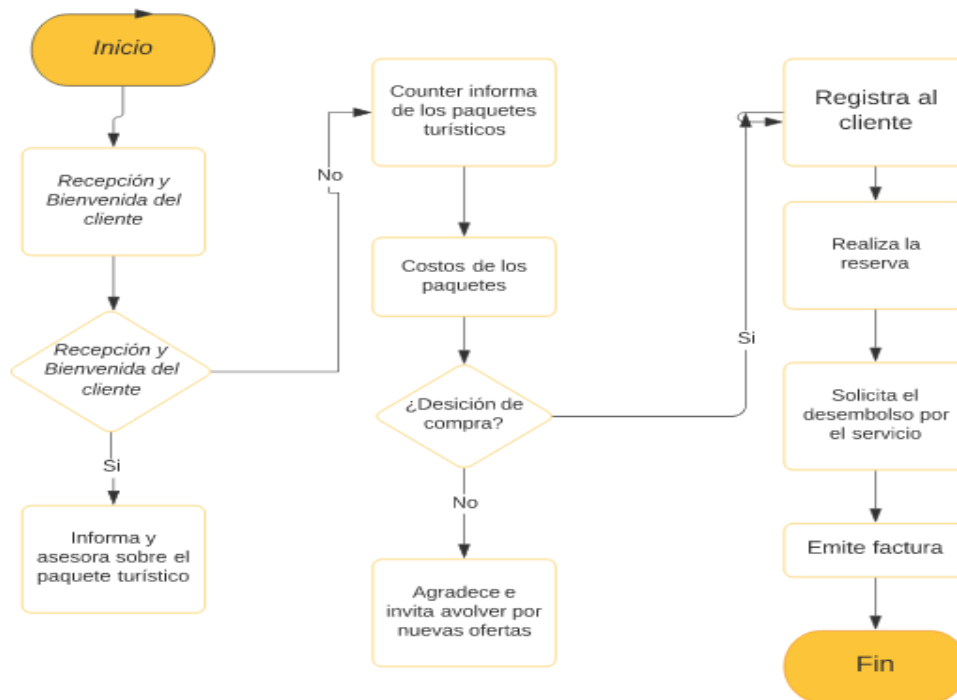
*Flujograma de diseño de productos turísticos*



Nota. Para realizar el flujograma de la figura se tomó la información del “Proceso de elaboración de un paquete turístico”, 2018.

**Figura 41**

*Flujograma de venta de paquetes turísticos*



*Nota.* Para realizar el flujograma de la figura se tomó la información del “Proceso de elaboración de un paquete turístico”, 2018.

### **Descripción del diagrama de flujo**

Se detalla las actividades que son desarrolladas de manera jerárquica con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

### **Actividades que se ejecutarán en el proceso de diseño de los productos turísticos.**

1. En cuanto a la elaboración y el diseño de los paquetes turísticos se debe realizar de manera cuidadosa, dónde todas las áreas de la operadora turística intervengan en el caso de tener una respuesta positiva y contarse con el presupuesto se procede analizar toda la información determinado cuál es el destino para diseñar el producto, en caso de serla respuesta todo lo contrario se busca una entidad financiera dónde se

gestione para obtener este dinero, mismo que puede ser utilizado para los costos del producto.

2. Para la planificación de los itinerarios se toma en cuenta las distancias a recorrer, los atractivos naturales, el transporte, la duración de las diferentes salidas y se implementará estrategias de marketing virtuales tales como la fotografía y vídeos permitiendo al turista captar su atención y con todos estos aspectos lograr conseguir el diseño del producto o servicio a ofertar.
3. En la elección de los proveedores estos son tomados en consideración de acuerdo con las necesidades del cliente y las políticas de la empresa.
4. Una vez establecido el producto turístico se procede a determinar cuál será el costo del producto o servicio que da la operadora y también la ganancia que está obtiene por la venta de dicho producto.
5. Si por parte de la gerencia el producto es aprobado este pasa a revisión y control de calidad y finalmente se inicia con el plan de marketing y comercialización.

### **Actividades determinadas en el proceso de venta de paquetes turísticos**

1. Al momento de ingresar el cliente a la operadora la secretaría realiza la respectiva bienvenida con una frase y con la mayor amabilidad, en caso de ser un cliente frecuente debe dirigirse a él por su nombre.
2. Se debe preguntar si el cliente tiene alguna reservación de un paquete turístico si se obtiene una respuesta positiva se procede asesorar y brindar información dónde se evite contratiempos, en caso de ser distinta la respuesta la secretaría de inmediato brinda información acerca de los paquetes, salidas, precios que ofrece la operadora turística.

3. En caso del cliente adquiera el paquete, inmediatamente el Counter procede a tomarle los datos personales y registra el pax, luego se efectúa la reservación y se solicita el desembolso por el servicio, pero si la respuesta es negativa se agradece por tomar en cuenta a la operadora y se invita para nuevas ofertas.
4. Para finalizar este proceso se emite una factura y a su vez se agradece por hacer uso de los servicios.

### **4.3. Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual**

Sociedad anónima, Asamblea Constituyente, 2017.

**Art. 143.-** La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

**Art. 144.-** Se administra por mandatarios amovibles, socios o no.

La denominación de esta compañía debe contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no son de uso exclusivo y van acompañadas de una expresión peculiar.

#### **4.3.1. De la fundación de la compañía**

**Art. 146.-** La compañía se constituye mediante escritura pública que se inscribe en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existe y adquiere personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo puede operar a partir

de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado es nulo.

**Art. 153.-** Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevan a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse. La escritura contiene, además:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social;
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- h) El domicilio de la compañía.

**Capacidad:** Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor (constitución sucesiva) o fundador (constitución simultánea) se requiere la capacidad civil para contratar. Sin embargo, no puede hacerlo entre cónyuges ni entre hijos no emancipados. Artículo 145 de la Ley de Compañías.

**Números de accionistas.** - La compañía debe constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.



Capital mínimo. - El capital suscrito mínimo de la compañía debe ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital debe suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía. Supercias (2017)

En cuanto a la constitución y registro de compañías de manera virtual este es exigido que el montón de dinero a pagar debe ser en efectivo y que las compañías no sean del mercado de valores, con este procedimiento una compañía puede constituirse en un plazo de 3 a 5 días tiempo adecuado para que la compañía pueda contar con la sociedad inscrita en el Registro Mercantil, nombramientos inscritos y el RUC (Registro Único de contribuyentes).

Para realizar la constitución de la compañía en línea se utiliza la página web: [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec) hasta la obtención del RUC, cuando esto suceda los comparecientes deben acercarse a la Notaría a firmar las escrituras dónde el notario desmaterializa los documentos físicos con la firma electrónica y estos son enviados a las distintas instituciones.

Las partes que intervienen en la constitución vienen hacer el usuario solicitante siendo el responsable de ingresar la información veraz y necesaria como documentos habilitantes (cedulas, certificados de votación, y comprobante de pago de un servicio básico dónde se pretende implementar la empresa), de tal manera que se concluya todo el proceso.

Otra parte implicada en la superintendencia de compañías y valores; notarios los cuales deben recoger las firmas de los otorgantes, incorporar los habilitantes y cláusulas de estilo exigidas por la ley, y la de los administradores

en los nombramientos posteriormente firmar electrónicamente la versión digital continuando el proceso en el sistema informático de la Superintendencia.

Los registradores mercantiles incluyéndolos a los registradores de la propiedad que realicen las debidas funciones mercantiles y Servicio de Rentas Internas siendo el encargado de generar electrónica el registro único de contribuyentes.

La notaría actúa como el verificador de la información ingresada por el solicitante, estos documentos son entregados al usuario para que finalice con el trámite sólo en caso de existir observaciones tiene que corregir las observaciones, luego se le asigna una fecha mismo que se informa mediante un correo electrónico para realizar la firma de escritura y nombramientos. En caso de no asistir el usuario a la cita más de dos veces el notario da por finalizado el trámite.

#### ***4.3.2. Emisión de Certificado de Registro de Turismo por primera vez para Operación e Intermediación Persona Jurídica.***

El presente trámite va dirigido a los establecimientos de operación e intermediación que deseen obtener el certificado antes mencionado, pero para ello se debe cumplir ciertos requisitos que a continuación se mencionan.

Requisitos Obligatorios:

- ✚ A través del sistema SIETE estos requisitos son interoperados automáticamente o solicitados en línea:
- ✚ Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- ✚ Escritura de constitución, último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil, en caso de que aplique estas dos últimas.
- ✚ Inventario Valorado de los activos de la empresa.

- ✚ Nombramiento vigente del o los representantes legales, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- ✚ Declaración de activos fijos para la contribución 1x1.000.

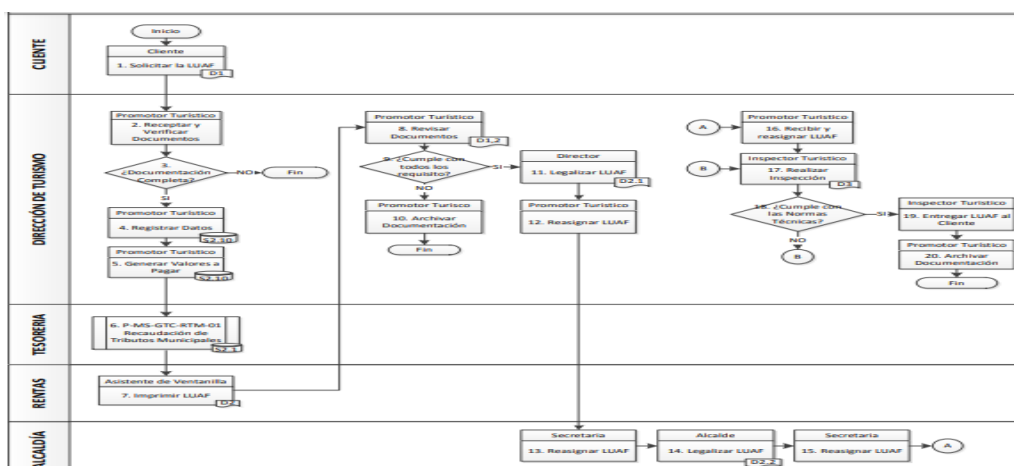
## Licencia Única Anual de Funcionamiento

Para contar con la Licencia Única Anual de Funcionamiento se deber cumplir varios parámetros tales como:

- ✚ Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta del último ejercicio económico;
- ✚ Pago efectuado por concepto de renovación de Licencia Única Anual de Funcionamiento, de ser el caso.
- ✚ Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente.

**Figura 42**

*Diagrama de flujo de la LUAF*



Nota. La figura ha sido obtenida del documento “Procedimientos Sustantivos” del GAD de Ibarra.

### 4.3.3. Emisión de Patente Municipal GAD de Ibarra

- ✚ Ingresar a la página del GAD-Ibarra [www.ibarra.gob.ec](http://www.ibarra.gob.ec), dirigirse al icono Portal Tributario – Formularios para Trámites y Descargar el archivo

EXCEL que contiene el formulario de Patente y Activos Totales. Llenar en mayúsculas. Imprimir dos ejemplares (cada declaración en una sola página).

- ✚ Declaración del Impuesto a la Renta del año anterior al de la declaración.
- ✚ Detalle del justificativo del pasivo.
- ✚ Copias de cédula, votación y del nombramiento del representante legal.
- ✚ El impuesto a la Patente del contador debe estar cancelado. O presentar el mecanizado del IESS en caso de tener relación de dependencia.

En el caso de haber pagado el Impuesto a los Activos Totales en otro Cantón debe adjuntar la declaración, el comprobante de pago y la certificación de la transferencia.

#### **4.3.4. Patente anual de operación turística**

Requisitos Obligatorios:

- ✚ Referencias Bancarias
- ✚ Licencia Única Anual de Funcionamiento, otorgada por el Ministerio de turismo y/o Municipio respectivo
- ✚ Factura y comprobante de depósito escaneado en un solo PDF (clara y a color)
- ✚ Cupo de Operación Turística (en caso de que aplique un concurso público)

Requisitos Especiales:

- ✚ Solo en caso de tener vehículo propio, copia de la matrícula del vehículo actualizada a nombre de la empresa, no de un particular.
- ✚ Solo en caso de tener embarcación propia, copia de la matrícula y revisión de la embarcación actualizada.

#### **4.3.5. Reglamento de operación turística de aventura**

**Art. 10.-** Requisitos para los prestadores de servicios turísticos. - Los prestadores de servicios turísticos, a excepción de guías y facilitadores de turismo, para ser acreditados como prestadores de modalidades turísticas de aventura, además de los requisitos establecidos en el reglamento correspondiente a cada actividad, deben cumplir con lo siguiente:

a) Plan de operación y contingencia de cada modalidad turística de aventura que oferte, el que debe contener como mínimo la siguiente información:

- ✚ Calendario de inspecciones, revisiones y condiciones en las que se renovarían los equipos, equipamientos y estructuras o piezas de las mismas. El prestador de servicios turísticos puede contar con equipo propio o rentado. En el caso de rentar equipo debe verificar las condiciones del mismo;
- ✚ Características generales del destino, comportamiento y medidas de seguridad que deben cumplir el guía y el turista al realizar la modalidad;
- ✚ Condiciones bajo las que se realizan o no las modalidades, o bajo las que se puede modificar el itinerario, rutas alternativas cuando aplique y su georreferenciación de ser posible;
- ✚ Condiciones físicas, estatura y edad mínimas del turista para realizar los programas cuando estos así lo requieran; Croquis de recorrido e itinerario/s previsto/s y duración de la modalidad;
- ✚ Descripción del programa y procedimientos para la realización de la modalidad. Se debe incluir detalle del equipo necesario, número de participantes permitido acorde a cada modalidad turística de aventura, edad mínima requerida y grados de dificultad de la modalidad de acuerdo a lo determinado en el presente reglamento;
- ✚ Política de disminución de impactos ambientales en donde se desarrolla la modalidad, cuando aplique;
- ✚ Política en caso de accidentes e incidentes y su registro; y,

- ✚ Riesgos existentes claramente identificados y definir los procedimientos de seguridad a seguir por parte de los guías y los turistas antes, durante y después de la modalidad a realizarse.

b) Plan de mantenimiento y reposición de equipos e infraestructura (cuando aplique este último). El plan debe contener como mínimo la siguiente información:

- ✚ Cantidad de uso, fechas en las que se usó y las veces que se les ha realizado algún tipo de mantenimiento y razones para desechar el equipo. Se debe conservar y archivar los comprobantes de venta y manuales de uso de los equipos. En los casos de desecho de equipo se debe mostrar la manera en que fue desechado, para evitar su uso por otros proveedores posteriormente.
- ✚ Procedimiento para usar y mantener materiales, equipos e infraestructura de acuerdo con las características de la modalidad ofertada y a las condiciones ambientales y los requisitos del equipamiento de acuerdo con el fabricante.
- ✚ Programa de verificación periódica de funcionamiento para materiales, equipos e infraestructura, ésta incluye la verificación visual y con firma de responsabilidad después de cada uso por parte del guía y las verificaciones programadas que se consideren necesarias de acuerdo con el procedimiento establecido.

Revisión visual previa de todo el equipo sea propio o alquilado por parte de un guía perteneciente al operador turístico o agencia de viajes dual previo a la realización de la modalidad por parte de los turistas y guías. Se debe firmar un documento donde conste la fecha, nombre y firma del responsable luego de la revisión del equipo.

#### **4.4. Propuesta comercial**

Dentro de este capítulo se realiza un detalle acerca de las estrategias de marketing que se usa para la promoción de los servicios que se brinda en los

paquetes por parte de la operadora GLOMES, también se da a conocer las alianzas que se realizó tanto con las instituciones públicas como privadas.

#### **4.4.1. Nombre comercial de la empresa, productos o servicios**

Se ha determinado el nombre de la operadora como “GLOMES” el cual tiene un significado personal siendo la unión de los nombres Gloria “GLO”; Melody “ME”; y Samantha “S”.

##### **4.4.1.1. Logotipo**

**Figura 43**

*Logotipo de la operadora turística “GLOMES”*



*Nota.* Elaborado por la autora en la aplicación Logo Designer.

**Tabla 40**

*Tipología de GLOMES*

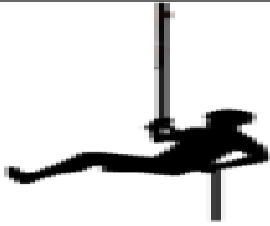
---

**Tipografía**

---



El ícono que se ha incorporado hace referencia a la silueta del mapa de la ciudad de Ibarra.



Este ícono hace referencia a la actividad de canyoning en distintos atractivos acuáticos que posee el cantón de Ibarra.



El siguiente ícono hace referencia a la cadena montañosa que rodea a la ciudad, donde desde varios puntos se puede ver al Imbabura, Cunro, Yuracruz, etc.

---

**Caligrafía:**



Su tipo de fuente es "Monty Stencil" su topología es usada para una fácil comprensión visual y su significado es "GLO" Gloria; "ME" Melody y "S" Samantha. El color El color verde viene a representar las actividades de aventura que se realizará dentro de los recursos naturales como bosques.

---

**Caligrafía:**



Las letras son de color naranja que transmite juventud, diversión y atrevimiento. Haciendo referencia que es una operadora de viajes.

---

**Slogan:**



El slogan que se ha propuesto quiere reflejar e incentivar a los visitantes a realizar sus viajes soñados dentro del cantón, aprovechando sus recursos mágicos con actividades recreacionales llenos de

---



---

adrenalina y vértigo, permitiendo llevarse la mejor experiencia.

---

*Nota.* Elaborado por la autora

#### **4.4.2. Canales de Distribución**

Dentro de la comercialización es indispensable establecer los canales de distribución que tiene la empresa, tomando en cuenta que estos permiten llevar el producto o servicio hacia el consumidor final, reduciendo recursos en publicidad, por ello a continuación se presenta dichos canales para la operadora.

##### **4.4.2.1. Canal directo**

Se caracteriza porque el servicio es comercializado de manera directa entre productor y consumidor final, sin intermediarios.

GLOMES Operator Tour realiza la promoción a través de las bases digitales, dónde se ofrece cada uno de los paquetes con los servicios prestos a vender, ofertando de manera estratégica los atractivos a visitar, e incluso hacer las reservaciones y pagos mediante transferencias o tarjetas de crédito. Es así, que el turista puede acceder a la información acerca de los atractivos a visitar y sus respectivas promociones, e incluso puede adquirir de manera directa en las oficinas ubicadas en la laguna de Yahuarcocha.

**Figura 44**

*Canal directo de distribución de los servicios*



*Nota.* Elaborado por la autora

**Figura 45**

*Página oficial*

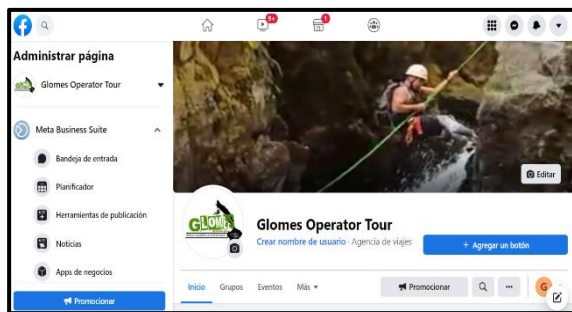


*Nota.* Elaborado por la autora mediante Wix.com



**Figura 46**

*Sitio web de Facebook*



*Nota.* Elaborado por la autora mediante Facebook



**Figura 47**

*Sitio web Instagram*

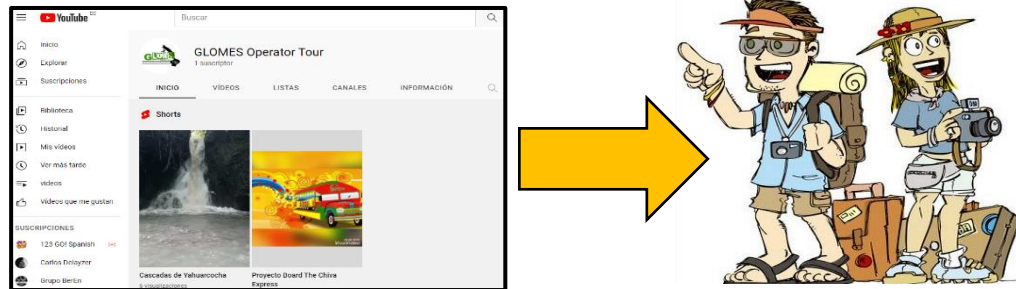


*Nota.* Elaborado por la autora mediante Instagram



**Figura 48**

*Canal de YouTube*

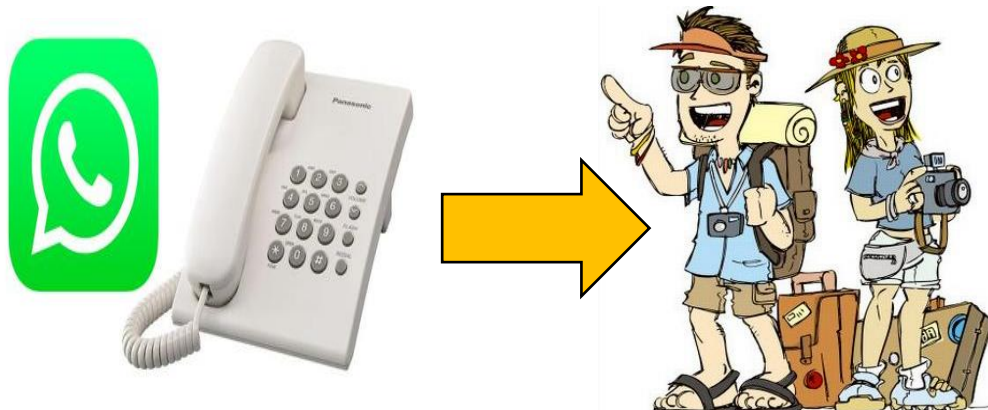


*Nota.* Elaborado por la autora mediante YouTube

Finalmente, otro medio que se usa para atender al cliente es través de la aplicación WhatsApp y un teléfono, puesto que hoy en día la comunicación directa para realizar las reservaciones es considerada una forma rápida y eficaz.

**Figura 49**

*Canal de distribución telefónico*



*Nota.* Adaptado por la autora

**4.4.2.2. Canal Indirecto**

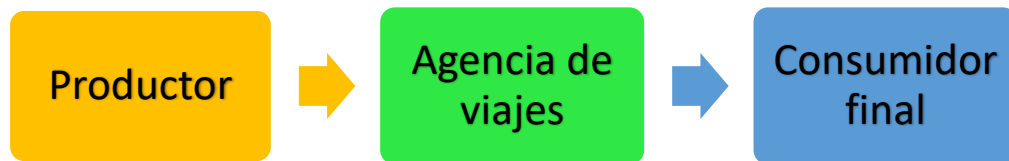
Dentro de este canal se hace uso de intermediarios que permitan llegar hacia el consumidor final, por lo cual se ha determinado trabajar con agencias de viajes bajo un convenio ubicadas en la ciudad de Ibarra y Quito siendo este

un punto estratégico debido a la gran afluencia de turistas tanto nacionales como internacionales, sin dejar de lado que los turistas extranjeros realizan su compra de viajes por medio de las agencias.

Las agencias con las que se estableció alianzas son: Royal Destinos.com y American Touring, encargadas de ofrecer actividades extremas, de manera personal o a través de sus páginas web en donde el turista puede adquirir cualquier paquete que desee, ya sea mediante los medios de pago establecidos en la misma, pues la interacción es comunicar sobre el servicio vendido detallando las características con la fecha programada con la que realiza la reservación, y así la empresa realizar los respectivos preparativos para brindar el servicio.

**Figura 50**

*Canal indirecto de distribución*



*Nota.* Elaborado por la autora

La Agencia de viajes mayorista Royal Destinos se enfoca en atraer turistas internacionales, la cual busca vender productos combinados de calidad del país.

**Figura 51**

*Canal de distribución con Royal Destinos.com*



*Nota.* Elaborado por la autora

American Touring es considerada la mejor agencia de viajes del país la cual ofrece servicios de vuelos, hoteles, paquetes turísticos y asesoría de visas.

### **Figura 52**

*Canal de distribución con American Touring*



*Nota. Elaborado por la autora*

#### **4.4.3. Publicidad**

Una estrategia indispensable dentro del marketing para el producto que la operadora pretende ofrecer es la promoción y la publicidad mediante varios instrumentos, que brinden información clara y precisa a los turistas como página web, sitio web, medios de comunicación, folleto, volante, tarjeta de presentación con la única finalidad de motivar al cliente a consumir los productos y servicios que ofrece GLOMES.

#### **Página Web**

Hoy en día el uso de las páginas web permite al cliente ponerse en contacto de manera directa para adquirir el servicio o producto que la entidad empresarial ofrece, siendo está diseñada con accesorios multimedia como fotos, vídeos que ayuden atraer la atención del cliente. Tal cuál como se muestra en la siguiente figura o visita de la página que tiene el siguiente enlace:

### **Figura 53**

*Página web de GLOMES*



Nota. Elaborado por la autora en la plataforma WIX.com

## Publicidad mediante afiches

Figura 54

Afiche paquete N°1

**CANYONING YAHUARCOCHA**

**\$24**

**GLOMES**  
Operator Tour  
VIVY BUENA LA AVENTURA

**INCLUYE**

- TRANSPORTE (EN CHIVA)
- EQUIPOS HOMOLOGADOS
- GUÍAS ESPECIALIZADOS
- ALIMENTACIÓN (DESAYUNO Y ALMUERZO)
- VÍDEO Y FOTOGRAFÍAS CON GO PRO 7
- GUIANZA
- SEGURO DE VIDA
- BIOSEGURIDAD COVID-19

**SALIDAS**

- SÁBADOS Y DOMINGOS
- FERIADOS

**UBICACIÓN**

IBARRA, SALIDA DE PRIORATO A YAHUARCOCHA, EN LA AV. JOSÉ TOBAR TOBAR, FRENTE A LOS JUEGOS INFANTILES.

**CONTACTOS**

- GLOMES OPERATOR TOUR @GLOMES06
- 0988298056- 0991786542
- GLOMES\_06@GMAIL.COM

Nota. Elaborado por la autora en la aplicación Kriadl

Figura 55

Afiche paquete N°2

**CANYONING  
LA ESPERANZA**

**\$23**

**GLOMES**  
Operador Tour  
VIVIR Y SUÑAR LA AVENTURA

**INCLUYE**

- TRANSPORTE (IDA Y VUELTA)
- GUIANZA
- ALIMENTACIÓN (DESAYUNO Y ALMUERZO)
- EQUIPOS HOMOLOGADOS
- GUÍAS ESPECIALIZADOS
- VÍDEO Y FOTOGRAFÍAS CON GO PRO 7
- SEGURO DE VIDA
- BIOSEGURIDAD COVID-19

**SALIDAS**  
SÁBADOS Y DOMINGOS  
FERIADOS

COMUNÍCATE CON NOSOTROS Y RESERVA AHORA !

+593 988298056 -  
+593 991786542

GLOMES\_06@GMAIL.COM

IBARRA, SALIDA DE PRIORATO A YAHUARCOCHA, AV.  
JOSÉ TOBAR TOBAR, FRENTE A LOS JUEGOS INFANTILES.

Nota. Elaborado por la autora en la aplicación Kriadl

Figura 56

Afiche paquete N°3

# RAFTING RÍO CHOTA

**GLONES**  
Operator Tour  
VIVE Y SUEÑA LA AVENTURA

**\$24**

## INCLUYE

- Transporte (Chiva)
- Equipos homologados
- Guías especializados
- Vídeo y fotografías con Go Pro 7
- Guianza
- Alimentación (desayuno y almuerz
- Bioseguridad covid-19

## SALIDAS

Sábados y domingos  
Feriados

Ibarra, salida de Priorato a Yahuarcocha,  
Av José Tobar Tobar, frente a los juegos  
infantiles.

+593 988298056  
+593 991786542

glomes\_06@gmail.com

www.glomes/operator/06.com

Nota. Elaborado por la autora en la aplicación Kriadl



Figura 57

Afiche paquete N°4

**AVENTURA EN YAHUARCOCHA**

**\$22**

**GLIMES**  
Operador Tour  
¡VIVIR SUENA LA AVENTURA!

**INCLUYE**

- Transporte (Chiva)
- Equipos homologados
- Guías especializados
- Alimentación (desayuno y almuerzo)
- Vídeo y fotografías con Go Pro 7
- Guianza
- Seguro de Vida
- Bioseguridad covid-19

**SALIDAS**

**SÁBADOS Y DOMINGOS FERIADOS**

**CONTÁCTANOS Y RESERVA AHORA!**

+593 988298056  
+593 991786542

glomes\_06@gmail.com

Ibarra, salida de Priorato a Yahuarcocha, Av José Tobar Tobar frente a los juegos infantiles.

Nota. Elaborado por la autora en la aplicación Kriadl

## Volantes

Son utilizados para repartir información de manera directa a los visitantes y puntos estratégicos que permitan dar a conocer los productos de la operadora.

Figura 58

Volante

**CANYONING YAHUARCOCHA \$24**

**INCLUYE**

- TRANSPORTE (EN CHIVA)
- EQUIPOS HOMOLOGADOS
- GUIAS ESPECIALIZADOS
- ALIMENTACIÓN (DESAYUNO Y ALMUERZO)
- VIDEO Y FOTOGRAFÍAS CON GO PRO 7
- GUIANZA
- SEGURO DE VIDA
- BIOSEGURIDAD COVID-19

**UBICACIÓN**

IBARRA, SALIDA DE PRIORATO A YAHUARCOCHA, EN LA AV. JOSÉ TOBAR TOBAR, FRENTE A LOS JUEGOS INFANTILES.

**CONTACTOS**

GLOMES OPERATOR TOUR @GLOMES06  
0988298056- 0991786542  
GLOMES\_06@GMAIL.COM

**SALIDAS**

SÁBADOS Y DOMINGOS FERIADOS

**CANYONING LA ESPERANZA \$23**

**INCLUYE**

- TRANSPORTE (IDA Y VUELTA)
- GUIANZA
- ALIMENTACIÓN (DESAYUNO Y ALMUERZO)
- EQUIPOS HOMOLOGADOS
- GUIAS ESPECIALIZADOS
- VIDEO Y FOTOGRAFÍAS CON GO PRO 7
- SEGURO DE VIDA
- BIOSEGURIDAD COVID-19

**SALIDAS**

SÁBADOS Y DOMINGOS FERIADOS

COMUNIQUE CON NOSOTROS Y RESERVA AHORA!

+593 988298056 - GLOMES\_06@GMAIL.COM  
+593 991786542

**AVENTURA EN YAHUARCOCHA \$22**

**INCLUYE**

- Transporte (Chiva)
- Equipos homologados
- Guías especializados
- Alimentación (desayuno y almuerzo)
- Video y fotografías con Go Pro 7
- Guianza
- Seguro de Vida
- Bioseguridad covid-19

**SALIDAS**

SÁBADOS Y DOMINGOS FERIADOS

CONTACTANOS Y RESERVA AHORA!

+593 988298056 glomes\_06@gmail.com Ibarra, salida de Priorato a Yahuarcocha, Av José Tobar Tobar, frente a los juegos infantiles.  
+593 991786542

**RAFTING RÍO CHOTA \$24**

**INCLUYE**

- Transporte (Chiva)
- Equipos homologados
- Guías especializados
- Video y fotografías con Go Pro 7
- Guianza
- Alimentación (desayuno y almuerzo)
- Bioseguridad covid-19

**SALIDAS**

Sábados y domingos FERIADOS

+593 988298056 glomes\_06@gmail.com www.glomes/operator/06.com  
+593 991786542

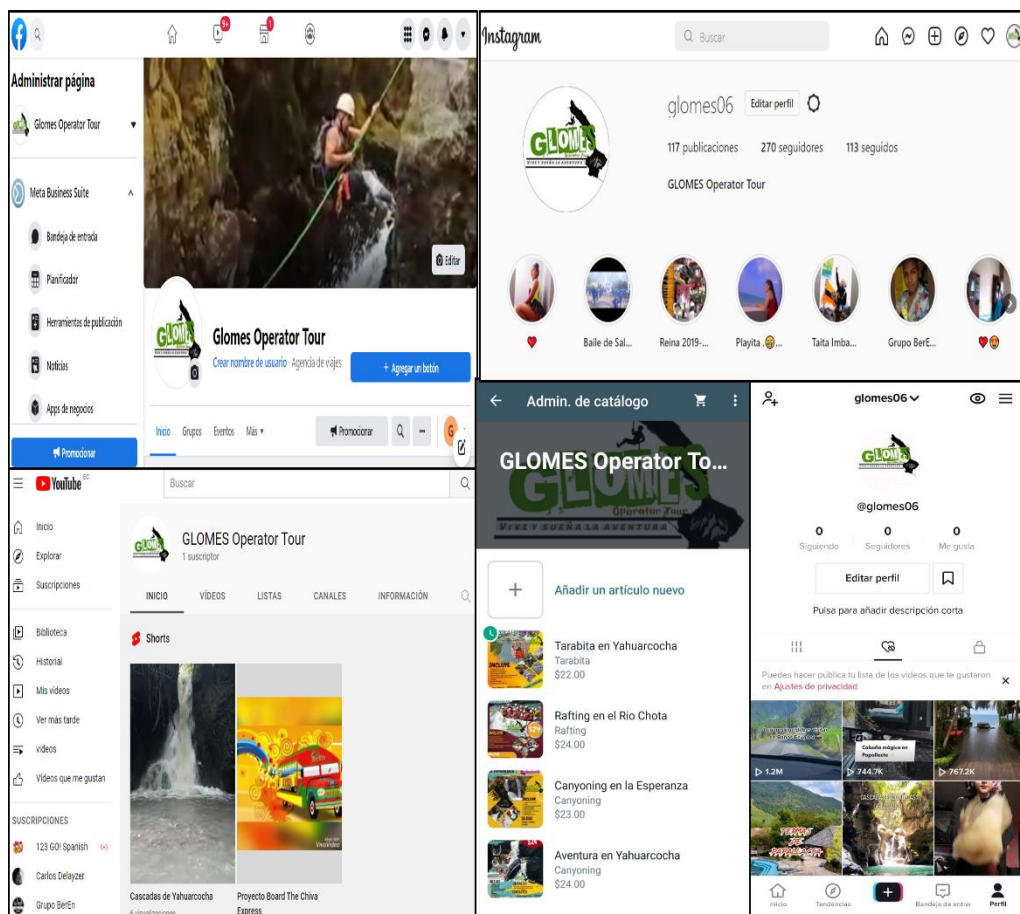
Nota. Elaborado por la autora en la aplicación Kriadl

## Redes sociales

Se hace el uso de las páginas web como Facebook, Instagram, WhatsApp Business y YouTube, en dónde sirven para promocionar los productos que oferta la operadora GLOMES, y también con ellas información de las actividades extras que se puede realizar dentro de la ciudad ya sea cultural o de recreación.

**Figura 59**

*Páginas de redes sociales a utilizar (Facebook, Instagram, WhatsApp Business, YouTube y Tik Tok)*



*Nota.* Elaborada por la autora

## Tríptico

Se detalla información relevante y precisa con ilustraciones que permitan a los clientes visualizar los productos, y en si a los recursos naturales que

podrán acceder y de ser el caso conocer nuevos atractivos demostrando la cultura y tradición.

**Figura 60**

*Tríptico empresarial GLOMES*



**¡Háblanos!**

**Dirección:** Ibarra, Av. José Tobar Tobar, frente a los juegos infantiles (salida de Priorato a Yahuarcocha).

**Teléfono:** 0988298056 - 0991786542

**Sitio web:**  
[www.glomes/operator/06/.com](http://www.glomes/operator/06/.com)

**Redes sociales:** GLOMES Operator Tour

**¡Adventure IBARRA!**

CONTÁCTANOS Y RESERVA AHORA!

SEA CUAL SEA TU DESTINO,  
ESTAMOS AQUÍ PARA  
AYUDARTE A ALCANZARLO.

Nota. Elaborado por la autora en Canvas

**Figura 61**

*Segundo tríptico empresarial GLOMES*



**GLOMES**

## ¿Quiénes somos?

**MISIÓN**

Nuestra misión es representar seguridad y confianza al momento de prestar de nuestros servicios con personal altamente calificado, ofreciendo experiencias inolvidables con el único fin de superar siempre las expectativas de los turistas o clientes en cada aventura.

**VISIÓN**

"GLOMES Travel Tours", se consolidará en 5 años como la mejor operadora de turismo de aventura a nivel nacional por la confianza y seguridad en cada uno de los servicios brindados, ofreciendo siempre productos innovadores y demostrando siempre el compromiso de responsabilidad social, ambiental y económico

**OFRECEMOS**

Paquetes turísticos especializados en deportes extremos dentro de la ciudad de Ibarra, con nuevos atractivos por conocer, buscando satisfacer las necesidades de cada uno de nuestros visitantes con servicios de excelencia!

**PODEMOS PLANEAR TU PRÓXIMA AVENTURA O ESCAPADA RELAJANTE.**

**Viaja con sólo \$22**

Nota. Elaborado por la autora en Canvas

## Cupones de descuento

La empresa GLOMES hace uso de cupones de descuento para la actividad de la tarabita, tomando en cuenta que son asignadas en ciertos casos como obsequios en eventos a los cuales GLOMES participa como invitado o patrocina a la carrera de turismo en sus eventos académicos de la Universidad Técnica del Norte.

**Figura 62**

*Cupón de descuento del 30%*



*Nota. Elaborado por la autora en Kriadl*

**Figura 63**

*Cupón de descuento del 40%*



*Nota. Elaborado por la autora en Kriadl*

**Figura 64**

*Cupón de descuento del 60%*



*Nota.* Elaborado por la autora en Kriadl

### **Tarjeta de presentación**

La tarjeta permite crear una buena imagen de la operadora GLOMES, siendo éstas entregadas cuando los clientes visiten las oficinas, hagan uso de las actividades programadas o en caso de asistir algún evento con el único objetivo de dar información concreta para que los usuarios puedan contactarse.

**Figura 65**

*Tarjeta de presentación Empresarial*



*Nota.* Elaborado por la autora en Kriadl

**Figura 66**

*Tarjeta de presentación personal*



*Nota.* Elaborado por la autora en Kriadl

### **Tarjetas de fidelización de clientes**

Son usados para la fidelización de clientes haciendo descuentos o un trato exclusivo con los productos y servicios que ofrece la operadora GLOMES como se presenta a continuación con tres tipos de tarjeta Iber, Plus, Platino que funciona bajo la acumulación de puntos estos son definidos de acuerdo con el consumo que haya tenido el cliente y este sea premiado por la empresa.

### **Tarjeta Platino**

Para que los clientes accedan a este tipo de tarjeta de fidelización deben alcanzar 200 puntos que viene a significar 10 consumos en la actividad de la tarabita suma 50 puntos.

**Figura 67**

*Tarjeta PLATINO*



*Nota.* Elaborado por la autora en Kriadl



## Tarjeta PLUS

Para que los clientes accedan a este tipo de tarjeta de fidelización deben alcanzar 20 puntos que viene a significar 20 consumos en la actividad de la tarabita suma 5 puntos.

Figura 68

*Tarjeta PLUS*



Nota. Elaborado por la autora en Kriadl

## Tarjeta IBER

Para que los clientes accedan a este tipo de tarjeta de fidelización deben alcanzar 50 puntos que viene a significar 25 consumos en la actividad de la tarabita suma 4 puntos.

Figura 69

*Tarjeta IBER*



Nota. Elaborado por la autora en Kriadl

#### 4.4.4. Promoción

Se ha diseñado varios accesorios como uniformes, brazaletes, tomatodos y cascos publicitarios como se presenta a continuación, los mismo que da realce a la empresa.

**Figura 70**

*Uniformes establecidos para el personal colaborativo de la empresa*



Nota. Elaborados por la autora en la aplicación T Shirt Design

**Figura 71**

*Accesorios*



Nota. Elaborado por la autora

**Figura 72**

*Credenciales del personal*



*Nota.* Elaborado por la autora mediante la aplicación Free Card Maker

## CAPÍTULO V: ESTUDIO AMBIENTAL

Se ha considerado fundamental la evaluación ambiental del presente proyecto, los cuales permite identificar los posibles impactos negativos y positivos que tiene la operadora, y de esta manera tomar acciones correctivas si así lo amerita como alternativas de mitigación, prevención, compensación y al final presentar un proyecto enfocado en la sostenibilidad.

### 5.1. Descripción de las acciones del emprendimiento

A continuación, se enlista las diferentes acciones que dentro de la operatividad se realiza el antes y después de presidir de los servicios.

**Tabla 41**

*Acciones de instalación*

	<b>ACCIONES</b>	<b>POSITIVO</b>	<b>NEGATIVO</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL IMPACTO</b>
<b>ETAPA DE CONSTRUCCIÓN</b>	<b>Contratación del personal</b>	Generación de empleo	Generación de residuos	Personal para la construcción y adecuaciones
	<b>Implementación de zona de canyoning</b>	Áreas de pernoctación al aire libre Diversificar la oferta Generación de empleo	Perturbación de especies Remoción del suelo Generación de residuos Pérdida de cobertura vegetal	Se adecua zonas para realizar la actividad de canyoning.

				Daño al ecosistema acuático	
<b>Instalación de oficinas</b>	<b>de</b>	Generación de empleo Facilidad de información turística	Generación de residuos Generación de ruidos Vibraciones	Generación de Oficinas y entrega de información y servicios adquiridos	
<b>Instalación de la tarabita</b>	<b>de</b>	Generación de empleo Oferta promocional turística	Generación de residuos Generación de ruido Pérdida de la cobertura vegetal Contaminación visual Alteración de hábitats de fauna	Generación de Servicio de tarabita	
<b>Uso de maquinaria</b>	<b>de</b>	Generación de empleo Mejoras del atractivo	Ruidos y vibraciones Desgaste del suelo	Maquinaria para el transporte de construcción	

*Nota.* Elaborado por la autora

**Tabla 42**

*Acciones para el emprendimiento*

<b>ETAPA DE OPERACIÓN</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>POSITIVOS</b>	<b>NEGATIVOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL IMPACTO</b>
	<b>Atención al cliente</b>	<b>al</b>	Generación de empleo	de Generación de residuos

<b>Promoción turística</b>			Generación de ruido Migración de especies	Se realiza un vídeo promocional con Go Pro-7
<b>Circulación vehicular</b>	Incidencia en servicio	en	Genera ruido Altera el paisaje	Para llegar a los espacios naturales dónde se realiza las actividades se hace uso de un bus y una chiva.
<b>Servicio de canyoning</b>	Generación de empleo (parcialmente)	de	Generación de ruido Molestias en la fauna Recolección de sp florísticas Abandono de desperdicios	La operadora para el servicio de canyoning cuenta con 10 equipos siendo el número máximo.
<b>Servicio de rafting</b>	Generación de empleo (parcialmente) Desarrollo local	de	Afectación de la vegetación en las orillas del río. Deterioro del ecosistema acuático.	Para el servicio de rafting la operadora cuenta con 5 equipos.
<b>Servicio de la tarabita</b>	Generación de empleo (parcialmente)	de	Alteración del paisaje Erosión del suelo	Se encuentra la tarabita que presta el servicio que cruza la laguna

			Perdida de de cobertura vegetal	de Yahuarcocha.
			Generación de ruido	
<b>Servicio de guianza</b>	de	Generación de empleo Dinamización económica Posicionamiento del atractivo	Perturbación de especies Erosión del suelo Generación de ruidos	Se cuenta con guías especializados en deportes de aventura.
<b>Servicio de alimentación</b>	de	Generación de empleo Contratación a proveedores		Se brinda alimentación en restaurantes de la misma localidad
<b>Mantenimiento</b>		Calidad del servicio	Remoción del suelo Perturbación de especies	Se contrata el servicio de mantenimiento ocasional para las diferentes áreas

*Nota.* Elaborado por la autora

### 5.1.1. Factores ambientales para interrelacionar en el EIA

**Tabla 43**

*Factores ambientales*

<b>Factores ambientales</b>	<b>Componente</b>
<b>Abiótico</b>	Aire
	Agua
	Suelo
<b>Biótico</b>	Lacustre

	Terrestre
	Procesos ecosistémicos
<b>Medio Perceptual</b>	Paisaje
<b>Medio Socio económico</b>	Cultural
	Demográfico
	Social
	Económico

*Nota.* Elaborado por la autora

### **5.1.2. Descripción del método de EIA a aplicar**

Dentro del proceso de evaluación de un proyecto por implementar es indispensable realizar una evaluación de impacto ambiental el mismo que permite determinar si este es factible en la parte social, ambiental y económica, con el único fin de identificar si las acciones propuestas se convierten en impactos positivos o negativos, para posterior a esto determinar un plan de manejo ambiental correctivo. Por ello se ha llegado a la resolución de aplicar el método EIA de Leopold modificado mismo que es:

Uno de los primeros métodos sistemáticos de evaluación de impactos ambientales, es la matriz de Leopold, fue diseñada para la evaluación de impactos asociados con casi cualquier tipo de proyectos de construcción. Es importante como precursor de trabajos posteriores y porque su método a menudo es utilizado para el análisis de impactos ambientales en una primera instancia, o sea, para la evaluación preliminar de los impactos que puedan derivarse de ciertos proyectos. (Ramos, 2004)

### **5.1.3. Criterios y ponderaciones para evaluar los impactos**

**Tabla 44**

*Criterios y ponderaciones para evaluar los impactos*

<b>Criterio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Grado</b>	<b>Valor</b>
-----------------	--------------------	--------------	--------------



<b>Carácter (CA)</b>	Cuando la acción puede catalogarse como benéfico o perjudicial.	Positivo (+) Negativo (-)	
<b>Magnitud (MG)</b>	Intensidad o grado de incidencia de una acción que produce sobre un factor ambiental.	Baja Media Alta Muy alta	1 3 6 12
<b>Cobertura (CO)</b>	Tiene en cuenta la superficie espacial en donde se desarrolla esa acción en especial y la influencia del efecto en el entorno del proyecto.	Puntual Parcial Local Regional	1 3 6 12
<b>Plazo de manifestación (PM)</b>	Hace referencia al tiempo que transcurre entre la acción y el efecto.	Largo plazo Mediano plazo Inmediato Crítico	1 3 6 12
<b>Duración (DR)</b>	Hace referencia a la escala temporal en la que actúa un efecto.	Fugaz Temporal Permanente	1 6 12
<b>Reversibilidad (RV)</b>	Tiene en cuenta la posibilidad, dificultad o imposibilidad de que un factor vuelva al estado inicial.	Corto plazo Mediano plazo Irreversible	1 6 12
<b>Recuperabilidad (RC)</b>	La posibilidad de reconstrucción parcial o total del factor afectado.	Inmediato Mediano plazo Irrecuperable	1 6 12
<b>Periodicidad (PE)</b>	Se refiere a la manifestación de un efecto.	Irregular Periódico Continuo	1 6 12
<b>Tendencia (TE)</b>	Cuando el incremento es progresivo para la manifestación del efecto.	Simple Acumulativo	1 8

<b>Tipo (TI)</b>	La relación causa – efecto Indirecto	1
	mediante una acción Directo	8

determinada.

*Nota.* Elaborado por la autora en base al documento del MsC. Santiago Falcón

## Valoración de los impactos

**Tabla 45**

*Valoración de los impactos*

<b>Escala de valores</b>	<b>Clase de efecto</b>	<b>Definición</b>	<b>Trama/ Semaforización</b>
<b>0-25</b>	Compatible	Son generalmente de baja intensidad reversibles en el corto plazo. El manejo recomendado es control y prevención.	<b>Verde</b>
<b>25-50</b>	Moderado	Son impactos generalmente de intensidad media o alta, reversibles en el mediano plazo y recuperable en el mediano plazo. Las medidas de manejo son de control, prevención y mitigación.	<b>Amarillo</b>
<b>50-75</b>	Crítico	Son generalmente de intensidad alta o muy alta, persistentes, reversibles en el mediano plazo. Las medidas de manejo son de control, prevención, mitigación y hasta compensación.	<b>Rojo</b>

<b>75-100</b>	Severo	Son generalmente de intensidad muy alta o total, extensión local e irreversibles (>10 años). Para su manejo se requieren medidas de control, prevención, mitigación y hasta compensación.	<b>Naranja</b>
---------------	--------	---	----------------

*Nota.* Elaborado por la autora en base al documento del MsC. Santiago Falcón

5.1.4. Matriz Leopold

Tabla 46

Matriz Leopold de implementación

MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES CON LOS POSIBLES IMPACTOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN										IMPORTANCIA	
	COMPONENTE	IMPACTOS	CA	MG	CO	PM	DR	RV	RC	PE	TE	TI		TOTAL
ABIÓTICO	AIRE	Incremento de la concentración de gases y partículas en el aire	(-)	3	2	6	2	2	2	2	2	1	22	COMPATIBLE
		Incremento del nivel del ruido	(-)	4	1	6	2	1	1	1	3	2	21	COMPATIBLE
	SUELO	Cambios en las propiedades físico - químicas del suelo	(-)	6	6	6	4	4	4	6	6	6	48	MODERADO
BIÓTICO	LACUSTRE	Cambios en la comunidad íctica de los ríos, lagunas y mares intervenidos	(-)	3	3	3	8	4	4	6	4	5	40	MODERADO

		Cambio en la estructura del biotopo y biocenosis lacustre	(-)	3	3	3	6	4	5	4	3	5	36	MODERADO
	TERRESTRE	Cambios en la cobertura vegetal	(-)	8	8	6	4	3	3	4	4	4	44	MODERADO
		Muerte y desplazamiento en la fauna terrestre	0	3	4	1	2	2	3	4	5	4	28	MODERADO
	FLORA	Valoración de plantas	(+)	4	3	2	1	2	3	2	2	6	25	COMPATIBLE
	PROCESOS ECOSISTÉMICOS	Aumento sobre la presión de los recursos naturales	(-)	2	2	3	2	1	2	2	2	5	21	COMPATIBLE
MEDIO PERCEPTUAL	PAISAJE	Modificaciones del paisaje	(-)	4	4	5	8	6	5	8	6	7	53	CRITICO
	DEMOGRÁFICO	Cambios en la dinámica poblacional	(0)	3	3	2	5	6	4	2	3	4	32	MODERADO
		Modificación en la movilidad local	(0)	4	4	3	6	6	3	3	4	2	35	MODERADO
	ECONÓMICO	Cambios en el nivel de empleo	(+)											
Afectación de áreas productivas		(+)												

Nota. Elaborado por la autora

**Tabla 47**

*Matriz Leopold de operación*

MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES CON LOS POSIBLES IMPACTOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN											IMPORTANCIA
	COMPONENTE	IMPACTOS	CA	MG	CO	P M	DR	RV	RC	PE	TE	TI	TOTAL	
ABIÓTICO	AIRE	Incremento de la concentración de gases y partículas en el aire.	(-)	3	2	6	1	1	1	1	4	2	21	COMPATIBLE
		Incremento del nivel del ruido	(-)	2	2	4	1	1	3	2	3	2	20	COMPATIBLE
	AGUA	Cambios en la calidad y disponibilidad del agua	(-)	4	3	1	3	3	3	1	4	2	24	COMPATIBLE
		Alteración en la dinámica fluvial	(0)	3	3	1	2	3	3	1	2	2	20	COMPATIBLE
	SUELO	Cambios en las propiedades físico - químicas del suelo	(-)	6	2	1	2	3	3	2	3	3	25	COMPATIBLE

<b>BIÓTICO</b>	<b>LACUSTRE</b>	Cambios en la comunidad íctica de los ríos, lagunas y mares intervenidos.	(-)	4	4	1	4	3	4	2	3	2	<b>27</b>	<b>MODERADO</b>
		Cambio en la estructura del biotopo y biocenosis lacustre.	(-)	3	3	1	4	3	3	2	4	1	<b>24</b>	<b>COMPATIBLE</b>
	<b>TERRESTRE</b>	Cambios en la cobertura vegetal.	(-)	4	2	6	4	1	3	2	4	1	<b>27</b>	<b>MODERADO</b>
		Muerte y desplazamiento en la fauna terrestre.	0	2	2	3	4	2	3	3	4	1	<b>24</b>	<b>COMPATIBLE</b>
	<b>FAUNA</b>	Alteración de especies	(-)	2	2	4	3	3	3	1	3	1	<b>22</b>	<b>COMPATIBLE</b>
	<b>FLORA</b>	Valoración de plantas	(+)	3	2	4	3	1	3	1	3	1	<b>21</b>	<b>COMPATIBLE</b>
	<b>PROCESOS ECOSISTÉMICOS</b>	Aumento sobre la presión de los recursos naturales.	(-)	3	2	1	3	3	4	3	4	1	<b>24</b>	<b>COMPATIBLE</b>
<b>MEDIO PERCEPTUAL</b>	<b>PAISAJE</b>	Modificaciones del paisaje	(+)	4	2	6	3	1	2	3	2	1	<b>24</b>	<b>COMPATIBLE</b>

	<b>DEMOGRÁFICO</b>	Cambios en la dinámica poblacional	(0)		3	3	4	1	3	2	3	2	<b>21</b>	<b>COMPATIBLE</b>
		Variación en los niveles de salubridad.	(+)		2	1	1	2	3	3	3	1	<b>16</b>	<b>COMPATIBLE</b>
	<b>SOCIAL</b>	Servicio de guianza	(+)	4	2	6	1	1	1	3	1	6	<b>25</b>	<b>COMPATIBLE</b>
		Incremento en la demanda de bienes y servicios.	(+)	3	3	1	2	2	3	3	2	2	<b>21</b>	<b>COMPATIBLE</b>
		Modificación en la movilidad local.	(+)	8	2	1	3	2	3	2	3	1	<b>25</b>	<b>COMPATIBLE</b>
	<b>ECONÓMICO</b>	Cambios en el nivel de empleo	(+)											
		Afectación de áreas productivas	(+)											

Nota. Elaborado por la autora



### 5.1.5. Jerarquización de impactos positivos

**Tabla 48**

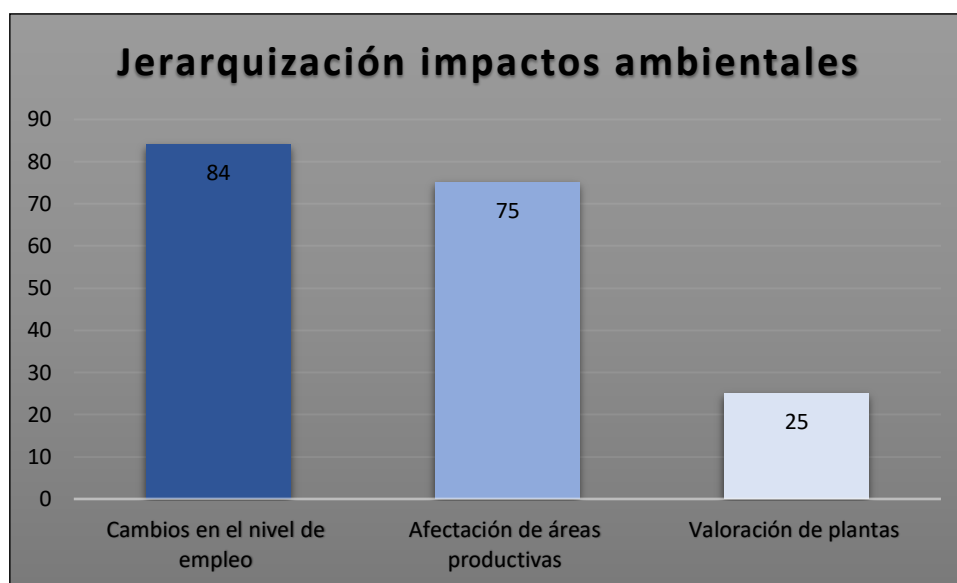
*Impactos positivos*

<b>Factores</b>	<b>Impactos ambientales</b>
<b>Cultural</b>	Cambios en el nivel de empleo
	Afectación de áreas productivas
<b>Biótico</b>	Valoración de plantas

*Nota.* Elaborado por la autora

**Figura 73**

*Ilustración de impactos positivos*



*Nota.* Elaborado por la autora

**Tabla 49**

*Impactos negativos*

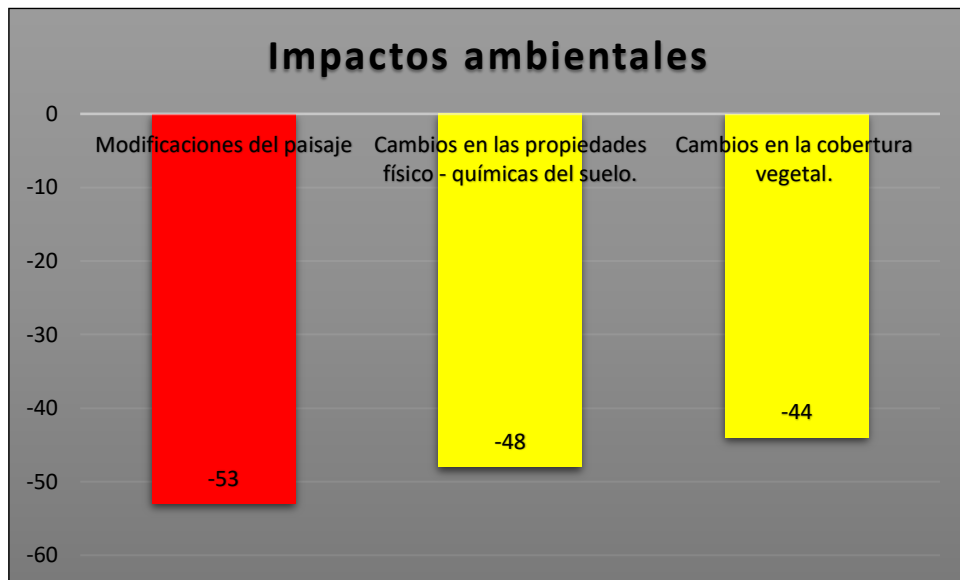
<b>Factores</b>	<b>Impactos ambientales</b>	<b>Jerarquización</b>
-----------------	-----------------------------	-----------------------

<b>Medio Perceptual</b>	Modificaciones del paisaje	53 crítico
<b>Abiótico</b>	Cambios en las propiedades físico - químicas del suelo.	48 moderado
<b>Biótico</b>	Cambios en la cobertura vegetal.	44 moderado

*Nota.* Elaborado por la autora

### Figura 74

*Ilustración de impactos negativos*



*Nota.* Elaborado por la autora

**5.1.6. Plan de manejo ambiental**

**Tabla 50**

*Plan de manejo ambiental de GLOMES*

<b>Factor ambiental</b>		<b>Impacto ambiental</b>	<b>Medidas de mitigación, compensación o prevención</b>	<b>Indicador</b>	<b>Medio de verificación</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Responsables</b>
Abiótico	Aire	Incremento de la concentración de gases y partículas en el aire  Incremento del nivel del ruido	Promocionar paquetes que incluyan el transporte  Usar las maquinarias en los horarios preestablecidos  Tapar el material de construcción  Recorrer de forma ordenada en los senderos	Señalética instalada de manera temporal (durante construcción) y permanente	Fotografías de Oficinos de instalación	\$70	Gerente
	Agua	Cambios en la calidad y disponibilidad del agua  Alteración en la dinámica fluvial	Cuenta con basureros de colores para practicar el reciclaje  Limpieza semanal de los espacios naturales ocupados para la operación	Instalación de basureros  Contratación de obreros  Políticas internas de sostenibilidad	Fotografía de Manual de políticas internas	\$270	Gerente  Obreros

			Determinar políticas internas las cuales restrinjan las actividades dañinas para los recursos				
	Suelo	Cambios en las propiedades físico - químicas del suelo	Realizar un diálogo con Itur para una previa señalización de senderos Identificar la capacidad de carga	Señalética instalada Determinación de la carga física	Fotografías Señalética	\$200	Gerente
Biótico	Lacustre	Cambios en la comunidad íctica de los ríos, lagunas y mares intervenidos  Cambio en la estructura del biotopo y biocenosis lacustre	Cuenta con basureros de colores para practicar el reciclaje Limpieza semanal de los espacios naturales ocupados para la operación Determinar políticas internas las cuales restrinjan las actividades dañinas para los recursos	Instalación de basureros Contratación de obreros Políticas internas de sostenibilidad	Fotografías Manual de políticas internas	\$270	Gerente Obreros
	Terrestre	Cambios en la cobertura vegetal  Muerte y desplazamiento en la fauna terrestre	Indicaciones a los turistas sobre el cuidado ambiental Realizar una delimitación de áreas de movilización de turistas y automóviles Informar a los turistas sobre las políticas de protección	Indicaciones a los turistas Senderos establecidos para turistas y automóviles	Fotografías Señalética Afiches	\$150	Gerente Secretaría

			Señalización de prohibición	Afiches de educación ambiental Señalética instalada			
	Fauna	Alteración de especies	Indicaciones a los turistas sobre el cuidado ambiental Realizar una delimitación de áreas de movilización de turistas y automóviles Informar a los turistas sobre las políticas de protección Señalización de prohibición	Indicaciones a los turistas Senderos establecidos para turistas y automóviles Afiches de educación ambiental Señalética instalada	Fotografías Señalética Afiches	\$150	Gerente Secretaría
Medio Perceptual	Paisaje	Modificaciones en el paisaje	Infraestructura amigable con el medio ambiente	Infraestructura sostenible	Fotografía Infraestructura	\$500	Gerente
<b>Observaciones:</b> Los precios del presente plan de manejo han sido tomado en cuenta desde el plan de inversión. <b>(\$1610)</b>							

*Nota.* Elaborado por la autora en base al plan de manejo ambiental determinado por el MINTUR

## **CAPÍTULO VI: ESTUDIO FINANCIERO**

En el presente capítulo se presenta la parte financiera del proyecto mediante ciertos puntos como flujo de efectivo con sus proyecciones, tasa de amortización, capital de trabajo, punto de equilibrio, mismos que ayudaron a determinar la efectividad en cuánto a la operatividad de la operadora.

### **6.1. Inversiones y capital de trabajo**

En cuanto a las obras civiles que se realiza dentro de la empresa se puede describir de manera general lo que se necesita para la implementación de la tarabita como dos terrenos de \$45000 en el sector de Priorato y El mirador Arcángel dónde se utiliza materiales (estructura, cemento, bloque, hierro, cables principales de acero, cable de propulsión, motor, jaula de acero, poleas, tanque de gasolina, mangueras) todo esto durante el proceso de instalación y adicionalmente el alquiler de grúas, de retroexcavadora, de camión y sobre todo la mano de obra proporcionado con los honorarios del ingeniero encargado de la obra, haciendo un total de inversión \$70460 dólares que representa casi el 60% de inversión de la operadora turística.

### **6.2. Obra civil**

A continuación, se detalla costos que se realizó para la operatividad de la operadora GLOMES de manera general, ya que en el capítulo de estudio técnico se da a conocer a profundidad por ello se muestra una tabla de resumen con los equipos, maquinaria, salarios, suministros, permisos, adecuaciones, equipos homologados, implementación de la tarabita, etc.

#### **Tabla 51**

*Gastos totales de inversión*

<b>Variables</b>	<b>Gasto</b>
Arriendo	\$550.00
Salarios	\$1,200.00
Servicios básicos	\$180.00
Suministros de oficina	\$381.00
Permisos	\$500.00
Adecuación de oficina	\$1,085.00
Mobiliario	\$1,508.00
Equipo de computo	\$3,265.00
Equipo operativo	\$550.00
Equipo rafting	\$13,935.00
Equipo canyoning	\$2,569.00
Implementación de tarabita	\$70,460.00
Gastos marketing	\$6,250.00
Otros	\$2,000.00
<b>Total</b>	<b>\$104,433.00</b>

*Nota.* Esta información ha sido tomada de las anteriores tablas definiendo la inversión que se requiere.

En cuanto al monto económico que se necesita invertir para la operadora turística se ha tomado en cuenta realizar un préstamo que cubra el 70% del total de la inversión siendo esta \$84.288,8 mediante la entidad del banco (BANECUADOR) ofrece una tasa del 10,21% de interés a 6 años plazos y el 30% restante será cubierto con recursos propios.

### **6.3. Estado de situación inicial**

El siguiente estado de situación inicial, da a conocer el estado en el que se encuentra para iniciar con la actividad comercial de GLOMES Operator Tour,

dónde se detalla cuentas como activos, pasivos y patrimonio de la empresa para su funcionamiento inicial.

**Tabla 52**

*Balance general*



**GLOMES Operator Tour**  
**BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2021**

**ACTIVO**

**PASIVO**

Activo Circulante

Pasivo Circulante

Caja	\$1.000
BANCOS	\$22.140
<b>Total, Activo Circulante</b>	<b>\$23.140,00</b>

Préstamo a BanEcuador	\$84.289
<b>Total, Pasivo Circulante</b>	<b>\$84.289</b>

Activo Fijo

Pasivo a Largo Plazo

Terrenos	\$45.000
Edificios/construcciones	\$19.280
Mobiliario y equipo	\$18.683
Maquinaria	\$5.765,00
Gastos de Instalación	\$6.390
Papelería y útiles	\$381,00
Infraestructura de publicidad	\$950
<b>Total, Activo Fijo</b>	<b>\$96.449</b>

Documentos por pagar a largo plazo	
<b>Total, Pasivo Circulante</b>	<b>\$0</b>

**SUMA DEL PASIVO \$84.289 70,07%**

**PATRIMONIO**

Otros activos

BIENES INMUEBLES	
BIENES MUEBLES	
APORTE EN EFECTIVO	\$36.000



		<b>Total, Capital contable</b>	<b>\$36.000</b>	
Rentas pagadas por anticipado				
Derechos de marca de empresa	\$700			
<b>Total, Otros Activos</b>	<b>\$700</b>	<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$36.000</b>	29,93%
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>	<b>\$120.289</b>	<b>SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$120.289</b>	100%

*Nota.* Elaborada con los conocimientos impartidos por el MsC. Oswaldo Echeverría

GLOMES Operator Tour requiere de una inversión total de \$120.288,8, de este monto se desglosa para activos circulantes \$23.140,00 que viene a corresponder el capital del trabajo para el funcionamiento de los primeros meses de la operadora, en activos fijos \$96.449,00, dónde se incluye los valores de la empresa como bienes, derechos, inversiones y la aplicación de recursos. El monto de valor de activos corresponde a la inversión de la empresa, por ello se ha estimado un monto de propiedad como lo es el capital efectivo ascendiendo a \$36.000 dólares representando el 29,93% de inversión y el restante que viene a ser \$84.289 dólares siendo el 70,07% mismo que es adquirido mediante un préstamo bancario a BANECUADOR.

#### 6.4. Tabla de amortización

El financiamiento para la operadora asciende a un monto de \$84.289,00 dólares, mismo que es adquirido mediante un préstamo bancario en la entidad BANECUADOR a través de su programa de crédito microemprendimientos en el cual se puede acceder hasta \$150.000,00, pero GLOMES hace un préstamo para 6 años la suma ya antes mencionada, con una tasa de interés del 10,21%, con una tasa mensual de 0,85%, dónde cada mes se realiza un pagó de \$1.570,46 dólares.

**Tabla 53**

*Pago mensual de GLOMES*

<b>Plazo</b>	<b>72</b>
<b>Monto</b>	<b>84.289</b>
<b>Tasa anual</b>	<b>10,21%</b>
<b>Tasa mensual</b>	<b>0,85%</b>
<b>Pago mensual</b>	<b>\$1.570,46</b>

*Nota.* Elaborada con los conocimientos impartidos por el MsC. Oswaldo Echeverría

### **6.5. Flujo de efectivo**

El flujo que se identifica a continuación da a conocer los desembolsos con relación a los ingresos que establece la operadora y con ello las ventas proyectadas de cada mes, cada año que se realiza con cada uno de los paquetes a ofertar, por otro lado, se detalla los egresos (permisos, publicidad, arriendo, sueldos y décimos, pago del préstamo, etc., que se necesita para iniciar con la operación del presente proyecto.

**Figura 75**

*Flujo año 1*

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1																		
INGRESOS	Precio	Unid a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL	UNIDADES VENDIDAS		
			65%	100%	80%	80%	100%	80%	100%	100%	80%	80%	100%	100%				
Paquete N°1 Yahuarcocha	\$ 24,00	90	\$ 1.404,00	\$ 2.160,00	\$ 1.728,00	\$ 1.728,00	\$ 2.160,00	\$ 1.728,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 1.728,00	\$ 1.728,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	23004	958,5		
Paquete N°2 Cascadas La Esperanza	\$ 23,00	90	\$ 1.345,50	\$ 2.070,00	\$ 1.656,00	\$ 1.656,00	\$ 2.070,00	\$ 1.656,00	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00	\$ 1.656,00	\$ 1.656,00	\$ 2.070,00	\$ 2.070,00	22045,5	958,5		
Paquete N°3 Orillas del Río Chota	\$ 24,00	45	\$ 702,00	\$ 1.080,00	\$ 864,00	\$ 864,00	\$ 1.080,00	\$ 864,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	\$ 864,00	\$ 864,00	\$ 1.080,00	\$ 1.080,00	11502	479,25		
Paquete N°4 Tarabita en Yahuarcocha	\$ 22,00	150	\$ 2.145,00	\$ 3.300,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 3.300,00	\$ 2.640,00	\$ 3.300,00	\$ 3.300,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 3.300,00	\$ 3.300,00	35145	1597,5		
Actividad de tarabita	\$ 4,00	2240	\$ 5.824,00	\$ 8.960,00	\$ 7.168,00	\$ 7.168,00	\$ 8.960,00	\$ 7.168,00	\$ 8.960,00	\$ 8.960,00	\$ 7.168,00	\$ 7.168,00	\$ 8.960,00	\$ 8.960,00	95424	23856		
<b>TOTAL INGRESOS</b>			<b>11420,5</b>	<b>17570</b>	<b>\$14.056,00</b>	<b>14056,00</b>	<b>17570</b>	<b>14056</b>	<b>17570</b>	<b>17570</b>	<b>14056</b>	<b>14056</b>	<b>17570</b>	<b>17570</b>	<b>187120,5</b>			
<b>EGRESOS</b>																		
Costo Paquete N°1	\$ 19,17		\$ 1.121,45	\$ 1.725,30	\$ 1.380,24	\$ 1.380,24	\$ 1.725,30	\$ 1.380,24	\$ 1.725,30	\$ 1.725,30	\$ 1.380,24	\$ 1.380,24	\$ 1.725,30	\$ 1.725,30	18374,445	V		18374,445
Costo Paquete N°2	\$ 18,17		\$ 1.062,95	\$ 1.635,30	\$ 1.308,24	\$ 1.308,24	\$ 1.635,30	\$ 1.308,24	\$ 1.635,30	\$ 1.635,30	\$ 1.308,24	\$ 1.308,24	\$ 1.635,30	\$ 1.635,30	17415,945	V		17415,945
Costo Paquete N°3	\$ 19,17		\$ 560,72	\$ 862,65	\$ 690,12	\$ 690,12	\$ 862,65	\$ 690,12	\$ 862,65	\$ 862,65	\$ 690,12	\$ 690,12	\$ 862,65	\$ 862,65	9187,2225	V		9187,2225
Costo Paquete N°4	\$ 17,67		\$ 1.722,83	\$ 2.650,50	\$ 2.120,40	\$ 2.120,40	\$ 2.650,50	\$ 2.120,40	\$ 2.650,50	\$ 2.650,50	\$ 2.120,40	\$ 2.120,40	\$ 2.650,50	\$ 2.650,50	28227,825	V		28227,825
Costo actividad de Tarabita	\$ 2,50		\$ 1.456,00	\$ 2.240,00	\$ 1.792,00	\$ 1.792,00	\$ 2.240,00	\$ 1.792,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	\$ 1.792,00	\$ 1.792,00	\$ 2.240,00	\$ 2.240,00	23856	f		23856
Sueldos y salarios			\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	9600	F		9600
Decimos										\$ 1.275,00				\$ 1.275,00	2550	F		2550
Permisos							\$ 450,00								450	F		450
Impuestos			\$ 815,75	\$ 1.255,00	\$ 1.004,00	\$ 1.004,00	\$ 1.255,00	\$ 1.004,00	\$ 1.255,00	\$ 1.255,00	\$ 1.004,00	\$ 1.004,00	\$ 1.255,00	\$ 1.255,00	13365,75			
Publicidad			\$ 300,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	850	F		850
Servicios Básicos			\$ 182,00	\$ 182,00	\$ 182,00	\$ 182,00	\$ 182,00	\$ 182,00	\$ 182,00	\$ 182,00	\$ 182,00	\$ 182,00	\$ 182,00	\$ 182,00	2184	F		2184
PAG DE PRESTAMO			\$1.570,46	\$1.570,46	\$1.570,46	\$1.570,46	\$1.570,46	\$1.570,46	\$1.570,46	\$1.570,46	\$1.570,46	\$1.570,46	\$1.570,46	\$1.570,46	18845,53802			
<b>TOTAL EGRESOS</b>			<b>9592,15</b>	<b>12971,21</b>	<b>10897,46</b>	<b>10897,46</b>	<b>12971,21</b>	<b>11347,46</b>	<b>12971,21</b>	<b>14246,21</b>	<b>10897,46</b>	<b>10897,46</b>	<b>12971,21</b>	<b>14246,21</b>	<b>144906,7255</b>		<b>39490</b>	<b>73205,4375</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>			<b>1828,35</b>	<b>4598,79</b>	<b>3158,54</b>	<b>3158,54</b>	<b>4598,79</b>	<b>2708,54</b>	<b>4598,79</b>	<b>3323,79</b>	<b>3158,54</b>	<b>3158,54</b>	<b>4598,79</b>	<b>3323,79</b>				
<b>FLUJO ACUMULADO</b>			<b>1828,35</b>	<b>6427,14</b>	<b>9585,68</b>	<b>12744,22</b>	<b>17343,00</b>	<b>20051,54</b>	<b>24650,33</b>	<b>27974,12</b>	<b>31132,66</b>	<b>34291,20</b>	<b>38889,99</b>	<b>42213,77</b>	<b>42213,77</b>			

*Nota.* Elaborada con los conocimientos impartidos por el MsC. Oswaldo Echeverría

Para la cuantificación del flujo del año uno se tiene como rubros de ingresos de cinco productos, cuatro corresponden a paquetes turísticos y uno corresponde a la actividad de la tarabita estos productos se han determinado respondiendo a las posibilidades de consumo del mercado. El paquete N°1 denominado Yahuarcocha tiene un precio de \$24 y una posibilidad de venta de 90 unidades al mes, el paquete N°2 denominado Cascadas la Esperanza tiene un precio de \$23 con una posibilidad de venta de hasta 90 unidades al mes, el paquete N°3 denominado Orillas del Río Chota tiene un precio de \$24 con una posibilidad de venta de hasta 45 unidades al mes, el paquete N°4 denominado Tarabita en Yahuarcocha tiene un precio de \$22 dólares con una posibilidad de venta hasta 150 unidades al mes; y el producto cinco correspondiente a la actividad de tarabita que tiene un precio de \$4 dólares por persona y una posibilidad de venta 2240 unidades al mes.

Los meses de mayor afluencia se considera febrero, mayo, julio, agosto, noviembre y diciembre de los cuales se contempla una posibilidad del 100% del volumen de unidades descrito; los meses considerados de mediano movimiento son marzo, abril, junio, septiembre y octubre que se contempla una posibilidad de movimiento del 80% del volumen de unidades a la venta; y el mes de menor funcionamiento se contempla al mes de enero con una posibilidad de movimiento del 65% de los descrito de las unidades a la venta.

Por otro lado, en los egresos se contempla en primer lugar los costos de producción de los productos, de los cuales se realizaron valoraciones individuales de los rubros que genera la entrega del producto, es así como para el caso del paquete N°1 el costo de producción asciende al 79,87%, para el paquete dos asciende al 79%, el paquete tres de 79,87%, el paquete cuatro asciende a 80,31% y la actividad de la tarabita asciende al 62,50%.

Los gastos adicionales que genera el negocio corresponden a el salario bajo relación de dependencia de tres empleados, décimos correspondientes en los meses de agosto y diciembre, el pago de impuesto por permisos de

funcionamientos, los egresos por el pago del IVA, el gasto por publicidad tanto la inversión inicial de la construcción de comercialización como el gasto mensual por mantenimiento de la comunicación promocional, así también se contempla el servicio básico que asciende un pago mensual de \$182 dólares y finalmente el egreso del pago del préstamo que asciende un pago mensual de \$1.570,46 dólares.

Estos movimientos de flujo mensuales de todo el año generan un total de ingresos de \$187.120,5 dólares y un total de egresos \$144.906,73 dólares y un flujo anual de \$42.213,77 dólares.

## 6.6. Flujo proyectado a 5 años

Luego de los datos totalizados en el flujo del primer año de GLOMES Operator Tour se ha realizado una proyección a 5 años que determina la siguiente información.

## 6.7. Costo de capital

El valor de inversión es de \$120.288,8 de los cuáles se ha dividido en dos como lo es el capital propio que representa el 30% y el financiamiento que viene a ser el 70%, este valor monetario se tiene planificado adquirir con BanEcuador en su programa de crédito del 10,21%. Para determinar el costo de capital se toma la tasa pasiva del capital propio, una vez identificado estos datos se determina la inversión total con un costo de 8,79%.

**Tabla 54**

*Costo de capital*

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL					
	Valores	Participación	Interés	Equivalencia	Costo de capital de la inversión
Inversión	120288,8	100%		8,79%	<b>8,79%</b>

<b>Impuesto a la renta</b>					<b>0%</b>
<b>Capital propio</b>	36000	30%	5,47%		1,64%
<b>Financiamiento</b>	84288,8	70%	10,21%		7,15%

Nota. Elaborada con los conocimientos impartidos por el MsC. Oswaldo Echeverría

## 6.8. Flujo económico proyectado

Los resultados del año uno los ingresos ascienden a \$187.120,5, los egresos son de \$144.906,73 se tiene un flujo favorable de \$42.213,77. Para la proyección de datos en un ejercicio de 5 años se establece que el porcentaje de crecimiento será del 6,04% anual, tomado como referencia el historial de inflación de los últimos 6 años que es del 5%, más el 1,04% por el posicionamiento del producto en el mercado.

Con estas consideraciones ejercicio de proyección, en el 5 año arroja unos ingresos por \$ 236.592,10, los egresos por \$183.217,69 y un flujo de efectivo de \$53.374,40, y dónde permite obtener un flujo acumulado por \$238.153,089.

**Tabla 55**

*Flujo proyectado a 5 años*

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
<b>Ingresos</b>	187120,5	198422,578	210407,30	223115,903	236592,10
<b>Egresos</b>	144906,73	153659,091	162940,10	172781,683	183217,69
Flujo de caja	42213,774	44763,4864	47467,201	50334,2199	53374,406
	-120288,8	42213,774	44763,4864	47467,201	50334,2199
	42213,774	86977,2609	134444,46	184778,682	238153,08

Nota. Elaborada con los conocimientos impartidos por el MsC. Oswaldo Echeverría

## 6.9. Cálculo de la tasa interna de retorno

El valor correspondiente a la inversión es de \$120.288,8 dólares dónde el costo de capital representa el 8,79%, el cuál es superado con el flujo de efectivo al tercer año con un monto de \$134.444,46, posterior a ello se aplica la fórmula para la tasa interna de retorno obteniendo el 26,75%, determinando que el proyecto es rentable a partir del tercer año.

**Tabla 56**

*Tasa interna de retorno*

Incremento anual	6,04%
Costo de capital	8,79%
Inversión	120288,8
VAN	64155,27
TIR	26,75%

*Nota.* Elaborada con los conocimientos impartidos por el MsC. Oswaldo Echeverría

## 6.10. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta que permite identificar en que año la empresa ni gana ni pierde de manera estratégica, siendo esta información fundamental para la toma de decisiones de la empresa en cuanto a los recursos. Es decir, GLOMES recupera la inversión designada de \$120.288,8 dólares en el tercer año de operatividad, para determinar este punto se ha tomado en cuenta la siguiente información.

### **Producto N°1:**

El total de unidades que se venderá viene a ser de 270 con un 3,44% de participación, el precio unitario es de \$24, del cual se establece un costo unitario de \$20,41, teniendo un \$3,59 margen de contribución y a esto finalmente se le suma el punto de equilibrio que es 2.728 unidades.

**Producto N°2:**

El total de unidades que se vende viene a ser de 270 con un 3,44% de participación, el precio unitario es de \$23, del cual se establece un costo unitario de \$19,35, teniendo un \$3,65 margen de contribución y a esto finalmente se le suma el punto de equilibrio que es 2.728 unidades.

**Producto N°3:**

El total de unidades que se vende viene a ser de 135 con un 1,72% de participación, el precio unitario es de \$24, del cual se establece un costo unitario de \$20,41, teniendo un \$3,59 margen de contribución y a esto finalmente se le suma el punto de equilibrio que es 1.364 unidades.

**Producto N°4:**

El total de unidades que se vende viene a ser de 450 con un 5,74% de participación, el precio unitario es de \$22, del cual se establece un costo unitario de \$18,81, teniendo un \$3,19 margen de contribución y a esto finalmente se le suma el punto de equilibrio que es 4.546 unidades.

**Producto N°5:**

El total de unidades que se vende viene a ser de 6.720 con un 85,66% de participación, el precio unitario es de \$4, del cual se establece un costo unitario de \$1,06, teniendo un \$2,94 margen de contribución y a esto finalmente se le suma el punto de equilibrio que es 67.894 unidades.

**Tabla 57**

*Punto de equilibrio*





Año estimado punto equilibrio					3
	Paquete N°1	Paquete N°2	Paquete N°3	Paquete N°4	Actividad de Tarabita
Unidades vendidas en el período	270	270	135	450	6.720
Total, unidades		<b>7.845</b>			
% Participación/producto vendido	<b>3,44%</b>	<b>3,44%</b>	<b>1,72%</b>	<b>5,74%</b>	<b>85,66%</b>
Precio venta unitario	\$24	\$23	\$24	\$22	\$4
Costo venta unitario	\$20,41	\$19,35	\$20,41	\$18,81	\$1,06
Precio promedio ponderado		<b>\$6,72</b>			
Costo promedio ponderado		<b>\$3,71</b>			
Costo fijo del período		<b>\$115.620</b>			
Inversión		<b>\$120.289</b>			
Margen de contribución	<b>\$3,59</b>	<b>\$3,65</b>	<b>\$3,59</b>	<b>\$3,19</b>	<b>\$2,94</b>
Margen contribución ponderado		<b>\$3,01</b>			
Punto de equilibrio en unidades		<b>78.314</b>			
Punto equilibrio por ingresos		<b>\$526.188</b>			
Punto equilibrio producto / unidades	<b>2.728</b>	<b>2.728</b>	<b>1.364</b>	<b>4.546</b>	<b>67.894</b>

Punto equilibrio					
producto / dólares	\$65.469	\$62.742	\$32.735	\$100.023	\$271.577

Nota. Elaborada con los conocimientos impartidos por el MsC. Oswaldo Echeverría

En la siguiente ilustración se puede observar con determinación el cruce de las variables, donde la línea azul representa las unidades vendidas, y la línea amarilla es el costo total dando como resultado el punto de equilibrio, por ello para la utilidad positiva de empresa se evidenciará a partir de dicho punto.

**Figura 76**

*Alcance del punto de equilibrio*



Nota. Elaborada con los conocimientos impartidos por el MsC. Oswaldo Echeverría

Finalmente, en la gráfica el cruce de las variables de ingresos y costos en el que alcanza el punto de equilibrio cuando se supere la cantidad de ingresos del punto 80 de las unidades vendidas, siendo este el valor de \$530.795,41 dólares, en el que se tiene un total de costos variables por \$292.821,13 y costos fijos por \$238.758,80.

## CONCLUSIONES

- ✚ La ciudad de Ibarra cuenta con un gran potencial turístico sin aprovechar que podría favorecer a sus habitantes, todo esto debido al desconocimiento y por la falta de apoyo a proyectos turísticos ya que no es vista como una fuente potencial económica, para ello se realizó un inventario de atractivos más representativos con el único fin de identificar su ubicación, estado de conservación, infraestructura turística, accesibilidad, jerarquización y servicios turísticos. Por otra parte, dentro del factor socioeconómico se ha verificado varias falencias en cuanto a los servicios básicos, señalética y señalización afectando de manera directa al turismo dentro del cantón, otro motivo que se suma viene hacer el nivel socioeconómico medio bajo de la mayoría de la población y con ello la necesidad de generar ingresos por turismo mediante actividades de recreación.
- ✚ GLOMES ha identificado una aceptabilidad muy alta según las encuestas realizadas, considerando al perfil de turista como los que adquirirá los servicios de paquetes turísticos con actividades extremas en una edad promedio de 18 a 35 años con un nivel socioeconómico Medio-alto, en cuánto a al monto de gasto por día en sus viajes no supera de entre los \$20- \$30 dólares dónde van acompañados por amigos, familiares, con preferencia al turismo de naturaleza, además de esta información se identificó 5 establecimientos de agencias turísticas que brindan servicios similares, pero diferentes debido a los precios, ofertas y sobre todo de recursos naturales que hacen promoción en este caso el fuerte de la operadora será el aprovechamiento de los recursos del cantón y la implementación de áreas de recreación llenas de adrenalina.
- ✚ Se ha determinado ciertas características como el diseño de los paquetes turísticos con enfoque a las actividades extremas dónde su capacidad no sobrepasará de 30 px por paquete y con ello contar con personal capacitado para cada área que requiere la empresa para su

funcionamiento, de acuerdo con las necesidades del turista se incorporó la filosofía empresarial encaminada al cuidado de la naturaleza. Dentro de ello se identificó la ubicación en oficinas arrendadas en la zona de Yahuarcocha y espacio propios para la implementación de la tarabita con una capacidad máxima de 8 px por viaje.

- ✚ Luego de la evaluación de impactos ambientales con la matriz Leopold modificada se identificó que el impacto negativo que más afectará será la modificación del paisaje con la implementación de la tarabita, pero para ello se ha tomado estrategias que se presentan en el plan de mitigación que sea adecuada la infraestructura al paisaje natural, pero también hay que rescatar ciertos impactos positivos que contribuyen a la sociedad, y al entorno natural como la generación de empleo, incremento a las áreas productivas y con ello el incremento de una mejor calidad de vida.
- ✚ Según los resultados que refleja la evaluación económica-financiera el proyecto es factible, considerando la inversión de \$120.288,8 mismas que será recuperada en el tercer año según el punto de equilibrio. Por tanto, se considera que en el año 1 se tendrá un total de ingresos de \$187.120,5 dólares y egresos de \$144.906,73 dólares, con un costo de capital del 8,79%, el VAN de \$64.155,27 y TIR de 26,75%. Esto da como resultado la implementación del proyecto en dónde se ejecutará gracias al aporte de financiamiento bancario y recursos propios.
- ✚ La información recopilada en las encuestas permitió establecer las estrategias de difusión y comercialización dando como resultado la creación de una página web oficial misma que tendrá acceso directo a las redes sociales para facilitar la comunicación e interacción entre el cliente y el operador, también se hace uso de accesorios con nombramiento de la marca como (tarjetas de fidelización, tarjetas de presentación, tomatodos, señalética, uniformes, etc.). Todo lo mencionado con

anterioridad permitirá la comercialización eficiente y eficaz de los servicios y productos que ofrece la operadora GLOMES.

## RECOMENDACIONES

- ✚ Pese a que el cantón Ibarra cuenta con la variabilidad de atractivos turísticos es fundamental que por parte de las autoridades se motive al trabajo en proyectos turísticos, la ciudadanía sea capacitada para el desarrollo del turismo, algo también importante es el inventario de atractivos actualizados por la entidad correspondiente, y con ello la implementación de la señalización y señalética, dónde la accesibilidad sea reconstruida para los senderos.
- ✚ Luego de proceso de identificación del perfil del turista se recomienda realizar estudios de manera constante, dónde la disposición de información sea accesible y actualizada dentro de un sistema de datos públicos que permitan conocer a ciencia cierta las nuevas características del turista al que los proyectos turísticos se enfocarían.
- ✚ Los proyectos turísticos que operan en la ciudad de Ibarra como agencias u operadoras de viajes han dejado de lado las verdaderas necesidades del turista, haciendo que sus paquetes no sean de mayor diferencia con la competencia, ya que se han enfocado en atractivos que están fuera de la ciudad, por ello es recomendable que las empresas estén en constante capacitación e investigación para así aprovechar los recursos naturales por ofertar al turista, incentivando a que Ibarra deje de ser una ciudad de paso.
- ✚ Es importante que el emprendedor tome en cuenta los pros y los contra antes, durante y después de la implementación del proyecto para así evitar futuras pérdidas, por ello es recomendable que los recursos económicos sean utilizados de manera responsable tratando de

aprovechar el talento humano que tiene y que permite la reducción de gastos innecesarios.

- ✚ Dentro los impactos negativos considerados, es importante que se tome en cuenta las estrategias de mitigación, prevención y compensación antes, durante y después de la implementación del proyecto tal cuál ha sido implementado en el plan de manejo ambiental, es así como se recomienda la implementación de un manual de políticas sostenibles para la empresa.
- ✚ Para el desarrollo de la mejora continua del proyecto es recomendable la capacitación de desarrollo turístico y de marketing, permitiendo que los instrumentos que ha escogido para la comercialización se posesionen dentro del mercado como un ente turístico de calidad y permita sobre todo la satisfacción de las necesidades del turista de manera eficiente y eficaz.

## BIBLIOGRAFÍA

- AIU. (2018). *SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE MERCADO META*. Recuperado de Atlantic International University : <https://cursos.aiu.edu/mercadotecnia/pdf/tema%204.pdf>
- Alex. (2020). *Que es un Operador turistico? Funciones e importancia*. Recuperado de Turismo Viajar : <https://www.turismoviajar.com/que-es-un-operador-turistico-funciones-e-importancia/>
- AMM. (2020). Recuperado de Asociación Médica Mundial: <https://www.wma.net/es/policies-post/declaracion-sobre-el-turismo-de-salud/>
- Branding, M. (2017). *¿Que es el Turismo de Salud?* Recuperado de Turismo de salud: <https://www.turismodesalud.cl/que-es-el-turismo-de-salud/>
- Carvajal, G., & Lemoine, F. (2018). *Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente*. Recuperado de Scielo: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-90362018000100164](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164)
- Castillo, Y. (2018). *El inventario turístico como herramienta de desarrollo turístico (Santander, Colombia)*. Recuperado de Monografía.com: <https://www.monografias.com/trabajos105/elaboracion-del-inventario-turistico-como-herramienta-desarrollo-turistico/elaboracion-del-inventario-turistico-como-herramienta-desarrollo-turistico.shtml>
- Cerdanya Wellness. (2018). *Agroturismo: definición, explicación y mucho más*. Recuperado de Eco Resort : <https://blog.cerdanyaecoresort.com/agroturismo-definicion-explicacion-y-mucho-mas/>
- CEUPE. (2020). *Características del turismo de aventura*. Recuperado de CEUPE Magazine: <https://www.ceupe.com/blog/caracteristicas-del-turismo-de-aventura.html>
- CIGET. (2018). *ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE VENTAS EN LA EMPRESA PORCINO SANTIAGO DE CUBA*. Recuperado de CIGET:

- <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1813/181358738014/html/index.html#:~:text=Las%20estrategias%20de%20comercializaci%C3%B3n%2C%20tambi%C3%A9n,las%20ventas%20o%20lograr%20una>
- Díaz, T. (2018). *Definición de Egresos*. Recuperado de Economía simple.net: <https://www.economiasimple.net/glosario/egresos#:~:text=El%20termino%20egreso%20procede%20de,cumplir%20un%20compromiso%20de%20pago>.
- Dzib, A. (2021). *¿Qué es una encuesta?* Recuperado de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>
- Echazarreta, S. (2021). *Qué es la investigación cualitativa*. Recuperado de QuestioPro: <https://www.questionpro.com/es/investigacion-cualitativa.html>
- ENAE. (2018). *Estrategias de Comercialización y E-Marketing*. Recuperado de ENAE: <https://www.enaes.es/curso/estrategias-de-comercializacion-y-e-marketing#gref>
- Enrique, F. (2019). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN; UNIDAD II*. Recuperado de UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO : <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/105291/Metodolog%C3%ADa+de+la+Investigaci%C3%B3n+Unidad+II.pdf?sequence=1>
- Escobedo, C. (2018). *Turismo de naturaleza: ¿En qué consiste y cuál es su origen?* Recuperado de Entorno turístico: <https://www.entornoturistico.com/turismo-de-naturaleza-en-que-consiste-y-cual-es-su-origen/>
- Escolme. (2017). *CONTENIDO DE LA 4TA UNIDAD PLAZA (DISTRIBUCION) Y PUBLICIDAD*. Recuperado de Escolme: [http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/fundamento/contenido\\_u4.pdf](http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/fundamento/contenido_u4.pdf)
- Feijoo, Guerrero, & García. (2017). *Marketing aplicado en el sector empresarial*. Recuperado de UTMACH: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14271/1/Cap.3->



Producto%2C%20precio%2C%20plaza%2C%20publicidad%20y%20promoci%C3%B3n.pdf

- Folgueras, P. (2016). *La Entrevista*. Recuperado de Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>
- Frank Lemoine, G. C. (2018). *Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente, Ecuador*. Recuperado de Scielo Cuba: <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v12n2/rdir07218.pdf>
- GAD Municipal de Ibarra. (2019). *Ordenanza cantonal del Plan de Gestión ambiental*. Recuperado de GAD Municipal de Ibarra: [http://documentos.ibarra.gob.ec/uploads/documentos/ORDENANZA/ORDENANZA\\_QUE\\_NORMA\\_EL\\_SISTEMA\\_CANTONAL\\_\\_DE\\_GESTION\\_AMBIENTAL\(03-12-2020\\_00\\_16\\_21\).pdf](http://documentos.ibarra.gob.ec/uploads/documentos/ORDENANZA/ORDENANZA_QUE_NORMA_EL_SISTEMA_CANTONAL__DE_GESTION_AMBIENTAL(03-12-2020_00_16_21).pdf)
- GAD Municipal de Ibarra. (2019). *Ordenanza de la Urbanización "Reflejos del Lago"*. Recuperado de GAD Municipal de Ibarra: [http://documentos.ibarra.gob.ec/uploads/documentos/ORDENANZA/ORDENANZA\\_DE\\_LA\\_URBANIZACION\\_\\_REFLEJOS\\_DEL\\_LAGO\\_\(2\)\(30-07-2019\\_16\\_55\\_49\).pdf](http://documentos.ibarra.gob.ec/uploads/documentos/ORDENANZA/ORDENANZA_DE_LA_URBANIZACION__REFLEJOS_DEL_LAGO_(2)(30-07-2019_16_55_49).pdf)
- García, C. (2016). *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Recuperado de Redalyc.org: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180747502011.pdf>
- Garzón, P. (2018). *¿Qué son los gastos en contabilidad?* Recuperado de Siigo; Software contable: <https://www.siigo.com/blog/contador/que-son-los-gastos-en-contabilidad/>
- Gascó, T. (2019). *Contabilidad; gastos*. Recuperado de NUMDEA: <https://numdea.com/gastos.html>
- González, P. (2018). *Tema 9. El Precio*. Recuperado de Dirección Comercial: [http://santamaria.webs.uvigo.es/DPSC\\_Precio.pdf](http://santamaria.webs.uvigo.es/DPSC_Precio.pdf)
- González, P. (2018). *Tema 9. El Precio*. Recuperado de Dirección Comercial: [http://santamaria.webs.uvigo.es/DPSC\\_Precio.pdf](http://santamaria.webs.uvigo.es/DPSC_Precio.pdf)
- IDT. (2019). *Turismo de Naturaleza*. Recuperado de Alcaldía Mayor de Bogotá: <http://www.bogotaturismo.gov.co/Turismo%20de%20Naturaleza>

- Irene Feijoo, J. G. (2017). *Marketing aplicado en el sector empresarial*. Recuperado de UTMACH: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14270/1/Cap.2-Segmentaci%C3%B3n%20del%20mercado.pdf>
- Macías, J. C. (2016). *GUÍA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD*. Recuperado de Repositorio Institucional Universidad Distrital José de Caldas: <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/4946/Casta%F1edaMart%EDnezJavierMauricio2016.pdf;jsessionid=7867E8933D450931359713380C9F2232?sequence=1>
- Mamani, W. (2016). *Demanda Turística*. Recuperado de Turismo- Asesores en turismo para empresas e instituciones públicas: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Martínez, C. (2017). *CAPITULO IV: Evaluación Financiera*. Recuperado de Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de economía: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/MartinezSCM/cap4.pdf>
- Martínez, J. (2018). *Tarea Final "Evaluación de Impacto Ambiental"*. Recuperado de Ingeniería Ambiental: [https://www.researchgate.net/publication/332230047\\_Impacto\\_ambiental](https://www.researchgate.net/publication/332230047_Impacto_ambiental)
- Mejía, T. (2020). *Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos*. Recuperado de Liferer: <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- MINSA. (2018). *ELABORACIÓN DEL MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES (MOF)*. Recuperado de MINSA BVS: <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/1760-2.pdf>
- MINTUR. (2016). *Operador turístico*. Recuperado de Reglamento de operación e intermediación turística: [https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Registro-establecimientos-turisticos/Agencias-viajes/Lexis\\_REGLAMENTO\\_DE\\_OPERACION\\_E\\_INTERMEDIACION\\_TURISTICA.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Registro-establecimientos-turisticos/Agencias-viajes/Lexis_REGLAMENTO_DE_OPERACION_E_INTERMEDIACION_TURISTICA.pdf)

- MINTUR. (2017). *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. Recuperado de MINTUR: [https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1\\_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017\\_2daEd.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf)
- Moral, S. (2015). *EL TURISMO DE AVENTURA: CONCEPTO, EVOLUCIÓN, CARACTERÍSTICAS Y MERCADO META*. Recuperado de Universidad de Córdoba: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/52975/moral-cuadra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Narcisa Ullauri, Natalia Rincón, & Martínez, M. (2017). *El turismo idiomático: una alternativa de desarrollo sostenible*. Recuperado de UTPL: [https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/776/pdf\\_560](https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/776/pdf_560)
- OIISD. (2021). *EIA – ¿Qué es? ¿Por qué? ¿Cómo?* Recuperado de OIISD: <https://www.iisd.org/learning/eia/es/eia-essentials/what-why-when/>
- Ortega, L., Gayosso, S., Carrizal, A., & Benitez, F. (2018). *Turismo idiomático como mecanismo de internacionalización y movilidad académica en la UAEH. Estudio de caso: español para extranjeros*. Recuperado de UAEH: <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/investigium/article/download/3365/3339?inline=1>
- Ortiz, J., & Peralta, P. (2020). *El Turismo de sol y playa: Impacto turístico en los ecosistemas de la comuna Ayangue, para mejorar la gestión de la actividad turística en la provincia de Santa Elena*. Recuperado de Revista Científica y Tecnológica UPSE: <https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/494/447>
- Palomino, B., Gasca, J., & López, G. (2016). *El turismo comunitario*. Recuperado de Universidad Autónoma del Estado: <http://ru.iiec.unam.mx/3137/1/2465-9261-1-PB.pdf>

- POPULAR. (2016). *¿QUÉ ES UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD?* Recuperado de POPULAR IMPULSA: <https://www.impulsapopular.com/gerencia/que-es-un-estudio-de-factibilidad/>
- Puga, M. (2017). *VAN y TIR*. Recuperado de Universidad Arturo Prat del Estado de Chile : [http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-van-y-tir\\_1563977885.pdf](http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-van-y-tir_1563977885.pdf)
- Ramos, A. (2004). *METODOLOGÍAS MATRICIALES DE EVALUACIÓN AMBIENTAL*. Recuperado de Universidad de San Carlos de Guatemala: [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08\\_2469\\_C.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_2469_C.pdf)
- Reino, A. d. (2015). *Operadora de turismo* . Recuperado de UPSS: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7873/6/UPS-CT004710.pdf>
- Sancho, A. (2018). *Introducción al turismo* . Recuperado de Entorno turístico: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>
- Scacco, A. (2020). *GAD Municipal de Ibarra*. Recuperado de Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Ibarra: [https://www.ibarra.gob.ec/site/docs/estrategico/PDYOT\\_2020.pdf](https://www.ibarra.gob.ec/site/docs/estrategico/PDYOT_2020.pdf)
- SEFIN . (2016). *Glosario de Términos*. Recuperado de Zacatecas gobierno del estado 2010-2016: <http://www.finanzas.gob.mx/contenido/InformacionFinanciera/AvancesDeGestion/2013/Glosario.pdf>
- Socatelli, M. (2013). *Demanda Turística*. Recuperado de InterMark : <https://ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Suazo, C. (2018). *Diagrama de flujos o flujograma* . Recuperado de Academia.edu: [https://www.academia.edu/13180020/DIAGRAMAS\\_DE\\_FLUJO\\_O\\_FLUJOGRAMAS](https://www.academia.edu/13180020/DIAGRAMAS_DE_FLUJO_O_FLUJOGRAMAS)
- Thompson, I. (2016). *Definición de Organigrama*. Recuperado de Promonegocios.net:

- <https://www.promonegocios.net/organigramas/definicion-organigramas.html>
- Thompson, I. (2019). *El Mercado Meta*. Recuperado de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/mercado/el-mercado-meta-version-pdf.pdf>
- UDLAP. (S/N). *Capítulo 2: Marco teórico*. Recuperado de Bibliotecas UDLAP: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lni/arroyo\\_g\\_dm/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/arroyo_g_dm/capitulo2.pdf)
- UNWTO. (2020). *Glosario de términos de turismo*. Recuperado de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- URBC. (2018). *Fundamentación Teórica* . Recuperado de Universidad Rafael Belloso Chacín: <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0094225/cap02.pdf>
- Villafuerte, C. (2018). *ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE FUNCIONES PARA EL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE UNA EMPRESA PÚBLICA DE SERVICIOS*. Recuperado de Psicóloga Organizacional: <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2424/1/76688.pdf>
- Zitlalimotours. (2018). *Definición de Agencia de Viajes* . Recuperado de Zitlalimotours : <https://sites.google.com/site/zitlalimotours/project-definition>
- GAD Ibarra. (2017). *Procedimientos sustantivos*. Recuperado de Gad Ibarra: [http://ibarra.gob.ec/web/docs/lotaip/a01\\_procedimientos/procedimientos\\_sustantivos.pdf](http://ibarra.gob.ec/web/docs/lotaip/a01_procedimientos/procedimientos_sustantivos.pdf)
- GAD Ibarra. (2020). *REQUISITOS PARA PAGO DE PATENTE Y ACTIVOS TOTALES OBLIGADOS A LLEVAR CONTABILIDAD Y TABLA IMPOSITIVA 2020*. Recuperado de GAD Ibarra: <https://www.ibarra.gob.ec/site/blog/2020/01/29/requisitos-para-pago-de-patente-y-activos-totales-obligados-a-llevar-contabilidad/>
- MAGMA Equipos. (2020). *Equipos de Aventura*. Recuperado de MAGMA Equipos: <https://magmaequipos.com/>
- MINTUR. (2020). *REGLAMENTO DE OPERACION TURISTICA DE*. Recuperado de LEXIS: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-OPERACION-TURISTICA-DE-AVENTURA.pdf>

PETZL. (2021). *Equipos de deportes extremos*. Recuperado de <https://petzl.com.ec/>

SIB. (2020). *Manual de Usuario Patente de Operación turística*. Recuperado de Sistema de Información de Biodiversidad: <https://sib.ambiente.gob.ec/assets/ayudas/Manual%20de%20Usuario%20Solicitudes%20de%20Patente%20Operadores%20Turisticos.pdf>

Supercias. (2017). *Constitución*. Recuperado de Supercias: [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/instructivo\\_soc.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf)

MINTUR (2021). *Turismo en cifras Ecuador*. Recuperado del Portal servicios MINTUR <https://servicios.turismo.gob.ec/8-turismo-en-cifras>

# ANEXOS

**Anexo 1.** Ficha de diagnóstico turístico del Ministerio del ambiente



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

**FICHA DE DIAGNÓSTICO PARA EMPRENDIMIENTO**

**BREVE DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO DONDE SE UBICARÁ EL EMPRENDIMIENTO**

En la provincia de Imbabura, en el cantón Ibarra se encuentra rodeada de una cadena montañosa y atractivos naturales que son de interés de los visitantes. Por su ubicación geográfica la ciudad de Ibarra es conocida como la ciudad de paso a la que siempre se vuelve en la que es caracterizada por su arquitectura patrimonial y cultural vestida de blanco.

**DATOS RELEVANTES**

LU GAR DONDE SE INSTALARÁ EL NEGOCIO	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO
Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra	221.149	113.980	51,54	107.146	48,45	77.12%	Bachilleres

**COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)**



ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES
Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	
INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)								
TRANSPORTE PÚBLICO	OFICINAS BANCARIAS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	DE	OFICINAS DE EMPRESARIAL	PÚBLICAS APOYO	POLICÍA		
Transporte cooperativo "28 de septiembre" Transporte cooperativo "San Miguel Arcángel"	Banco Pichincha del Banco Austro del Banco Bolivariano del Banco Pacífico del Banco Capital Banco Internacional Mutualista Pichincha Banco Produbanco Banco Guayaquil	Distrito 10D01- Centro de salud Nro. 1 (Unidad Móvil) Hospital San Vicente de Paúl Hospital del Seguro Social Centro de salud Nro. 1 Centro de salud Alpachaca Centro de salud Caranqui Centro de salud Carpuela Centro de salud El Priorato Centro de salud El Tejar Centro de salud La Esperanza Centro de salud La Carolina Centro de salud Lita Centro de salud Pugacho Centro de salud Salinas Centro de salud San Antonio Centro de salud Zuleta		Ninguno		Policía Judicial de Ibarra UPC Totoral UPC Yacucalle UPC Terminal Terrestre UPC La Victoria UPC La Campiña		

	Banco de Desarrollo CFN BIESS Banco de la vivienda PROCREDIT Banco Solidario Cooperativa			
COOPERATIVAS DE TAXIS		PARQUEADEROS	MERCADOS Y/O TIENDAS	
Tax Piman Taxis Brislagturis Unión Provincial de Cooperativas de Taxis Imbabura Ibarrafull S.A Cooperativa de taxis Las Lajas Ktaxi Ibarra Cooperativa Selva Alegre Cooperativa Los Ceibos		Pueblo Yahuarcocha Parqueadero La Dolorosa Parqueadero de la Flores Parqueadero El Carmen Parqueadero La Colon Estacionamiento Mercado La Playita Terminal terrestre de Ibarra	Mercado de Priorato Mercado Amazonas Mercado Mayorista Mercado de Santo Domingo Mercado de Alpachaca	
PROXIMIDAD A OTROS CENTROS URBANOS				
LOCALIDAD	DISTANCIA	TIEMPO	MEDIOS DE TRANSPORTE	TIPO DE VÍA
Estación los Olivos Centro de la ciudad	1km 3 km	15 min 30 min	Buses Taxi Carros particulares	Pana vial E35

<b>POTENCIALIDADES TURÍSTICAS CERCANAS QUE FAVORECEN AL EMPRENDIMIENTO</b>			
<b>NATURALES</b>		<b>CULTURALES</b>	
<b>NOMBRE DEL SITIO</b>	<b>CARACTERÍSTICAS FAVORABLES</b>	<b>NOMBRE DEL SITIO</b>	<b>CARACTERÍSTICAS FAVORABLES</b>
Laguna de Yahuarcocha	Este permite realizar actividades de recreación tales como paseo en canoa, lancha, canotaje, parapente y también ofrece una variedad de servicios alimentarios.	Tolas	Estas construcciones arqueológicas despiertan el interés cultural por la historia y tradición, donde el visitante puede realizar excursiones de investigación.
Cascadas de Yahuarcocha	Estos recursos naturales permiten realizar actividades deportivas como cayoning, canoping	Tablón	Este recurso cultural es usado por una tradición cuya actividad es reconocida a nivel nacional y provincial, ofreciendo al visitante la oportunidad de involucrarse en el INTY Raymi.
Cadenas montañosas	Se prestan para actividades como motocross, ciclismo, senderismo.	Mirador el Arcángel	Es un monumento creado en honor a San Miguel Arcángel siendo este el patrono de la ciudad, con una vista de 360° perfecto para realizar fotografías y pasar en familia.
Laguna de Cubilche	Este lugar es idóneo para disfrutar de un paisaje único que permite deleitar de atractivos como el Lago San Pablo, Yahuarcocha, cerro San Francisco, el Nudo de Mojanda, el valle de Ibarra, Zuleta y el nevado Cayambe.	Centro Cultural Daniel Reyes	Dentro del lugar se realizan exposiciones de artes de madera ya sea por los exalumnos ITSAP Daniel Reyes y de otros artistas nacionales, la cual cuenta con talleres con el único fin de trascender de generación en generación el arte que se vive en San Antonio de Ibarra, siendo Daniel Reyes un gran artista que dejó este legado.

Laguna de Chinchiví	Está situada dentro de la hacienda Chinchiví dónde se podrá realizar diferentes actividades como camping, senderismo, fotografía y trekking, todo esto dentro de dos rutas.	Sala Etnográfica Salinas	Se ha convertido en un exponente de las diferentes 38 investigaciones afrodescendientes de la provincia de Imbabura y Carchi, acerca de cómo han sido esclavizados y liberados.
Río Chota	Es un balneario al aire libre que oferta diversas actividades como camping, natación, áreas de parrilladas, rafting, el evento de Coangue en carnaval.	Monumento Cosecha de Ovos	Este atractivo es el símbolo de Ambuquí de trabajo, de liberación y de la productividad de la tierra, la cual ofrece al turista conocer las culturas de los afrodescendientes.
Río Lita	Este lugar es idóneo para disfrutar de las bellas aguas con actividades como natación, trekking, pesca deportiva, fotografía, rafting y relajación.	Obelisco de la ciudad de Ibarra	Es considerado el emblema de la ciudad, construido en honor a Don Miguel Ibarra y el capitán Cristóbal de Troya, siendo un punto de atracción principal de la misma.
Las siete cascadas de Lita	Consideradas como las más hermosas de la sierra ecuatoriana, teniendo una historia de tras de su nombre como El Duende, Del Amor, Santa Ana, La Mujer del Encanto, Las Cuevas, Reina y San Diego dónde se brinda actividades de recreación dentro del bosque con una gran variedad de flora y fauna.	Centro cultural El Cuartel	Considerado un patrimonio este con el transcurso de los años se ha convertido en una plaza del arte y cultural representado mediante eventos teatrales, por su infraestructura permite enriquecerse de una vista paisajística.
Mirador Loma Corazón	Se encuentra ubicado al este de Ambuquí dónde se puede apreciar una cadena montañosa con un paisaje presto para la fotografía y relajación mediante una caminata.	Museo de Sal "Barro Caliente"	Dentro del lugar se puede apreciar la producción de la sal en la parroquia de Salinas, permitiendo adentrarse en una tradición y fortalecer su historia.
El Murcielaguero	Ubicado en Ambuquí el cual oferta actividades recreacionales como escalada, trekking, rapel y fotografía.	Bombódromo o Palenque	Ofrece a cada uno de los turistas la cultura, danza, arte, música y gastronomía de tres comunidades de Salinas con el único fin de recuperar sus tradiciones y brindar la mejor gestión turística. Dentro del lugar podrá ser acreedor de convivencia con la comunidad, restauración, artesanías, danzas, fotografía y recreación familiar.
Bosque en la Loma Guayabillas	Este es un atractivo que caracteriza a todos los ibarreños por su belleza natural y cultural, puesto que permite disfrutar de una vista panorámica de toda la ciudad.	Museo Atahualpa	Permite conocer la cultura, sus costumbres y tradiciones del pueblo Caranqui mediante expresiones artísticas como piezas arqueológicas que se encuentran en exhibición.

	Brinda actividades de senderismo, área de camping, área de recreación familiar y fotografía.		
Cráter del Volcán Cuicocha	Es considerado el atractivo más importante del mundo debido a su gran biodiversidad endémica que proviene de la provincia natural del Chocó.	Museo del Banco Central Ibarra	Desde 1998 cuenta con exposición de más de 350 piezas arqueológicas de diferentes culturas precolombinas, en una sala particular se exhibe un video y fotografías de la cultura afrochoteña.
Balneario Timbuyacu	Este es un lugar idóneo para realizar actividades entre familiares y amigos, ofreciendo la visita de cascadas, avistamiento de aves, restauración, spa y piscina.	Puente colgante en el río Chota	Este puente es una atracción turística aquí se puede encontrar las fábricas de panela y una variedad de frutas, aproximadamente este puente tiene una extensión de 200 metros, un lugar idóneo para la recreación, fotografía, senderismo y restauración.
		Centro Cultural Coangue	El centro fue inspirado en compartir la cultura de sus comunidades y buscar fuentes de trabajo, exhibiendo así sus artesanías y ser partícipes de la elaboración que también pueden ser adquiridas, presentaciones de la danza tradicional el baile de la bomba y desfiles de moda con trajes típicos afroecuatorianos.

### COMPETENCIA

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CARACTERÍSTICAS			OBSERVACIONES	
	UBICACIÓN	SERVICIO/ PRODUCTO QUE BRINDA	POSIBLE SEGMENTO DE MERCADO QUE CUBRE	CAPACIDAD DE SERVICIO	
<b>EcoSierra Travel</b>	Elías Liborio Maderas 3-80	Tours nacionales Tours internacionales	Turismo de aventura Turismo alternativo Sol y playa	#70	

		Deportes de Aventura Tours Estudiantiles		
<b>Natural Adventure</b>		Tours internacionales Deportes de Aventura Tours Estudiantiles	Turismo de aventura Turismo alternativo Sol y playa	#80 personas
<b>Royal Destinos</b>		Tours internacionales Deportes de Aventura Tours Estudiantiles	Turismo de aventura Turismo alternativo Sol y playa	#65 personas
<b>Xplora tours</b>		Tours internacionales Deportes de Aventura Tours Estudiantiles	Turismo de aventura Turismo alternativo Sol y playa	#70 personas

**FACILIDADES TURÍSTICAS DE ACCESO AL EMPRENDIMIENTO**

19.1 TIPO	SI/ NO	DETALLE DE LA INFORMACIÓN	ESTADO	OBSERVACIONES
SEÑALIZACIÓN	SI		Deteriorado	

		La información proporcionada no es clara y ha conllevado a la desorientación de los visitantes.	
SEÑALÉTICA	SI	Existe poca señalética destruida por vandalismo y falta de mantenimiento.	En deterioro
UBICACIÓN EN MAPAS DIGITALES	SI	Dentro de fuentes digitales se puede encontrar de manera fácil la zona planteada.	Falta de actualización e información verídica.

**MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN**

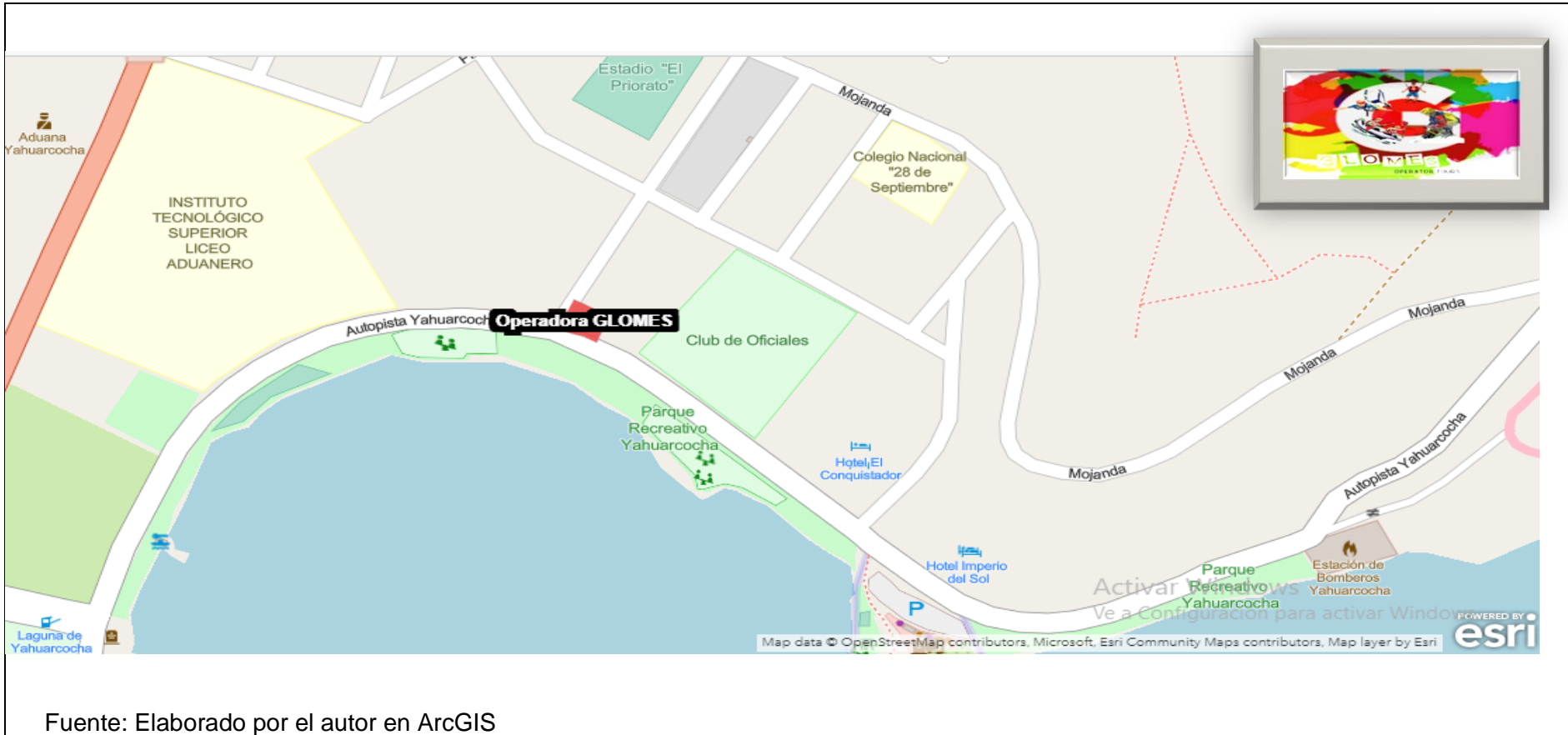
TIPO	SI/NO	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE DE EJECUTA LA ACTIVIDAD	MODALIDAD A LA QUE CONTRIBUYE EL EMPRENDIMIENTO
ECOTURISMO				El emprendimiento propuesto pretende involucrarse dentro de turismo de naturaleza, turismo cultural y específicamente en turismo de aventura dando un aprovechamiento sostenible de los recursos naturales que posee el lugar con la implementación de nuevas actividades de recreación, haciendo que su población se empodere de su verdadera identidad y se recupere su cultura y tradición.
TUR. DE NATURALEZA	SI	DURANTE TODO EL AÑO	Bosque de Yahuarcocha	
TURISMO COMUNITARIO				
TURISMO CULTURAL	SI	DESDE MAYO- AGOSTO	Pueblo de Yahuarcocha	

TURISMO RELIGIOSO				
TURISMO DE SALUD				
TURISMO DE DEPORTES	SI	TODO EL AÑO	Vuelta de la Paloma, Yahuarcocha	
TURISMO DE AVENTURA				
CONVENCIONES				
OTROS				

POBLACIONES BENEFICIADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA		DECLARATORIAS EN EL DESTINO			ASPECTOS QUE FAVORECEN AL NEGOCIO
COMUNIDADES	LOCALIDADES	ENTIDAD	DETALLE	ESTADO	
	Priorato	MINISTERIO DEL AMBIENTE			
Yahuarcocha		MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO			
Olivo		MINISTERIO DE TURISMO			



Ibarra		MINISTERIO DE TURISMO			
<b>PRINCIPALES PROBLEMAS IDENTIFICADOS QUE LIMITEN LA IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO</b>					
DETALLE	MARCAR	ESPECIFICACIONES			
SEGURIDAD CIUDADANA	<b>X</b>	Este sector es conocido por la gran inseguridad, debido al abandono por parte de las autoridades y falta de cultura de los pobladores			
ACCESIBILIDAD					
ACCESO A SERVICIOS BÁSICOS					
CIRCULACIÓN VEHICULAR					
AUSENCIA DE FACILIDADES TURÍSTICAS	<b>X</b>	Existe una gran limitante con los conflictos políticos entre el sector de Priorato y el pueblo del Yahuarcocha Entidades a cargo desean acaparar todo las actividades o negocios que se pretenda realizar al contorno de la laguna			
SEÑALIZACIÓN					
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS	<b>X</b>	En cuanto a la señalética identificada está se encuentra en deterioro provocando la desorientación			
LIMITADO TALENTO HUMANO CAPACITADO					
OTROS					
OBSERVACIONES					
<b>MAPA</b>					



Fuente: Elaborado por el autor en ArcGIS

## **Anexo 2.** Formato de encuesta

### **ENCUESTA**

**Objetivo:** Determinar el segmento de mercado y el comportamiento de consumo de operadoras turísticas en el cantón Ibarra.

**Instrucciones:** Lea detenidamente las preguntas y conteste con la mayor sinceridad posible, ya que sus respuestas serán utilizadas para el desarrollo del presente proyecto.

Duración: 5 minutos

#### **1.Edad**

Entre 18 - 25 años

Entre 26 - 35 años

Entre 36 - 50 años

Entre 51 – 65 años

Mayor de 65 años

#### **2.Género**

Masculino

Femenino

Otros

#### **3.Lugar de residencia**

Pichincha

Imbabura

Carchi

Esmeraldas

Sucumbíos

Cotopaxi

Extranjero

Otros

#### **4.Nivel de Instrucción**

Primaria

Secundaria

Superior

Postgrado

Otro

#### **5.Estado Civil**

Soltero/a

Casado/a

Divorciado/a

Viudo/a

Unión libre

#### **6.Ocupación**

Empleado público

Empleado privado

Emprendedor/independiente

Empresario

Artesano

Comerciante

Estudiante

Que haceres del hogar

Otros

**7.Nivel de ingresos**

Menos de 200 usd

201-400 usd

401-800 usd

801-1400 usd

1401-2000 usd

Más de 2000

**8.Desde el año 2019, ¿Cuál de las siguientes alternativas de turismo ha sido de su mayor preferencia?**

Visita a museos y centros de interpretación

Visita a las playas

Recorridos por bosques y montañas

Actividades turísticas de aventura

Recorrido por ciudades

Visita a comunidades rurales para interactuar culturalmente

Visita a la Amazonía o entornos subtropicales (ecoturismo)

Visita a Áreas Protegidas

Visita a lagos, lagunas y cascadas

**9.Su último viaje por turismo fue organizado por:**

Usted mismo

Una operadora de turismo

Amigos o familiares

Institución educativa

Empresa laboral

Otras

**10. En su último viaje turístico ¿Con cuántas personas estuvo acompañado?**

Solo

Dos

Tres

Cuatro

Cinco

Más de cinco

**11. En el año 2019, ¿Cuántas veces realizó viajes turísticos?**

Una

Dos

Tres

Cuatro

Más de cuatro

**12. ¿Con qué tipo de personas usted viaja cuando realiza este tipo de actividades turísticas?**

Solo

Pareja

Amigos

Familia

Compañeros

**13. ¿Cuál fue el tiempo utilizado en su último viaje turístico?**

Menos de un día

Un día

Dos días y una noche

Tres días y dos noches

Más de tres días

**14. ¿Cuál fue el monto por persona que se gastó en el último viaje turístico?**

Menos de \$15

\$16 a \$25

\$26 a \$35

\$36 a \$50

\$51 a \$70

\$71 a \$100

\$101 a \$200

Más de \$200

**15. ¿Qué tipo de actividades de turismo de aventura le gustaría practicar?**

Prefiero no practicar este tipo de actividades de aventura

Rafting (navegar en boyas en aguas de ríos agitados)

Kayak (canoa individual a remo que se pueden navegar en lagunas o ríos)

Canopy (desplazamiento en cables aéreos anclados en dos extremos)

Canyoning (barranquismo o descenso con cuerda junto a cascadas o barrancos)

Parapente (vuelo con paracaídas que consiste en lanzarse desde una pendiente para desplegar el vuelo)

**16. ¿Qué montó considera adecuado a pagar por la actividad que seleccionó con anterioridad?**

\$5

\$5 a \$10

\$11 a \$15

\$16 a \$20

\$21 a \$30

\$31 a \$40

Más \$40

**17. ¿Cuál es el tiempo adecuado que usted considera desde la salida hasta el regreso, para realizar la actividad que seleccionó en la pregunta 15?**

Menos de una hora

De una a tres horas

De tres a seis horas

Un día completo desde la mañana hasta la tarde

Más de un día

**18. ¿Cuál de los siguientes servicios complementarios considera el más importante que debe integrarse a la actividad que seleccionó en la pregunta 15?**

Alquiler de carpas para acampar

Ciclo paseo



Fotografía y vídeo

Refrigerios

Seguro de vida

Transporte

Menús completos

**19. ¿Cuánto considera como precio adecuado a pagar por la actividad complementaría que seleccionó en la anterior pregunta?**

Menos de \$5

\$6-10

\$11-15

\$16-20

Más de \$20

**20. De los siguientes aspectos, ¿cuál considera el más importante para que usted tome la decisión de realizar la actividad seleccionada en la pregunta 15?**

Accesibilidad de precios

Que las medidas de seguridad le proporcionen confianza para realizar la actividad

Que los equipos que se utilizan estén en buen estado

Que la preparación de los guías se note

Que las instalaciones sean adecuadas para las actividades a realizar

Otras razones

**21. Mediante qué medio de comunicación usted se informa acerca de los servicios y productos turísticos.**

Redes sociales

Web


Buscadores

Televisión

Radio

Recomendaciones de amigos/familiares

### Anexo 3. Ficha de observación de la competencia

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</b> <b>CARRERA DE TURISMO</b>
<b>FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA COMPETENCIA</b>	
<b>Objetivo:</b> Monitorear a la competencia que oferta los servicios de deportes extremos en el cantón Ibarra.	
<b>Responsable:</b>	
<b>Fecha de inicio:</b>	<b>Fecha de finalización:</b>
<b>Agencia/ operadora de viajes</b>	<b>Nombre de la agencia u operadora</b>
<b>Ubicación</b>	
<b>Actividades de turismo de aventura que oferta</b>	
<b>Paquetes turísticos</b>	
<b>Paquetes a la semana</b>	
<b>Precio</b>	
<b>Frecuencias de programación de actividades</b>	
<b>Actividades que conforman los paquetes</b>	
<b>Capacidad de servicio</b>	
<b>Posible segmento de mercado que cubre</b>	

## Anexo 4. Validación de los instrumentos



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Resolución No. 001- 073 CEAACES - 2013 - 13

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

### Validación de instrumentos de recopilación de información

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE		
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS		
CARRERA DE TURISMO		
ESTUDIANTE: Criollo Criollo María Fernanda		
CICLO: ABR- AGOS.2021	FECHA DE REVISIÓN	02/06/2021
TEMA: Operadora turística especializada en turismo de aventura, con el fin de potencializar las actividades de recreación en el cantón Ibarra, Imbabura, Ecuador.		
	Implementar una operadora turística especializada en turismo de aventura en Yahuarcocha, cantón Ibarra, provincia de Imbabura contribuyendo la dinamización de las actividades de recreación.	
OBJETIVO GENERAL		
OBJETIVO ESPECÍFICO: Diagnosticar la situación actual del entorno de Yahuarcocha para la creación de una operadora turística especializada en turismo de aventura.	INSTRUMENTO	Ficha Diagnóstico para emprendimiento
OBJETIVO ESPECÍFICO: Realizar un estudio de mercado para una operadora turística especializada en turismo de aventura para el sector de Yahuarcocha.	INSTRUMENTO	Encuesta/ Ficha de observación de competencia
OBJETIVO ESPECÍFICO: Identificar los posibles impactos ambientales, sociales y económicos que provocará la implementación de la operadora turística en Ibarra.	INSTRUMENTO	Matriz Leopold
EL ESTUDIANTE EN LA ENCUESTA CONSIDERA LAS SIGUIENTE VARIABLES	CUMPLE	NO CUMPLE
ENCABEZADO /LOGO UTN	X	


SCIENTIA ET THECNICUS IN SERVITIUM POPULI




### Anexo 5. Población de visitantes de Ibarra


Correo externo Re: Población de vista de turistas en el cantón Ibarra en el año 2019 📎 2 ▾


---

 CRIOLLO CRIOLLO MARIA FERNANDA  
 Muy buenos días, disculpe que le vuelva a molestar será que por favor me puede ayu... Mar 08/06/2021 11:01

---

 San Miguel Ibarra <turismocantonibarra@gmail.com> 👍 ↶ ↷ ➡ ⋮  
 m>  
 Mar 08/06/2021 16:13  
 Para: CRIOLLO CRIOLLO MARIA FERNANDA

 TOTALVISITAS-FERIADO...  
48 KB

 ESTADISTICAS\_E\_TURISTI...  
73 KB

2 archivos adjuntos (121 KB) [Descargar todo](#) [Guardar todo en OneDrive - Universidad Tecnica del Norte](#)

Saludos cordiales, adjunto información solicitada  
 Debo mencionar que los datos enviados son de los puntos de información que estan bajo nuestra administración y de la recopilación de otras instituciones que manejan estadísticas turísticas  
 No es un dato total de visitas al cantón Ibarra.

Saludos

UPyDT