

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



**“OPERADORA ESPECIALIZADA EN TURISMO DE NATURALEZA EN EL
CANTÓN CAYAMBE, ECUADOR”**

Proyecto de Emprendimiento previo a la obtención del título de
Licenciada en Turismo.

AUTORAS:

Jenny Maritza Campues Colimba

Luz Amparo Chicaiza Lechón

DIRECTORA:

MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga

Ibarra, 2023

APROBACION DE TRABAJO DE GRADO

Yo, Yoarnelys Vasallo Villalonga, Directora del Trabajo de Grado "OPERADORA ESPECIALIZADA EN TURISMO DE NATURALEZA EN EL CANTÓN CAYAMBE", de autoría de las señoritas: Chicaiza Lechón Luz Amparo, con cédula de ciudadanía número 175605987-7, y Campues Colimba Jenny Maritza, con cédula de ciudadanía número 175419290-2, tengo a bien manifestar que el documento contiene los requisitos académicos e investigativos pertinentes para que sea sometido a defensa pública, por lo que autorizo que se realicen los trámites consiguientes.



.....
MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga

C.I. 1754211587



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	175419290-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Campues Colimba Jenny Maritza		
DIRECCIÓN:	Comunidad La Chimba – Olmedo - Cayambe		
EMAIL:	jmcampuesc@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0999005377

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	175605987-7		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Chicaiza Lechón Luz Amparo		
DIRECCIÓN:	Parroquia Juan Montalvo - Cayambe		
EMAIL:	lachicaizal@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	022127750	TELÉFONO MÓVIL:	0989986421

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Operadora Especializada en Turismo de Naturaleza en el Cantón Cayambe, Ecuador.
AUTORAS:	Campues Colimba Jenny Maritza Chicaiza Lechón Luz Amparo
FECHA: DD/MM/AAAA	24/05/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
DIRECTORA:	MSc. Yoarnelys Vasallo Villalonga

CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan 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 son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de este y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, al 1 día del mes de junio de 2023

LAS AUTORAS:



Chicaiza Lechón Luz Amparo



Campes Colimba Jenny Maritza

DEDICATORIA

Dedicamos este presente trabajo a aquellas personas que han estado presente en nuestra formación académica y esperamos que les sirva de guía para continuar con el desarrollo de nuevas actividades que enriquezcan las investigaciones de nuestra gloriosa Universidad Técnica del Norte.

AGRADECIMIENTO

Agradezco mi trabajo de grado principalmente a Dios, a la Virgen María del Quinche por darme salud y la fuerza necesaria para culminar esta meta que con perseverancia he logrado cumplir.

A mis padres Gabriel y María, por todo su amor, paciencia, comprensión y sobre todo por motivarme a seguir hacia adelante.

A mi querida hermana Sara por ser la luz de mi vida, acompañándome, motivándome, y confiando en mí para convertirme en un ejemplo a seguir.

A mi compañera de clase, mi amiga Amparo, se volvió un pilar fundamental que con su apoyo y dedicación se logró culminar con este trabajo de grado.

Y, finalmente, a todos mis amigos que con su apoyo y consejos lograron que tomará más impulso.

Jenny Campues

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios por la bendición de haberme dado una familia que me ha apoyado a lo largo del camino para poder cumplir mis sueños y ser una gran profesional sin olvidar los valores y principios de humildad y sacrificio.

En especial a mi madre por ser mi apoyo incondicional y hacerme ver la vida diferente confiando en cada una de mis decisiones.

Mi agradecimiento profundo a la Universidad Técnica del Norte la cual me abrió las puertas para mi formación profesional y personal permitiéndome superar cada obstáculo en el camino.

A mis docentes, particularmente a mi directora y tutor de tesis que gracias a sus conocimientos y enseñanzas hicieron posible este proyecto de mi vida.

A mi amiga y compañera de tesis Jenny por ser un apoyo y esfuerzo mutuo para cumplir nuestras metas. También a mis compañeros y amigos que fueron parte de mi formación profesional con sus consejos y palabras de motivación.

Luz Chicaiza

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACION DE TRABAJO DE GRADO	II
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	III
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VIII
RESUMEN EJECUTIVO	XIII
ABSTRACT	XV
CAPÍTULO I	1
1. Idea de negocio	1
1.1 Determinación de la idea de negocio	1
1.2 El problema	2
1.2.1 Enunciado del problema	3
1.2.2 Planteamiento del problema	4
1.2.3 Objetivos	4
1.2.4 Modelo de negocio	5
1.2.5 Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento ..	9
CAPÍTULO II	11
2. Estudio de mercado	11
2.1 Diseño de la investigación	11
2.1.1 Tipos de Investigación / Técnicas e instrumentos de recolección	12
2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra	13
2.1.3 Instrumentos de recolección	16
2.1.4 Segmentación del mercado consumidor	27
2.1.5 Análisis de la demanda	32
2.1.6 Análisis de la oferta	33
2.1.7 Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto.	34
2.2 Propuesta mercadológica	34
2.2.1 Logotipo	34
CAPÍTULO III	38
Estudio Técnico	38
3.1 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa	38
3.1.1 Identificación de la demanda	38

3.1.2	Número de clientes proyectados	38
3.1.3	Consumo aparente con respecto a los servicios demandados	38
3.2	Análisis espacial de la empresa	38
3.2.1	Macro localización:	38
3.2.2	Micro localización:.....	39
3.3	Identificación y descripción de los procesos	40
3.3.1	Caracterización y diseño del producto/servicio	41
3.3.2	Caracterización de los paquetes.	41
3.4	Ingeniería del proyecto	61
3.4.1	Distribución de la planta	61
3.4.2	Requerimientos por áreas	62
3.5	Inversiones y capital de trabajo	66
3.6.	Estructura organizativa y administrativa	66
3.6.1.	Misión	66
3.6.2.	Visión.....	66
3.6.3.	Políticas de Calidad	67
3.6.4.	Valores.....	68
3.6.5.	Marca e imagen corporativa.....	68
3.6.6	Descripción del proceso productivo o prestación del servicio.....	72
3.6.7.	Organigramas	75
3.7.	Constitución de la empresa	77
3.8.	Propuesta comercial.....	82
Capítulo V	96
Estudio Financiero	96
5.1.	Inversiones y capital de trabajo	96
5.1.1	Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital.	97
5.1.2	Costo de capital	97
5.1.3	Flujo de caja primer año y proyección a 5 años	98
5.1.4	Flujo económico proyectado del año 5.....	99
5.1.5	Evaluación Financiera VAN TIR.....	100
5.1.6	Punto de equilibrio	100
Conclusiones	102
Recomendaciones	104
Bibliografía	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Lienzo Canvas	6
Tabla 2 Segmentación de mercado	30
Tabla 3 Demanda potencial	33
Tabla 4 Cantidad de turistas anuales que recibe la competencia	33
Tabla 5 Proyección de la demanda insatisfecha	34
Tabla 6 Proyección de la demanda objetiva	34
Tabla 7 Cotización Paquete turístico Nevado Cayambe	42
Tabla 8 Itinerario Nevado Cayambe	45
Tabla 9 Cotización Paquete Turístico Bosques y cascadas	47
Tabla 10 Itinerario Paquete Turístico Bosques y Cascadas	48
Tabla 11 Cotización Paquete Turístico Rancho Chalpar	50
Tabla 12 Itinerario Paquete Turístico Rancho Chalpar	51
Tabla 13 Cotización Paquete Turístico Ventanas Pesillo	53
Tabla 14 Itinerario Paquete Turístico Ventanas Pesillo	54
Tabla 15 Cotización Paquete Turístico Aguas Termales La Chimba	56
Tabla 16 Itinerario Paquete Turístico Aguas Termales La Chimba	57
Tabla 17 Cotización Paquete Turístico Comunitario COCIJM	59
Tabla 18 Itinerario Paquete Turístico Comunitario COCIJM	60
Tabla 19 Insumos de Área de counter y sala de espera	63
Tabla 20 Insumos de área de bodega	64
Tabla 21 Insumos área de baño	65
Tabla 22 Inversión	66
Tabla 23 Materiales publicitarios	82
Tabla 24 Actividades en la Etapa de Operación	83
Tabla 25 Identificación de factores	84
Tabla 26 Impactos ambientales dentro de la etapa de operación	85
Tabla 27 Actividades de la Operadora especializada en turismo de naturaleza	85
Tabla 28 Escala de Magnitud para la evaluación	87
Tabla 29 Escala de Importancia para la evaluación	87

Tabla 30 Identificación de los impactos ambientales dentro de la Operadora especializada en Turismo de Naturaleza.....	88
Tabla 31 Matriz de Evaluación de Impactos	90
Tabla 32 Alcance de Valoración	92
Tabla 33 Jerarquización de impactos	93
Tabla 34 Severidad y escala de los impactos	93
Tabla 35 Plan de manejo Ambiental	95
Tabla 36 Tabla de amortización.....	97
Tabla 37 Tabla de costo de capital	98
Tabla 38 Tabla de Flujo de caja.....	99
Tabla 39 Tabla de Flujo económico.....	99
Tabla 40 Tabla cálculo del VAN y TIR	100
Tabla 41 Tabla de Punto de Equilibrio	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cálculo del tamaño de la muestra	15
Figura 2 Pregunta 1: Genero.....	16
Figura 3 Pregunta 2: Edad	17
Figura 4 Pregunta 3: Nivel de instrucción.....	17
Figura 5 Pregunta 4: Estado civil.....	18
Figura 6 Pregunta 5: Ocupación.....	19
Figura 7 Pregunta 6: Lugar de Residencia	19
Figura 8 Pregunta 7: Ingresos Mensuales	20
Figura 9 Pregunta 8: ¿Con quién realiza sus viajes?	21
Figura 10 Pregunta 9: ¿Cuál es su preferencia de viaje?	21
Figura 11 Pregunta 10: ¿Cuán motivado estaría en visitar un entorno natural?	22
Figura 12 Pregunta 11: ¿Qué cantones de la provincia de Pichincha visitaría por turismo?	23
Figura 13 Pregunta 12: ¿Cuál es el gasto promedio que usted realiza en sus viajes?.....	23
Figura 14 Pregunta 13: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la contratación de los servicios de una operadora turística?	24
Figura 15 Pregunta 14: ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?	24

Figura 16 Pregunta 15: ¿Qué actividades le gustaría realizar?	25
Figura 17 Pregunta 16: Cuando consume turismo de naturaleza, ¿Qué tipo de gastronomía le gustaría probar?	26
Figura 18 Pregunta 17: ¿Qué factores considera al contratar un paquete turístico?	26
Figura 19 Cruce de Variables. Pregunta 1	27
Figura 20 Cruce de variables. Pregunta 2	28
Figura 21 Cruce de variables. Pregunta 3	28
Figura 22 Cruce de variables. Pregunta 4	29
Figura 23 Cruce de variables. Pregunta 5	30
Figura 35 Kawsari Tours	34
Figura 36 Mapa del Ecuador	38
Figura 37 Plano de micro localización	39
Figura 38 Ruta de paquetes turísticos	41
Figura 39 Planos de Infraestructura	61
Figura 40 Diseño de Oficina	62
Figura 41 Página Web de KAWSARI TOURS	68
Figura 42 Página de Facebook de KAWSARI TOURS	69
Figura 43 Página de Instagram de KAWSARI TOURS	69
Figura 44 Souvenirs con la marca Corporativa de KAWSARI TOURS	70
Figura 45 Página de Tik Tok de KAWSARI TOURS	70
Figura 46 Página de Pinterest de KAWSARI TOURS	71
Figura 47 Flujograma de articulación del paquete turístico	72
Figura 48 Flujograma de venta del paquete turístico	74
Figura 49 Organigrama estructural	75
Figura 50 Organigrama funcional	76
Figura 51 Nivel de Impactos dentro de la Operadora Turística de Naturaleza	94
Figura 52 Punto de equilibrio	101

RESUMEN EJECUTIVO

La provincia de Pichincha está constituida por ocho cantones, entre ellos, el cantón Cayambe, el cual posee una variedad de atractivos turísticos que no son aprovechados satisfactoriamente por falta de promoción turística, sin embargo, con el estudio de factibilidad para la creación de una operadora especializada en turismo de naturaleza *Kawsari Tours*, se pretende dinamizar la economía del cantón con la oferta de seis paquetes turísticos con lugares poco tradicionales.

Así mismo, la microempresa se basa en la calidad e innovación de los servicios turísticos con un modelo educativo y sostenible en base a la participación de los planteles educativos, puesto que, existe una carencia de empresas que se direccionen a prestar servicios con fines educativos y ecológicos, por ello, se ha desarrollado esta propuesta diferenciada de concientización a los recursos naturales, generando alternativas de trabajo hacia la empresa y comunidades.

Por otro lado, en el estudio de mercado se realizó un análisis a las encuestas aplicadas con el fin de conocer la preferencia de consumidores para el diseño de los paquetes turísticos, los cuales se ofertarán a través de medios publicitarios como son las redes sociales, además, se aplicará estrategias de marketing para la comercialización y lograr un posicionamiento en el mercado.

Con relación al estudio ambiental se evaluaron los impactos positivos y negativos que genera el proyecto hacia el medio ambiente y se generó un plan de manejo ambiental para continuar con el desarrollo del emprendimiento contribuyendo al cuidado y respeto del entorno natural.

Para concluir, en el estudio financiero se determinó el valor total de \$16,459.13 de inversión que se necesita para iniciar con el proyecto, siendo el 21% que representa el capital propio y 79% el capital financiado; el cual se emplea en el proceso de costos, gastos, utilidades y flujo de estado financiero del VAN y TIR, dando como resultado, que el valor será recuperado al segundo año de ejecución con un flujo de \$17,575.95. En efecto, se determina que la implementación de la operadora turística de naturaleza en Cayambe es factible.

Palabras clave: operadora de turismo, paquetes turísticos, desarrollo económico, factibilidad.

ABSTRACT

Eight cantons are part of Pichincha Province, one of them is Cayambe, which has a variety of tourist attractions that are not well-profitable due to a lack of tourism promotion. However, with the feasibility study for the creation of the Kawsari Tours nature tourism Operator, it is intended to boost the canton economy by offering six tourist packages in non-traditional places. The microenterprise is based on the quality and innovation of tourism services with an educational and sustainable model based on the participation of educational institutions, since there is a lack of companies that provide services for educational and ecological purposes. Therefore, this differentiated proposal has been developed to raise awareness of natural resources, generating work alternatives for the company and communities. Regarding the study market, the survey analysis was made to know the consumers' preferences in order to design the tourist packages, which will be offered through advertising media such as social networks; in addition, apply commercialization marketing strategies and achieve market positioning. In relation to the environmental study, the positive and negative impacts generated by the project on the environment were evaluated and an environmental management plan, which allows continuing with the enterprise development, contributing to natural environment care and protection. In conclusion, the financial study determined the total amount of the investment budget was \$16,459.13 to start with the enterprise, being 21% the own capital and 79% the financed one; which is used in the cost process, expenses, profits, and the NPV and IRR financial statement flow; in this way, the value will be recovered in the second year of execution with a flow of \$17,575.95. In fact, it was determined that the implementation of the nature tourism operator in Cayambe is feasible.

CAPÍTULO I

1. Idea de negocio

1.1 Determinación de la idea de negocio

Para iniciar cualquier proyecto de Emprendimiento, es necesario primero identificar la idea del negocio sobre la cual se va a trabajar. Algunas personas consideran que la idea de negocio es la parte más importante de un proyecto, concepto que es válido, pero no definitivo, puesto que la idea es tan importante como el equipo que la desarrolla. La experiencia y la historia ha dicho que, en muchos casos, lo especial no ha sido la idea, si no, la persona que ha ejecutado la idea (Montes Acuña, 2017).

Para determinar la idea de negocio, se toma un conjunto de ideas a partir de las necesidades pertinentes del lugar, a través de un análisis de estudio de mercadeo con la recopilación de información directa que permita ofertar un producto novedoso, basado en la competencia y los clientes. Además, es fundamental considerar las variables demográficas, preferencias de consumo y el comportamiento de mercado.

Mencionado lo anterior, la idea de negocio de implementar de una operadora especializada en turismo de naturaleza se crea a partir de la escasa promoción turística en el cantón Cayambe, a pesar de, tener una gran variedad de atractivos turísticos sin ser aprovechados de manera apropiada, por ende, tiene el propósito de impulsar el desarrollo económico del cantón y generar nuevas fuentes de trabajo.

1.2 El problema

Ecuador es un país que posee gran diversidad de flora y fauna dentro de sus cuatro regiones: costa, sierra, oriente y la región insular con un sin número de atractivos turísticos, siendo un promotor para la economía del territorio. Además, para el crecimiento del turismo en el país se establecieron estrategias con campañas promocionales, entre ellas, *ALL YOU NEED IS ECUADOR*, la cual se difundió a nivel mundial con el objetivo de dar a conocer y posicionar al país como un destino turístico de excelencia, sin embargo, con la llegada de la pandemia Covid-19 provocó grandes pérdidas económicas en la mayoría de países, entre ellos Ecuador, provocando el cierre de varios establecimientos turísticos impidiendo que la población pueda salir a distraerse y evitar el contagio. A raíz de este fenómeno, varias personas optaron por salir a entornos naturales. Hoy en día el turismo de naturaleza prevalece en todas las provincias, siendo la principal motivación por los turistas que buscan experimentar nuevas vivencias y realizar actividades al aire libre en entornos naturales.

Por sus atractivos naturales y culturales, uno de relevante jerarquía, el volcán Cayambe; por la cercanía a Quito y Otavalo, el Cantón Cayambe tiene un buen potencial turístico. El desarrollo y la promoción turística permitirán generar mayores ingresos económicos y fortalecer la identidad de sus habitantes. El GADIP MC ha elaborado el Plan Estratégico de Turismo en el año 2018, que constituye un importante instrumento para este objetivo (PDOT Cantón Cayambe, 2020).

Cabe señalar que, en el cantón se encuentran 16 atractivos turísticos de tipo natural, los cuales han sido inventariados, sin embargo, existen más recursos

que se están desarrollando para hacer posible la actividad turística. Si bien es cierto, La Dirección de Turismo, Cultura y Patrimonio GADIP-MC en el último año se ha enfocado en la promoción turística del cantón, sin embargo, no ha sido suficiente para llevar a cabo el desarrollo de estas actividades. Por ende, es importante contribuir al desarrollo turístico con la creación de nuevos productos innovadores y educativos para el territorio.

1.2.1 Enunciado del problema

Cayambe es un cantón de la provincia de Pichincha, ubicado al noroccidente de la ciudad de Quito. Toma su nombre del pueblo indígena existente en el territorio de los Kayambis. Su estructura política es: cabecera cantonal Cayambe, sus parroquias rurales Olmedo, Ayora, Cangahua, Otón, Santa Rosa de Cusubamba y Ascázubi. Sus parroquias urbanas, Juan Montalvo y Cayambe (López M. , 2013).

En el cantón existen maravillosos atractivos turísticos rodeados de impresionantes paisajes y sus altas montañas, lugar lleno de identidad con sus costumbres, tradicionales e historia. Hay que mencionar otro tema, que es la declaratoria como PUEBLO MÁGICO por parte del MINTUR.

Por esta razón, se diseñarán paquetes para fortalecer las actividades de turismo que ayudarán a la difusión y comercialización, orientado a un enfoque de preservación ambiental, con la incorporación de instituciones desde una ética, educativa y profesional.

1.2.2 Planteamiento del problema

El cantón Cayambe es considerado una zona de floricultura, ganadera, agro productiva y adicional las actividades turísticas, sin embargo, se puede evidenciar que existe una limitada promoción de paquetes turísticos que se oferten, lo cual impide la difusión de este pueblo mágico como una oportunidad para el aprovechamiento turístico del lugar.

Por otra parte, la operación turística en el cantón tiene una baja demanda, ya que no dispone de profesionales capacitados en la prestación de servicios que satisfagan las necesidades del turista y el uso correcto de la riqueza natural y cultural. Otro de los factores que incide es el desinterés de las comunidades locales que no han visto al turismo como una fuente de desarrollo económico, esto debido a la carencia de información y asesoría para el aprovechamiento de los recursos que poseen las localidades.

Se aspira que con la ejecución del presente proyecto se contribuya a una mejor promoción y desarrollo turístico junto al rescate de identidad cultural que muestre al mundo las bellezas turísticas de la población local cayambeña.

1.2.3 Objetivos

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad de una operadora de turismo de naturaleza para potencializar atractivos del Cantón Cayambe, mediante la creación de paquetes turísticos.

Objetivos específicos

1. Identificar la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado que permita determinar estrategias del producto, promoción y comercialización para el posicionamiento del proyecto.
2. Identificar la tendencia de consumo de turismo natural para el diseño de los paquetes turísticos en el cantón Cayambe.
3. Elaborar el modelo de negocio relacionado con el servicio de operación turística a partir de los atractivos presentes.
4. Desarrollar un estudio técnico y administrativo para la implementación de una operadora especializada en turismo de naturaleza en el cantón.
5. Realizar un estudio técnico ambiental para formular estrategias del cuidado y conservación del entorno natural.
6. Determinar la factibilidad del proyecto de implementación de servicios de operación turística mediante un estudio financiero.

1.2.4 Modelo de negocio

El Business Model Canvas o Modelo Canvas es un modelo muy visual con el que podremos ordenar nuestras ideas a la hora de definir cuál será nuestro modelo de negocio (Molina, 2022).

Un modelo de negocio es una herramienta que describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor, con el objetivo de conocer a fondo el tipo de negocio que se va a introducir en el mercado. Además, este modelo de negocio permite visualizar de forma global el propósito del producto, a través de una serie de segmentos interrelacionados.

Tabla 1 Lienzo Canvas

<i>Plantilla para el lienzo Canvas (Modelo de negocio)</i>				
<i>Asociaciones claves</i>	<i>Actividades claves</i>	<i>Propuestas de valor</i>	<i>Relaciones con clientes</i>	<i>Segmento de mercados</i>
<p>Para la operadora especializada en turismo de naturaleza en el cantón Cayambe se gestionará alianzas con otras entidades de servicios turísticos, como: restaurantes, y sitios naturales que les permita vivir una experiencia diferente.</p>	<p>La Operadora turística tiene que satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, comenzando con la estructuración de paquetes turísticos, en base a ello, generar comunicación y marketing en el mercado para la difusión del producto.</p>	<p>La operadora de turismo de naturaleza generará recursos estratégicos con la contribución al cuidado y conservación del medio ambiente con fines educativos, a través de guías especializados para garantizar la seguridad y confianza de los turistas, con el servicio de calidad y calidez.</p>	<p>La operación turística se orienta en la prestación de servicios a través de medios digitales los cuales ofrecen una excelente experiencia y asesoría al momento de contactarse con la empresa <i>Kawsari Tours</i> con una atención de amabilidad, capacidad y precisión al ofertar los paquetes turísticos, pero sobre todo en base a las necesidades de los clientes.</p>	<p>La operadora especializada en turismo de naturaleza realizará una segmentación de clientes de acuerdo con su perfil y comportamiento en el mercado con el objetivo de conocer mejor a los clientes y poder satisfacer sus necesidades.</p>
	<i>Recursos claves</i>		<i>Canales</i>	
	<p>La Operadora Turística, contará con una oficina en donde se realizarán actividades relacionadas con el diseño de paquetes con el personal idóneo que permita realizar las diferentes actividades propuestas. Así mismo contará con transporte para llevar a cabo la operación de los destinos en las mejores condiciones.</p>		<p>La operadora de turismo <i>Kawsari Tours</i> generará estrategias para la difusión de los servicios turísticos a través de diferentes canales de distribución por su rapidez y eficiencia permitiendo llegar a la mayoría de los clientes, como, redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), Tik Tok, Pinterest página web, tarjetas y en las instituciones educativas.</p>	
<i>Estructura de costos</i>			<i>Fuentes de ingreso</i>	
<p>Costos fijos: Telefonía fija y celular, Internet</p> <p>Costos variables: Seguro del turista, Pagos a servicios de terceros (restaurantes, parques, establecimientos turísticos), Impuestos, Material publicitario, arriendo, salarios.</p>			<p>Venta de paquetes turísticos</p>	

Nota: Elaborado por autoras, 2023

1. Segmentos de clientes

El segmento de mercado es un ente fundamental el cual permite conocer quiénes serán los posibles clientes del negocio. La operadora turística de naturaleza realizará una segmentación basada en el comportamiento, datos psicográficos, demográficos y datos geográficos para determinar la preferencia de los clientes y de acuerdo con ello diseñar los productos turísticos.

2. Propuesta de valor

La propuesta de valor está encaminada a posicionar el producto o servicio dentro de la empresa conforme a las necesidades de los clientes, es decir, que con la creación de paquetes turísticos enfocados al cuidado del medio ambiente arrojará aspectos positivos al desarrollo de la economía local sin afectar su entorno.

3. Canales

Los canales de distribución son medios de comunicación que conectan a la empresa con los clientes generando una propuesta de valor, indispensables para promocionar el producto o servicio, por lo tanto, la operadora turística se basará en canales óptimos y utilizados por la mayoría de las personas, tales como: las redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp), páginas web, y plataformas como Tik Tok, Pinterest para la difusión.

4. Relaciones con los clientes

Define la forma de atraer, mantener e incrementar la fidelización de clientes, a través de un acompañamiento de nuevas actividades en los paquetes para que sea más interesante, además se les brindará asesoramiento personalizado o

chatbots en caso de cuestionamientos, con la condición de cumplir con las necesidades de los clientes.

5. Fuentes de ingreso

Son aquellos que determinan los ingresos y la estabilidad financiera del negocio permitiendo conocer la rentabilidad de la empresa a través de la venta de los productos o servicios acorde a la preferencia de los clientes, por ende, la operadora ofertará productos turísticos con base en el mercado potencial.

6. Actividades clave

Las actividades claves son aquellas acciones que permiten que un negocio empiece a funcionar, aportando valor y conocimiento a las estrategias de marketing necesarias para la marca. Depende de cómo se va a comunicar con el mercado, quiénes somos y quiénes queremos ser, siendo necesario la estructuración de paquetes para ofertar al turista, seguido de una gestión para la coordinación de los servicios turísticos.

7. Recursos clave

Son los recursos que una operadora debe tener para el desarrollo de las actividades. Esto incluye recursos físicos y financieros. Por consiguiente, el desarrollo de la Operadora Turística se realizará en un local arrendado desde donde se realizarán las actividades propuestas con personal capacitado, y precios competitivos. Además, se contratará un transporte para llevar a cabo la operación de los paquetes turísticos en las mejores condiciones.

8. Asociaciones clave

Las asociaciones clave son aquellos aliados que contribuyen al desarrollo del emprendimiento con el propósito de ofrecer un servicio o un producto complementario, así como también generando un aumento de beneficios a la par, por ende, estos establecimientos deben brindar y garantizar la fiabilidad de los productos generando una propuesta de valor al negocio.

La operadora especializada en turismo de naturaleza realizará alianzas con establecimientos de alimentos y bebidas, áreas de recreación turística e instituciones públicas para la difusión, promoción y comercialización de los paquetes turísticos.

9. Estructura de costes

La estructura de costes se basa en el volumen proyectado de ventas vinculadas a las actividades, socios y recursos clave. Además, permite conocer el soporte financiero que se necesitará para la rentabilidad del establecimiento, teniendo en cuenta los costes fijos y variables.

1.2.5 Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento

El modelo de negocio aplicable para el emprendimiento dentro del análisis Canvas realizado de manera previa es el llamado "Freemium". A continuación, se especifica sus características y porque va a adaptado al emprendimiento.

El término Freemium, se refiere a un modelo de negocio basado principalmente en Internet, acuñado por Jarid Lukin y difundido por el capitalista de riesgo Fred Wilson en su blog. Es un modelo de negocio mixto, que combina servicios básicos gratuitos "FREE" con servicios "PREMIUM" de pago, debido a

estos dos términos se le denomina FREEMIUM. (Osterwalder, et al., 2011) tal como se citó en (Sánchez Cano, 2015).

El modelo de negocio Freemium, al focalizarse a una operadora turística dedicada a la promoción y venta de paquetes turísticos, se consolida como la base para la empresa debido a que está enfocada a la comercialización de viajes con todos los servicios necesarios garantizando la seguridad y comodidad en cada viaje a precios favorables

CAPÍTULO II

2. Estudio de mercado

2.1 Diseño de la investigación

El presente proyecto de emprendimiento utiliza la investigación descriptiva como el principal direccionamiento para llevar a cabo una correcta investigación en el proyecto y obtener resultados positivos.

Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. Describir en este caso es sinónimo de medir. Miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis. El énfasis está en el estudio independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren las mediciones de dos o más características con el fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno. Pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre estas características. En algunos casos los resultados pueden ser usados para predecir (Grajales, s.f.).

Mediante este tipo de investigación se establecerá las características para el análisis de comportamiento y hábito de consumo del servicio a comercializar, este enfoque se desarrollará mediante encuestas. Por lo tanto, con la investigación descriptiva se podrá conocer los datos y características de la población o fenómeno para el respectivo estudio, por ende, se priorizará las respuestas de las personas encuestadas para saber si es factible la Operadora especializada en Turismo de Naturaleza y sus preferencias en cuanto a productos o servicios a ofertar mediante la recopilación de datos.

2.1.1 Tipos de Investigación / Técnicas e instrumentos de recolección

Para poder identificar el mercado meta del emprendimiento se realiza un análisis de los datos y poder obtener un panorama completo del objeto de estudio. Mediante los objetivos planteados y el emprendimiento a desarrollar se ha logrado diseñar el siguiente instrumento:

Encuesta

La presente herramienta cuenta con una técnica de recolección de datos el cual permite obtener datos mediante el cuestionario previamente diseñado por un conjunto de preguntas que nos ayuda a recopilar información concreta de un determinado grupo de personas para proceder a responder mejor a sus necesidades y expectativas.

La estructura de la encuesta está orientada directamente al perfil del consumidor para lograr obtener datos reales del comportamiento de mercado que servirá para el desarrollo del emprendimiento de la Operadora especializada en Turismo de Naturaleza, la cual permitirá determinar una mejor ampliación y aceptación del producto.

El estudio de mercado ayudará a determinar el estudio económico-financiero, que contribuirá a la toma de decisiones y lanzar propuestas para la aceptación del proyecto por parte de la demanda potencial para el desarrollo del emprendimiento, con estrategias de innovación para responder a los desafíos económicos y sociales existentes.

La encuesta consta de 18 preguntas que constan de temas estratégicos, los cuales permiten tomar decisiones adecuadas para direccionar al emprendimiento.

2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

Muestreo no probabilístico

El presente emprendimiento plantea utilizar el método de muestreo no probabilístico, según Quiroga (2011) afirma que, “un muestreo no probabilístico quiere decir que el profesional de mercadeo involucra ciertos juicios de valor conscientes o arbitrarios durante la selección de la muestra. Aunque favorece la operatividad, no es conveniente para el análisis estadístico”. De esta forma se calcula la muestra exclusivamente de un grupo que comparten características similares, generalmente son los más utilizados porque buscan mayor representatividad.

Cálculo de la muestra

El tamaño de la muestra principalmente se basa en la proporción tomada del total de la población, la cual contribuirá a enfocar de manera adecuada los recursos y el estudio de mercado para desarrollar el emprendimiento.

Una muestra estadística es un subconjunto de datos perteneciente a una población de datos. Estadísticamente hablando, debe estar constituido por un cierto número de observaciones que representen adecuadamente el total de los datos (López F. , 2018).

De acuerdo con lo mencionado, se dice que la muestra estadística engloba a una población y de allí se desglosa subconjuntos los cuales son el individuo, donde cada individuo representa la muestra con el propósito de estudiarlos a fondo. Para sacar la muestra, calculamos la población total de cada provincia y sacamos el 60%

Es decir:

Imbabura $476,257 \cdot 60\% = 12,24\%$

Carchi $186,869 \cdot 60\% = 4,80\%$

Pichincha $3,228,233 \cdot 60\% = 82,96\%$

El emprendimiento de la operadora de turismo se pretende instalar en la provincia de Pichincha, los territorios mayormente probables que consuman los paquetes turísticos serán las poblaciones próximas, entre ellas la provincia de Imbabura y la provincia del Carchi; sabiendo que la provincia de Pichincha cuenta con 3,228,233 habitantes, la provincia de Imbabura cuenta con 476,257 habitantes y la provincia del Carchi cuenta con 186,869 habitantes, el total general de la población será de 3.891.359 habitantes.

Fórmula para el cálculo de la muestra de la población finita.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1) + [1.96]^2 \cdot p \cdot q)}$$

Simbología:

N = población

n = muestra

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

z = nivel de confianza

e = margen de error

Donde:

$N = 3.891.359$

$p = 0,5$

$q = 0,5s$

$z = 95\% = 1.96$

$e = 5\%$

Total = 385 encuestas

Para obtener la muestra total se hizo uso de herramientas tecnológicas tales como la Calculadora de Muestras, con un margen de error del 5% y el nivel de confianza de 95% se obtuvo un total de 385 encuestas a ser aplicadas.

Figura 1 Cálculo del tamaño de la muestra

Calculadora de muestra

Nivel de Confianza : 95% 99%

Margen de Error:

Población:

Limpiar

Calcular Muestra

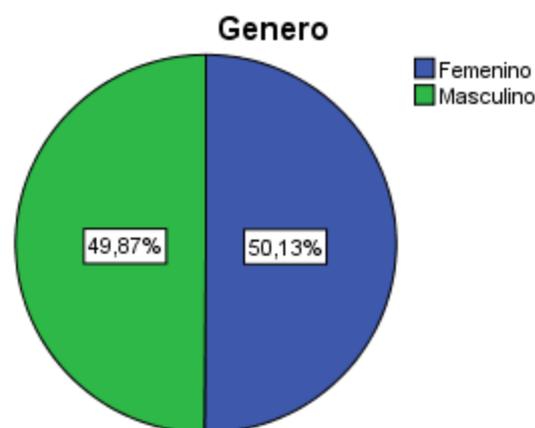
Tamaño de Muestra:

Nota: cálculo de la muestra obtenido de questionpro

El resultado aplicándose a la fórmula de la muestra es de 385 encuestas.

2.1.3 Instrumentos de recolección

Figura 2 *Pregunta 1: Género*

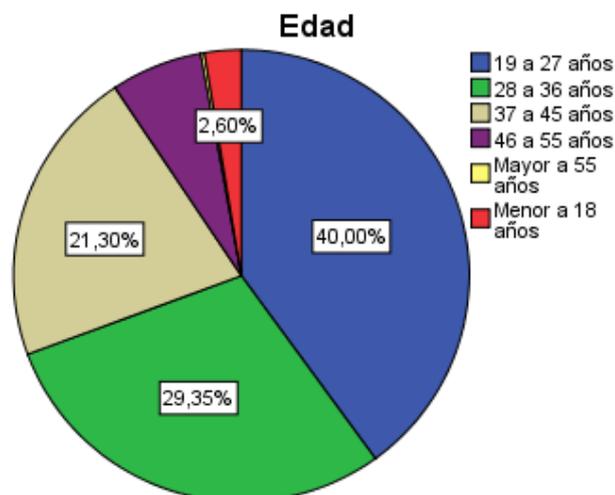


Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS

Como se puede observar en la figura 2, una vez que se obtuvo el resultado de las encuestas, se puede evidenciar que existe una igualdad entre hombres y

mujeres, con una diferencia mínima, puesto a que la operadora está enfocada a brindar servicios tanto a hombres, como mujeres.

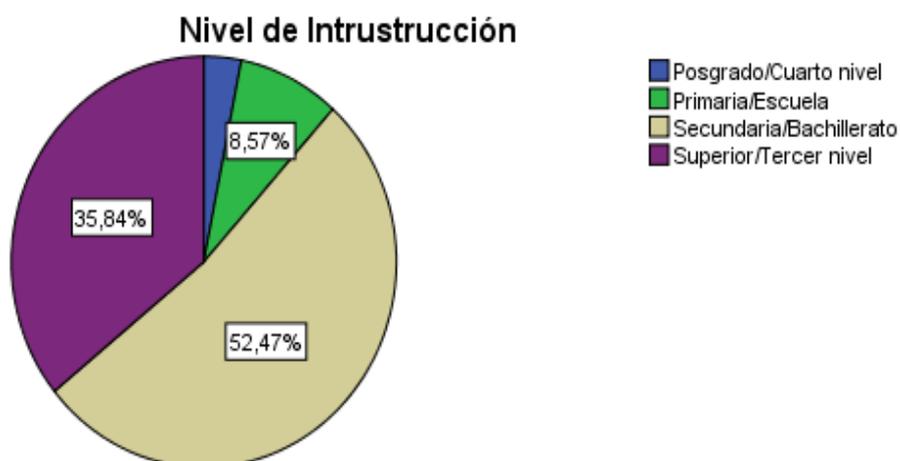
Figura 3 Pregunta 2: Edad



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS

Al concluir con la encuesta de la figura 3 se puede observar que una alta cantidad de personas que respondieron a la misma están entre los 19 a los 27 años. A pesar de que un cierto porcentaje de los encuestados no cuenta con dependencia económica propia. Seguido a eso, están las personas entre 28 a 36 años, los que mayormente cuentan con un trabajo estable y otros con familia que acostumbran a realizar viajes, aunque estos no sean muy concurrentes. Sin embargo, las personas de mayor edad viajan, pero tienen mayores responsabilidades que hasta llegan a perder el interés por viajar, a causa de, la economía, la familia, el trabajo e incluso enfermedades.

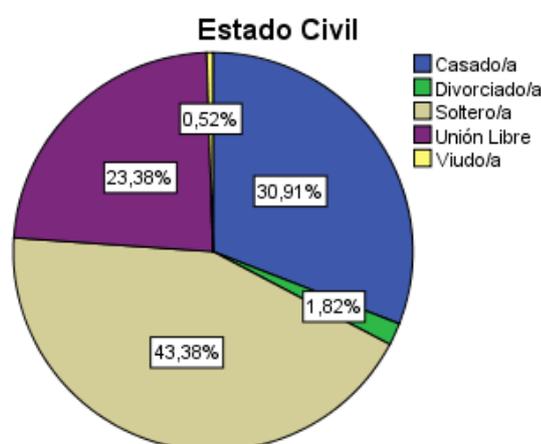
Figura 4 Pregunta 3: Nivel de instrucción



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS

Con el resultado de la figura 4, se puede evidenciar que las personas que tienen mayor interés de realizar este tipo de actividades son personas jóvenes que están cursando o cursaron el bachillerato/secundaria, seguido por personas con educación superior/tercer nivel. Esto se debe a que estando en la secundaria realizan más salidas sin responsabilidades del hogar, sin embargo, ellos no cuentan con estabilidad económica como los de tercer nivel.

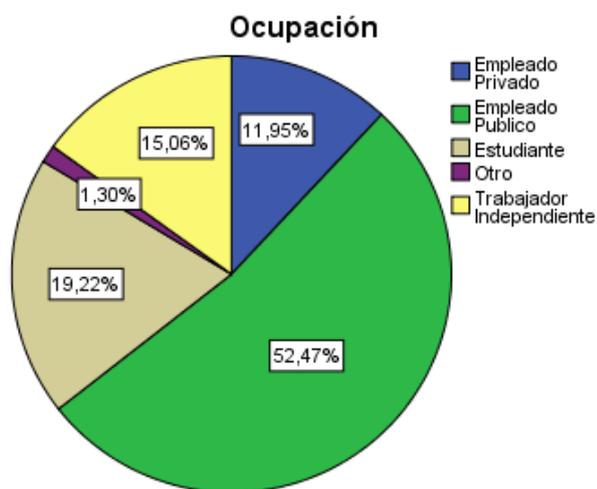
Figura 5 Pregunta 4: Estado civil



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS

La mayoría de la población que respondió a esta pregunta son personas solteras y casadas, es un buen registro para realizar ofertas turísticas familiares, ya que esto llamaría más su interés por seguir realizando viajes.

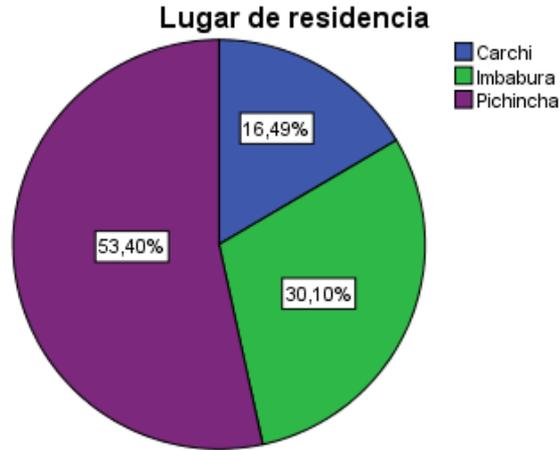
Figura 6 Pregunta 5: Ocupación



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS

La mayor parte de la población que respondió esta encuesta son, empleados públicos, estudiantes y empleado privado quienes son los que más viajes realizan debido a que ya tienen una estabilidad o dependen de alguien para cubrir los gastos como es en el caso de los estudiantes.

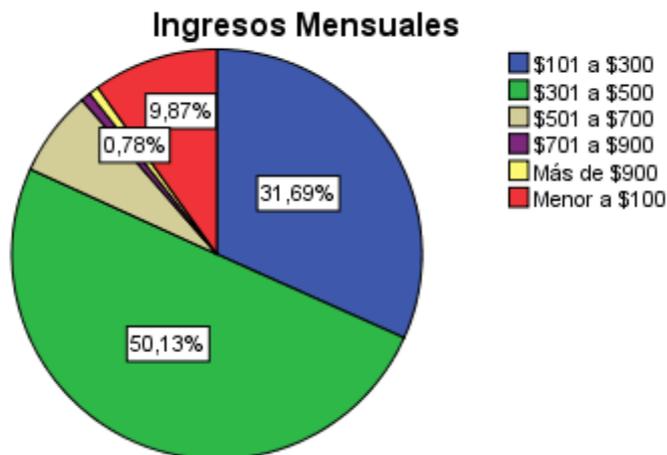
Figura 7 Pregunta 6: Lugar de Residencia



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS

En cuanto a los datos obtenidos a la residencia, se puede observar que la mayor parte de los encuestados son de la Provincia de Pichincha, esto se debe a la proximidad del lugar en donde se va a enfocar los productos turísticos de la operadora y el destino a promocionar, por el hecho de que cuenta con una innumerable riqueza que poco a poco se va haciendo reconocida.

Figura 8 Pregunta 7: Ingresos Mensuales



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS

De acuerdo con la pregunta de ingresos mensuales, la mayoría de las personas encuestadas ganan un salario mínimo y seguido de \$101 a \$300, estos resultados permitirán ofrecer servicios turísticos a precios cómodos y accesibles, siendo servicios accesibles para todo público.

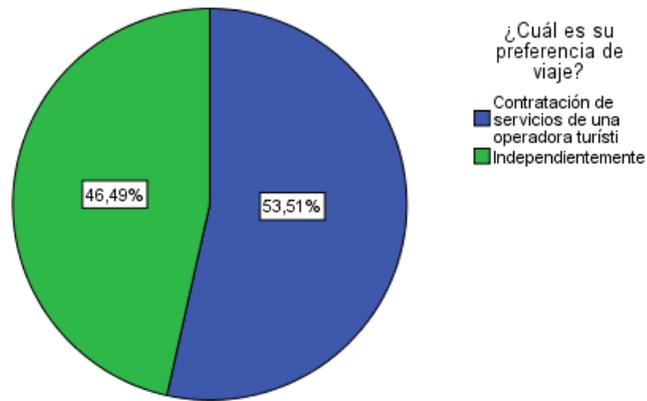
Figura 9 Pregunta 8: ¿Con quién realiza sus viajes?



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS

Según los datos obtenidos de la figura 9, se puede evidenciar que la mayoría de las personas realiza sus viajes con familiares y también con amigos, este resultado deduce que la mayor parte de las personas encuestadas busca ofertas de viajes para optimizar los costos.

Figura 10 Pregunta 9: ¿Cuál es su preferencia de viaje?



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS

En cuanto a los resultados obtenidos de preferencia de viaje, se puede evidenciar que la mayoría de las personas viajan independientemente, esto debido a diferentes causas como: desconocimiento de los servicios que ofrece una operadora turística o carencia en la prestación de servicios en el cantón.

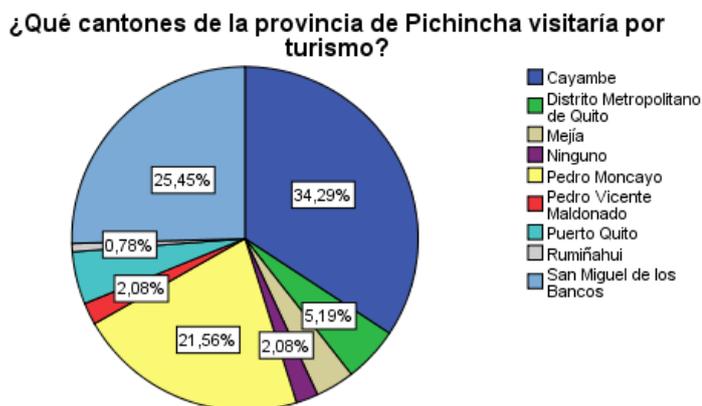
Figura 11 Pregunta 10: ¿Cuán motivado estaría en visitar un entorno natural?



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS

Con los resultados obtenidos de la figura 11 se puede evidenciar claramente que, la mayoría de las personas han visitado entornos naturales y están completamente motivados por seguir haciéndolo.

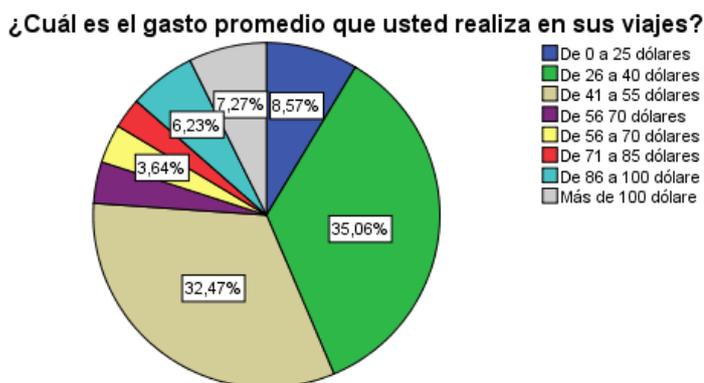
Figura 12 Pregunta 11: ¿Qué cantones de la provincia de Pichincha visitaría por turismo?



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS

Es muy notorio que las personas encuestadas han visitado el cantón de Cayambe a comparación de otros cantones, teniendo en cuenta que el turismo en el sitio no es muy ofertado.

Figura 13 Pregunta 12: ¿Cuál es el gasto promedio que usted realiza en sus viajes?

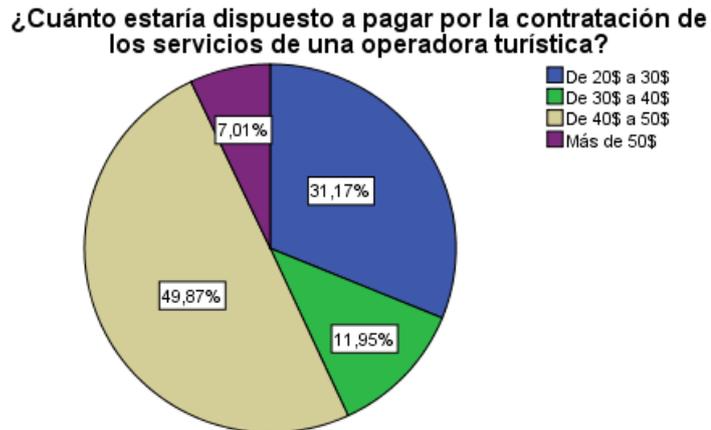


Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en la figura 13 se evidencia que, el promedio de gasto que más realizan en sus viajes es de 26 a 40 dólares, lo

que se considera que son precios adecuados y económicos que una operadora turística puede ofrecer.

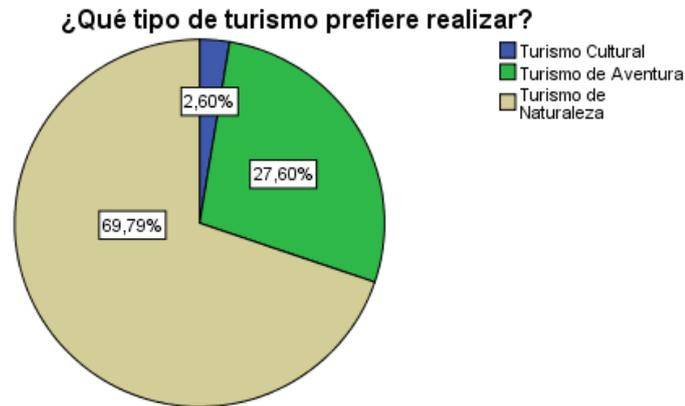
Figura 14 Pregunta 13: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la contratación de los servicios de una operadora turística?



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS

Tomando los datos que se muestran en la figura 15 relacionado con los precios que estarían dispuestos a pagar por los servicios de una operadora turística, se tuvo mayor aceptación en precios de \$40 a \$50, seguidamente de \$20 a \$30, por lo que es importante realizar paquetes que se acoplen a estos datos ofreciendo un servicio de calidad.

Figura 15 Pregunta 14: ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en la figura 15, se evidencia que la preferencia de los encuestados es realizar turismo de naturaleza y turismo de aventura, considerando que la operadora está enfocada en realizar paquetes turísticos con estas actividades.

Figura 16 Pregunta 15: ¿Qué actividades le gustaría realizar?

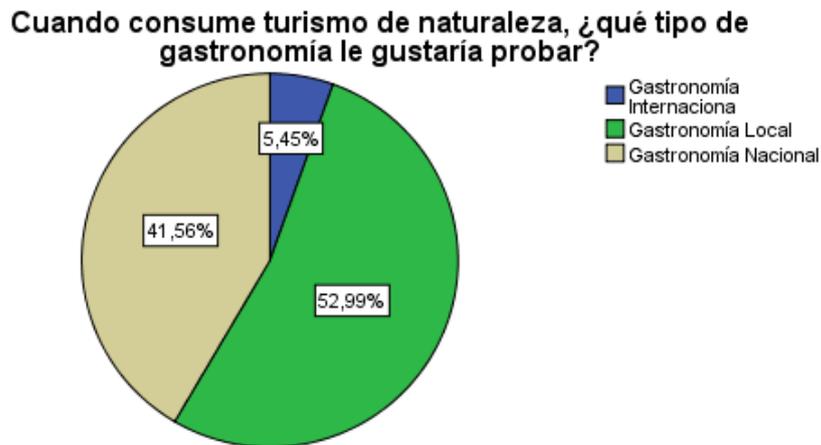


Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS.

La mayor parte de las personas encuestadas prefiere realizar actividades de: Observación de flora y fauna, Senderismo, Costumbres y tradiciones, debido a la cantidad de recursos naturales que este posee, tomando en cuenta que una de las actividades fuertes del cantón Cayambe son las festividades y senderismo

por contar con un maravilloso paisaje a los pies del nevado cuyo nombre es el mismo del cantón.

Figura 17 Pregunta 16: Cuando consume turismo de naturaleza, ¿Qué tipo de gastronomía le gustaría probar?

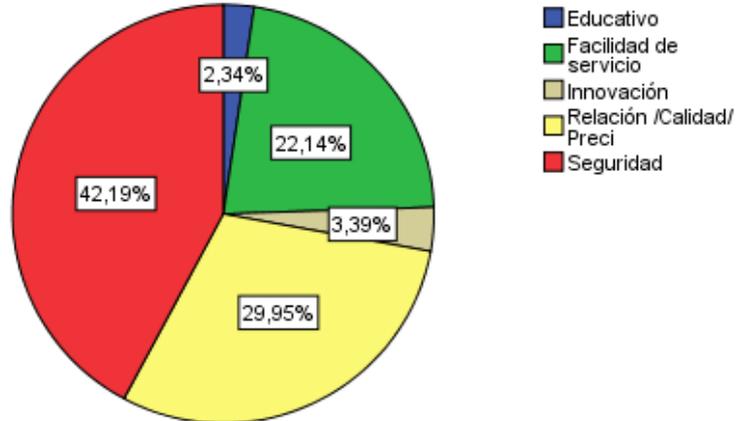


Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS.

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en la figura 17, se evidencia que la preferencia de las personas encuestadas en cuanto a gastronomía, prefieren la gastronomía local, generando un aspecto positivo porque con la implementación de la operadora se contribuirá a la promoción y consumo turístico.

Figura 18 Pregunta 17: ¿Qué factores considera importante al contratar un paquete turístico?

¿Qué factores considera importante al contratar un paquete turístico?



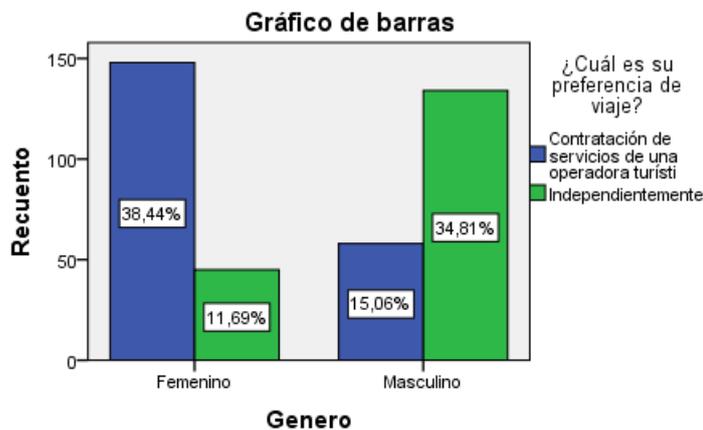
Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS.

La población encuestada en la figura 18 menciona que los aspectos importantes al contratar los servicios de un paquete turístico son con base en la seguridad, calidad e innovación, si bien es cierto, se necesita ser creativos y no mantener lo cotidiano si se quiere estar al margen del consumidor.

2.1.4 Segmentación del mercado consumidor

Cruce de variables

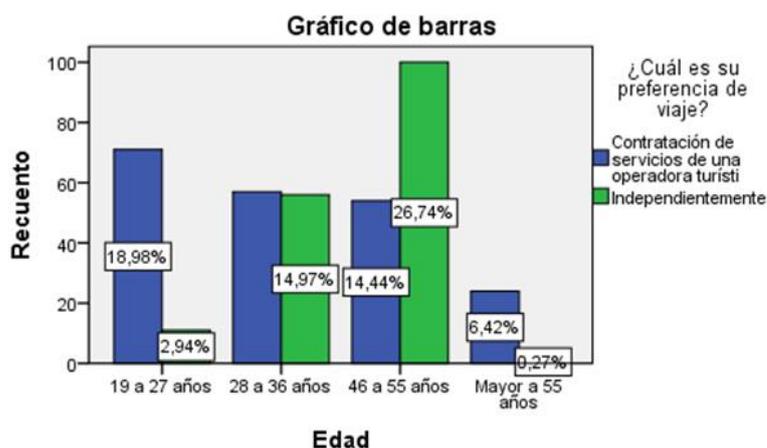
Figura 19 Cruce de Variables. Pregunta 1



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS.

Como se puede observar en la figura 19, las mujeres prefieren contratar los servicios de una operadora de turismo para realizar sus viajes, la causa se debe a la seguridad que brinda al ser una empresa ya establecida, a diferencia de los hombres que deciden viajar independientemente debido a su personalidad.

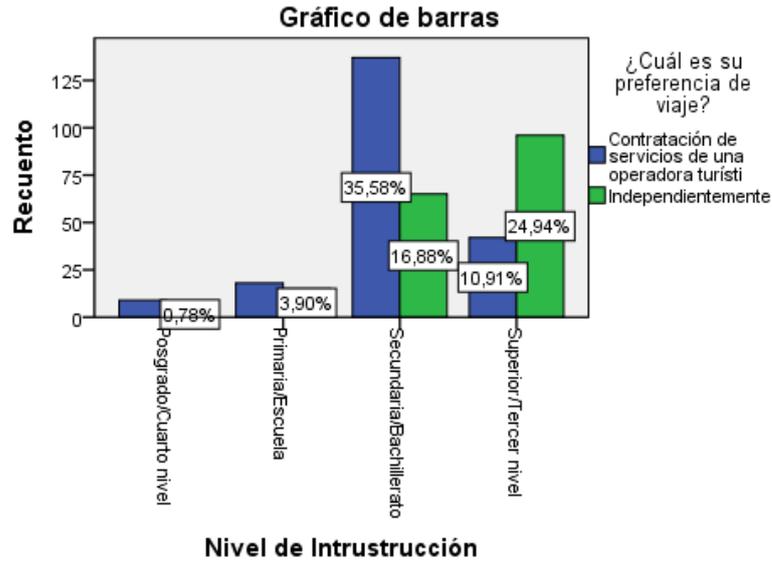
Figura 20 Cruce de variables. Pregunta 2



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS.

En la figura 20 se puede observar que una alta cantidad de personas que respondieron a la encuesta están entre los 19 a los 27 años, son estudiantes y trabajadores privados e independientes, sin embargo, un porcentaje de los encuestados no cuenta con una economía propia, por ello, deciden viajar en familia o amigos para economizar costos. Seguido a eso están las personas entre 28 a 36 años los que mayormente cuentan con un trabajo estable y otros con familia que acostumbran a realizar viajes contratando los servicios de una operadora de turismo. Además, las personas de mayor edad viajan, pero en cantidad mínima porque tienen mayores responsabilidades.

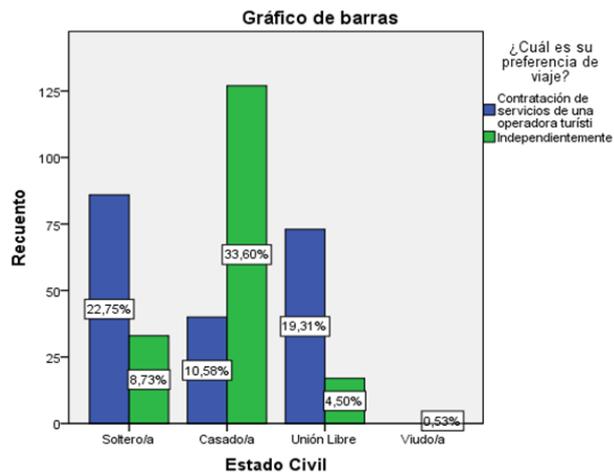
Figura 21 Cruce de variables. Pregunta 3



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS.

En la figura 21 se puede evidenciar que las personas que tienen mayor interés en contratar los servicios de una operadora turística son personas que cursaron o están cursando el bachillerato/secundaria, esto debido a que existe la facilidad de servicio, seguridad, respaldo y paquetes grupales especiales permitiéndoles economizar gastos.

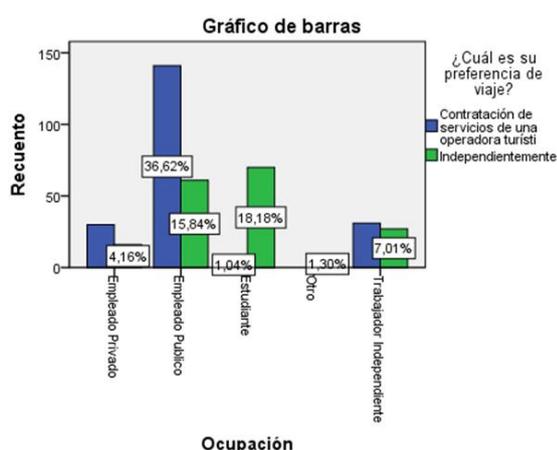
Figura 22 Cruce de variables. Pregunta 4



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS.

La mayoría de la población que respondió a esta encuesta son personas solteras las que deciden contratar los servicios de una operadora turística porque les posibilita conocer nuevas amistades y acorde a ello, se considera realizar ofertas recreacionales y juveniles ya que esto llamaría más su interés por seguir realizando viajes.

Figura 23 Cruce de variables. Pregunta 5



Nota: elaborado por las autoras, en el programa digital SPSS.

La mayor parte de la población que respondió a favor de la contratación de una operadora son empleados públicos ya que tienen un trabajo estable lo que permite realizar viajes seguidos, mientras tanto, el resto no tiene dependencia económica, sin embargo, lo hacen a través de familiares y amigos, consecuentemente se tomará en cuenta al momento de ofrecer servicios y paquetes turísticos.

Tabla 2 Segmentación de mercado

Producto turístico: OPERADORA DE TURISMO DE NATURALEZA EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA

	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
País:	Ecuador	17,510.643	100%
Región:	Sierra	7,529.576	43,00%
Provincia/s:	Pichincha, Carchi, Imbabura	3.891.359	22,22%
Ciudad:	Cayambe		
<i>1er Resultado: 3.891.359 personas de las provincias de Pichincha, Imbabura y Carchi.</i>			

	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
Género:	Masculino y femenino	3.891.359	100%
Edad:	19-36	2.698.657	69%
Estado civil:	Solteros y casados	2.004.833	74.3%
Ocupación:	Empleados públicos y privados	1.593.441	79%
Ingresos:	> 400usd	1.303.753	82%
<i>2do Resultado: 1.303.753 hombres y mujeres en edades de 19 a 36 años de estado civil solteros y casados, que trabajan y ganan más de \$400.</i>			

	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
Estilo de vida	Operadora turística	697.638	53.51%
<i>Mercado meta: 697.638 hombres y mujeres que viven en las provincias de Imbabura, Pichincha y Carchi, entre 19 a 36 años, solteros y casados, que trabajan y ganan más de \$400, que contratan servicios de una operadora turística.</i>			

Nota: Elaborado por las autoras

Análisis del perfil del turista

Mediante la tabla de segmentación de mercado se determinó el perfil del turista que se establece para la operadora de turismo, basado en las preguntas sociodemográficas, la cual nos muestra que, la mayoría son provenientes de

Quito – Pichincha, de género masculino y femenino, mayoritariamente son mujeres; con un rango de edades entre 19 a 36 años, con un estado civil entre solteros y casados, perteneciente al sector público con un nivel de instrucción académica de tercer nivel y un ingreso económico mayor a \$400, quienes consumirían los productos o paquetes turísticos enfocados en entornos naturales.

Preferencias de consumo del producto/comportamiento del consumidor

Los resultados obtenidos de las encuestas están direccionadas a las preferencias de consumo del turista, mediante las cuales permitirá tomar en cuenta para el diseño de nuevos productos en el cantón Cayambe. Reflejando que los viajes lo realizan principalmente con familia y amigos, prefiriendo optar por la contratación de una operadora de turismo por la facilidad de servicio y motivados por visitar entornos naturales. Además, se evidencia que el gasto promedio que realizan en sus viajes es de \$26 a \$40, puesto que, para la contratación de los servicios de una operadora turística, estarían de acuerdo en cancelar de \$40 a \$50 acorde al paquete enfocado al turismo natural; interesados por realizar actividades como: observación de flora y fauna, senderismo, conocer costumbres y tradiciones de la localidad, y cabalgatas. Por otro lado, prefieren consumir una gastronomía local y nacional; también el factor fundamental que consideran al contratar un paquete turístico es con base en, la seguridad, la relación, calidad, precio y facilidad de servicio.

2.1.5 Análisis de la demanda

Para el estudio de mercado de la operadora turística, se ha indagado las variables para conocer el comportamiento de mercado y cuáles son sus

preferencias, como: si al existir una operadora de turismo en el cantón Cayambe, optarían por sus servicios; así mismo, en cuanto a los precios que estén dispuestos a pagar por adquirir servicios seguros, de calidad e innovadores.

Tabla 3 *Demanda potencial*

Población de las provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha	3.891.359
Nro de consumidores de la Demanda Potencial	697.638
Fuente: encuesta – investigación de mercado	

Nota: *Elaborado por las autoras, 2023*

2.1.6 Análisis de la oferta

Con base en la investigación realizada, se determina que el porcentaje de aceptación en adquirir los servicios que ofrecerá la operadora especializada en turismo de naturaleza es de 53.51% lo que representa un número de 697.638 que optarán por paquetes turísticos en entornos de naturaleza.

Tabla 4 *Cantidad de turistas anuales que recibe la competencia*

Nombre	Especialización	Ubicación	Tiempo de funcionamiento	Cant. 2021
Tour operadora Cayambe Travel	Turismo de montaña	Cayambe	6 años	700
All Tour Ecuador-Tourism Agency, Operator	Turismo de aventura, naturaleza,	Quito	20 años	900

Mountain Tours – Agencia de viajes	Ecoturismo	Quito	7 años	1.200
Ecosierra tour operator	Turismo de Aventura	Ibarra	12 años	1.800
Nariño Travels Ipiales	Turismo de excursiones	Ipiales	5 años	1.320
Mochileando Viajes y Turismo MVT – Agencia de turismo	Turismo de naturaleza y aventura	Ibarra	10 años	1.120
Total				7.040

Nota: Elaborado por las autoras, 2023

2.1.7 Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto.

Tabla 5 *Proyección de la demanda insatisfecha.*

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
Año1	1.303,753	7.040	1.296,713

Tabla 6 *Proyección de la demanda objetiva*

Año	Demanda insatisfecha	Capacidad	Demanda objetiva
Año 1	1.296,713	697.638	697.638

Nota: Elaborado por las autoras

2.2 Propuesta mercadológica

2.2.1 Logotipo

Figura 24 *Kawsari Tours*



Descubre las rutas latiendo a tu ritmo

Nota: Elaborado por las autoras en la aplicación Free Logo Maker.

Marca

“Kawsari tours”

Se ha definido el nombre de la empresa como “Kawsari” que proviene del vocablo kichwa que traducido al español significa “renacer”

Tours: proveniente del inglés que traducido al español significa viajar

Al unir las palabras tenemos como resultado Renace viajando.

En el cantón Cayambe existe una carencia de operadoras turísticas que están ofertando paquetes a sitios que recién están fomentando el turismo, por lo tanto, con la implementación de la operadora se ayuda a sobresalir económicamente a las comunidades beneficiarias. Además, se aportará a que las personas conozcan lugares poco concurridos y salgan de su cotidianidad, que puedan descargar sus energías con el disfrute en áreas naturales y nuevas experiencias.

Slogan

“Descubre las rutas latiendo a tu ritmo”

Significado

Cayambe ubicada al norte del país, combinada de una exuberante mezcla de historia, tradiciones, gastronomía, sobre todo de gente cálida y amable en lugares poco reconocidos, por tal motivo se denomina el eslogan de la operadora como: “*Descubre las rutas latiendo a tu ritmo*” debido a que, se acopla a las necesidades de los turistas. Consecuentemente, el personal de trabajo dispondrá de uniforme con imagen corporativa como: gorras, camisetas y buffs.

Elementos del logo

Este representa lo más destacado del cantón, en la actualidad se trata de impulsar el turismo, explotando los recursos naturales que este posee. La montaña representa al Volcán Cayambe, el único que es atravesado por la línea ecuatorial, al mismo tiempo es el sitio más alto en el mundo desde la Latitud Cero, teniendo un valor histórico e importante para las comunidades aledañas. El campamento y los árboles muestran la belleza paisajística, sus extensas llanuras de tierras fértiles, bosques con plantas endémicas que abarcan una fauna increíble y representativa, así mismo el sol representa el oro, la calidez y luz, debido a que, desde ahí parte el nacimiento de una nueva vida. La línea roja representa la lucha y resistencia del pueblo Kayambi, de igual modo el cóndor andino es un símbolo emblemático del país, ya que, a través de él demuestran libertad, poder e historia sobre los pueblos indígenas.

Escala cromática de colores

Amarillo: representa al oro, sol y luz que significa calidez, amabilidad en sus habitantes.

Verde: representa a la flora, los diferentes atractivos naturales y la riqueza paisajística que posee el cantón.

Celeste: el color que representa la pureza del agua y cielo, también a la divinidad de los acuíferos, ríos y lagunas.

Rojo: representa la lucha del pueblo Kayambi en defensa de los derechos humanos, también, la amabilidad, fuerza, el poder y sobre todo amor.

Café/marrón: este color representa a la calidad, seguridad, resiliencia, constancia y sobre todo a la Pacha mama en donde sale la producción de alimentos que solventan a las comunidades y sobre todo es donde está asentado el majestuoso nevado Cayambe.

Negro: Este color representa la nobleza, elegancia, la fortaleza, seriedad con el trabajo, también representa la riqueza de la producción del suelo.

CAPÍTULO III

Estudio Técnico

3.1 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa

3.1.1 Identificación de la demanda

La demanda potencial para la operadora de turismo de naturaleza es un aproximado de 697.638 personas de las provincias de Pichincha, Imbabura y Carchi entre hombre y mujeres que están económicamente activas, con características de 19 a 36 años, entre solteros y casados, los mismos que tienen una instrucción de bachillerato y nivel superior, y ganan más de \$400.

3.1.2 Número de clientes proyectados

La demanda objetiva al año es de 1825 personas luego de haber obtenida la población de las tres provincias de 3.891.359 generando una demanda insatisfecha de 693.338

Población: 3.891.359

Demanda insatisfecha: 693.338

Clientes proyectados al primer año: 1825

3.1.3 Consumo aparente con respecto a los servicios demandados

Los posibles consumidores de la operadora de turismo de naturaleza son de 1825 personas que opte por adquirir paquetes turísticos y que estarán motivados por productos de entornos naturales.

3.2 Análisis espacial de la empresa

3.2.1 Macro localización:

Figura 25 *Mapa del Ecuador*



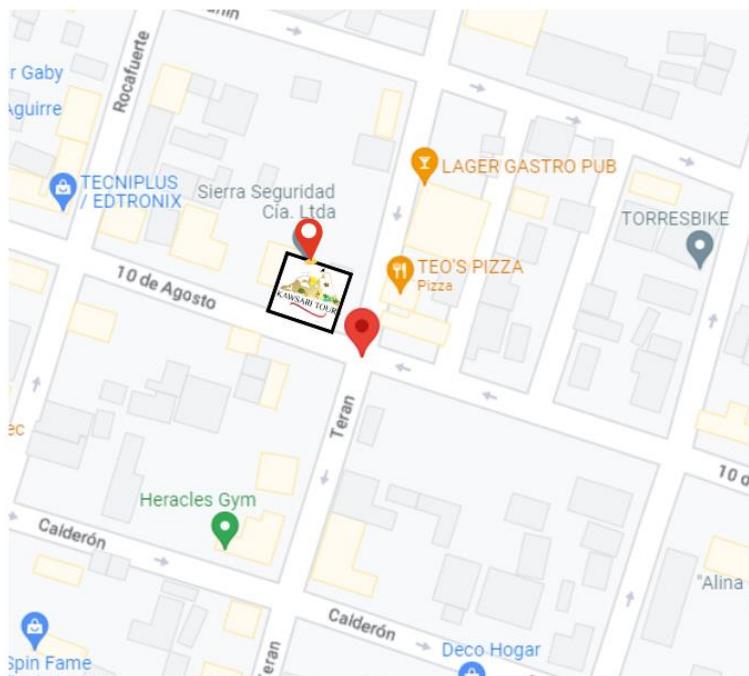
Nota: El gráfico representa la macro y micro localización de Cayambe. Tomado de *repositorio.flacsoandes* (p.13), por G. Tutillo, 2010, <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/2401/2/TFLACSO-2010GT.pdf>

Análisis

El Ecuador con una superficie de 256.370 km² es un país con gran riqueza natural y cultural en sus cuatro regiones, un lugar donde se concentra una impresionante biodiversidad única en el mundo. Se destacan diferentes provincias, por lo tanto, la provincia de Pichincha ha sido elegida para realizar el emprendimiento, específicamente en la ciudad de Cayambe debido a que el mercado consumidor más próximo son de la ciudad de Quito, Otavalo e Ibarra. Además, el acceso a la ciudad de Cayambe son vías de primer orden y posee una temperatura que varía de 10 °C a 20 °C. El emprendimiento al situarse en el centro de la ciudad contará con los servicios de agua potable, energía eléctrica y servicio de telefonía e internet.

3.2.2 Micro localización:

Figura 26 *Plano de micro localización*



Nota: Elaborado por las autoras a partir de Google maps

Análisis

El cantón Cayambe recibe la declaratoria de pueblo mágico, un lugar ideal para recibir a turistas nacionales y extranjeros por las riquezas turísticas que posee, por ello, la ubicación del emprendimiento será en el centro de la ciudad, en la calle Terán y 10 de agosto, la ubicación elegida es por la facilidad de acceso vehicular y peatonal; razón por la cual es un lugar factible para ofertar los distintos paquetes turísticos dando así a conocer el cantón.

3.3 Identificación y descripción de los procesos

El cantón Cayambe, es un sitio estratégico para el aprovechamiento del turismo a través de una operadora de turismo de naturaleza Kawsari Tours, dado que el cantón cuenta con diferentes atractivos naturales como: El nevado Cayambe, cascadas de Cariacu, bosque de buga en Paquiestancia, terma las Golondrinas en la Chimba, formaciones rocosas que tiene forma de ventanas en

Pesillo, y en cuanto al turismo comunitario esta COJIM (Corporación de Organizaciones Campesinas Indígenas Juan Montalvo) entre otros, que en la mayor parte de los atractivos son poco promocionados y requieren de apoyo para que puedan desarrollarse turísticamente.

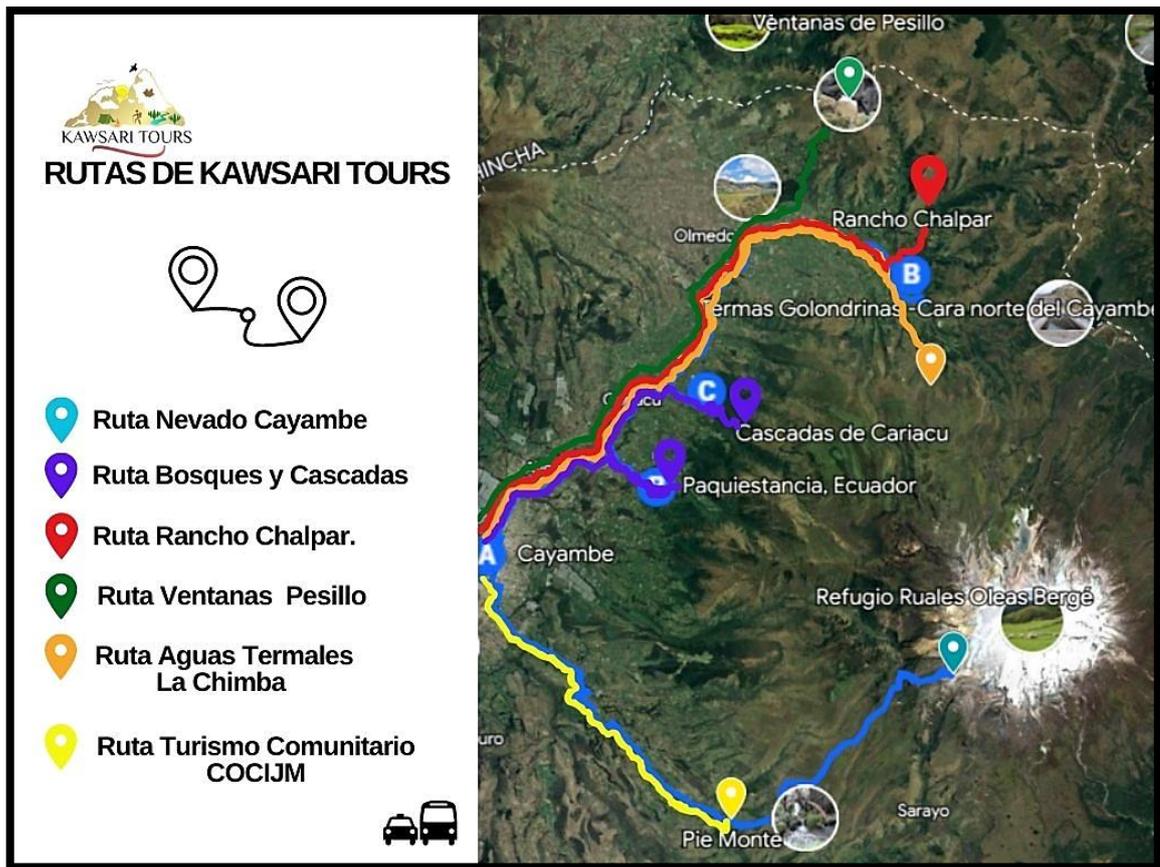
3.3.1 Caracterización y diseño del producto/servicio

Los productos que se ofertarán en la operadora se basan en experiencias en el cual los turistas entran en contacto directo con la naturaleza donde aprenderán la importancia de su cuidado y conservación. Además, dado el comportamiento de consumo de los turistas, implica que una operadora de turismo debería proporcionar paquetes a sitios naturales por un precio que no supere los 100USD, aunque se puede plantear variedades de paquetes que se ajustan a las preferencias y presupuesto del mercado consumidor.

3.3.2 Caracterización de los paquetes.

Los productos constarán de un Full Day, los mismos que contengan diferentes actividades al aire libre, son diseñados de acuerdo con los criterios que han presentado los segmentos de mercado a los que se aspira acoger garantizando experiencias únicas. Para el funcionamiento se ha creado 6 paquetes con diferentes rangos de dificultad, mismo que contengan actividades al aire libre los cuales se detallarán a continuación:

Figura 27 *Ruta de paquetes turísticos*



Nota: Elaborado por las autoras en google maps, 2023.

Producto N° 1: Paquete turístico Nevado Cayambe

Se ha planteado la ruta al nevado Cayambe como el producto principal, debido a su exuberante belleza paisajística y ser el más imponente del Ecuador, visitado por turistas extranjeros y nacionales, aficionados y dispuestos por coronarlo, otros con la motivación de conocer y vivir la experiencia de tocar e interactuar con la nieve.

En el transcurso del camino se podrá apreciar los volcanes y lagunas que lo rodean como son: el Volcán Antisana, volcán Cotopaxi, Cerro Sara Urco, Laguna Yanacocha; además de la fauna silvestre como: el venado, conejos, lobo de monte, zorros, el cóndor, y entre otros, si se cuenta con un buen clima. Este

paquete turístico se lo diseñó para personas amantes de las montañas, el trekking y senderismo; una buena opción para ver hermosos paisajes naturales.

El tiempo del recorrido está estimado de 9 horas aproximadamente, en caso de surgir algún percance, tomando en cuenta el tiempo de espera de salida hacia el atractivo, considerando que a mitad del recorrido se debe realizar un registro de datos de todos los miembros del grupo con el número de cédula y lugar de procedencia; en el control de Pie Monte Zona Alta porque es el ingreso al Área Protegida a cargo del MAATE (Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica). Para ello, se estipula salir a la 7H00 de la mañana realizar el recorrido y al momento de retornar hacer una parada y degustar del almuerzo en un emprendimiento de la comunidad.

Dentro de las actividades a realizar están: senderismo hacia la Laguna Verde, trata de un recorrido alrededor de una hora y 30 minutos, esta laguna se encuentra a los 4830 msnm., toma el nombre de Laguna Verde debido a su alto contenido de azufre. Otra de las actividades a realizar es el sendero hacia el Glaciar Hermoso, éste toma de 30 a 45 minutos de caminata, tiene una distancia de 0.7 km y se encuentra a 4630 msnm.

Dentro de estas actividades del paquete turístico abarca el álbum de fotografías y videos, los cuales se les compartirá por Google Drive, por ello, se les toma los datos personales al momento de optar por el tour.

Con respecto al precio está estipulado en \$30, éste se estableció debió a los servicios que van a ir incluidos en el paquete como son: transporte, alimentación, box lonch, guía, además, el IVA, los beneficios para el funcionamiento y mantenimiento de la operadora.

Con respecto al número de participante se estableció un total de 20 personas debido a que tratar un grupo más amplio se corre el riesgo de tener alguna eventualidad y dificulte el recorrido, por tal motivo se estableció un promedio de 15 a 20 PAX y se dispondrá de dos guías especializados, el primero es el líder del grupo, se encarga de establecer la ruta, mientras que el otro guía es el encargado de cerrar el grupo, es decir, que tiene la función de ver y motivar que todas las personas lleguen al destino, además, estar atento ante cualquier emergencia.

Tabla 7 Cotización Paquete turístico Nevado Cayambe

PAQUETE TURÍSTICO NEVADO CAYAMBE				
No. PAX		15		
INSUMOS	DETALLE	COSTO GENERAL	COSTO POR PERSONA	TOTAL
Transporte	Buseta	100	6,67	100
Transporte	4x4 al refugio	70	4,67	70
Guía	2 guías	60	4,00	60
Alimentación	Bebida + fruta + galleta	22,5	1,5	22,5
Alimentación	Almuerzo	49,5	3,3	49,5
			COSTO TOTAL	302
			COSTO POR PERSONA	20,13
UTILIDAD			30%	6,04
			PVP (30% UTIL)	26,17
			IVA 12%	\$ 3,14
			PVP AL CLIENTE	\$ 29,31

Nota: Elaborado por las autoras, 2023.

Tabla 8 *Itinerario Nevado Cayambe*

Hora	Lugar /Descripción
7:00	Quito <ul style="list-style-type: none">• Recepción de grupo• Bienvenida
8:30	Cayambe <ul style="list-style-type: none">• Instrucciones• Información
10:00	Llegada al refugio Ruales Oleas Berge. <ul style="list-style-type: none">• Descripción del lugar• Instrucciones• Refrigerio• Recomendaciones
11:30	Llegada laguna verde. <ul style="list-style-type: none">• Descripción del lugar
13:30	Llegada al glaciar hermoso. <ul style="list-style-type: none">• Descripción del lugar• Descanso
15:00	Almuerzo <ul style="list-style-type: none">• Comida tradicional
17:00	Llegada al punto de partida <ul style="list-style-type: none">• Agradecimientos

Nota. Elaborado por las autoras, 2023.

Recomendaciones:

- Bloqueador solar
- Ropa térmica
- Gorra
- Guantes
- Buff

Incluye:

- Almuerzo
- Seguridad
- Guía
- Entrada
- Fotografías
- Camioneta de ingreso al refugio

No incluye

- Ningún servicio no detallado en el itinerario

Producto N° 2: Paquete turístico Bosques y cascadas

Ubicado en la Parroquia de Ayora, comunidad de Paquiestancia y comunidad de Cariacu, están constituidos dos lugares naturales con características similares. Bosque de Paquiestancia, este forma parte de un bosque primario y entre lo más destacado está el bosque Buga y la cascada que tiene el mismo nombre. En el bosque se puede observar diferentes tipos de árboles como son: el pumamaqui, pinan, y el arrayan más viejo del sector que forma parte de los árboles energéticos permitiéndose entrar en conciencia, descargar el estrés al momento de entrar en contacto con el mismo.

Cariacu posee diferentes cascadas de diferentes tamaños, pero siendo la Cascada Kuchi Kama (Cama de chanchos en idioma Kichwa) una de las más visitadas porque cuenta con un recorrido de fácil acceso, en su trayecto se puede observar diferentes especies de plantas, animales y con mucha suerte avistar cóndores. Ésta cascada tiene una altura de aproximadamente de 20 metros

El resto de las cascadas son de menor tamaño, pero igual de atractivas, existe la disponibilidad de nadar en las pequeñas balnearios de agua completamente cristalina y limpias debido a que alejan la mala energía y por ello es un punto de purificación de la comunidad.

El tiempo del recorrido está estimado de 8 horas aproximadamente, tomando en cuenta que son áreas boscosas y húmedas. Por tal motivo, se estipula salir a las 7H00 de la mañana así evitar cualquier contratiempo. Antes de retornar al

punto de inicio se prevé degustar platos típicos de la comunidad para apoyar la economía local.

Dentro de las actividades a realizar están: senderismo hacia el bosque Buga en la comunidad de Paquiestancia hasta llegar a la cascada, el mismo que tendrá una duración de trata de un recorrido alrededor de dos horas, en el trascurso del camino se hablará sobre la importancia del cuidado del medio ambiente, posteriormente se visitará la cascada de la comunidad de Cariacu con una caminata de 20 minutos aproximadamente.

En este paquete turístico incluye el álbum de fotografías y videos, que les permitirá tener un recuerdo memorable del recorrido, éstos se les compartirá por Google Drive, por ello, se hará el respectivo registro de los datos personales al momento de optar por el tour.

Con respecto al precio está estipulado en \$15, éste se estableció debió a los servicios que van incluidos en el paquete como son: transporte, alimentación, box lonch, guía, además, el IVA, los beneficios para el funcionamiento y mantenimiento de la operadora.

Con respecto al número de participante se estableció un total de 15 a 20 personas debido a que es más fácil manejar un grupo reducido, el mismo que estará dividido en dos grupos., cada grupo dispondrá de guías los que deben estar atentos ante cualquier duda, inquietud o incluso emergencia.

Tabla 9 Cotización Paquete Turístico Bosques y cascadas

PAQUETE TURÍSTICO CASCADAS DE CARIACU Y BOSQUE DE ARRAYANES PAQUIESTANCIA				
No. PAX	15			
INSUMOS	DETALLE	COSTO GENERAL	COSTO POR PERSONA	TOTAL
Transporte	Buseta	70	4,67	70

Guía	1 guía	25	1,67	25
Alimentación	1 sandwich + bebida y fruta	22,5	1,5	22,5
Almuerzo	Comida tradicional	4	3,3	0,22
Ingreso	Ingreso al centro comunitario	40	2	30
COSTO TOTAL				147,72
COSTO POR PERSONA				9,85
UTILIDAD 30%				2,95
PVP (30% UTIL)				12,80
IVA 12%				\$ 1,54
PVP AL CLIENTE				\$ 14,34

Nota: Elaborado por las autoras, 2023.

Tabla 10 *Itinerario Paquete Turístico Bosques y Cascadas*

Hora	Lugar/descripción
7:00	Salida Cayambe <ul style="list-style-type: none"> • Recepción del grupo • Bienvenida • Instrucciones • Recomendaciones
8:30	<ul style="list-style-type: none"> • Llegada al bosque Buga • Llegada a la cascada • Descripción del lugar
10:30	<ul style="list-style-type: none"> • Refrigerio
11:30	<ul style="list-style-type: none"> • Llegada a la Comunidad de Cariacu • Indicaciones
12:00	<ul style="list-style-type: none"> • Trekking a las cascadas • Descripción del lugar
15:00	<ul style="list-style-type: none"> • Almuerzo • Descanso
16:00	<ul style="list-style-type: none"> • Retorno al punto de partida • Agradecimiento

Nota: Elaborado por las autoras, 2023.

Recomendaciones:

- Bloqueador solar
- Ropa ligera
- Gorra
- Buff
- Botas o zapatos adicionales
- Poncho de agua

Incluye:

- Almuerzo
- Seguridad
- Guía
- Entradas
- Fotografías

No incluye

- Ningún servicio no detallado en el itinerario

Producto N° 3: Paquete turístico Rancho Chalpar

Rancho Chalpar se encuentra en ubicado en la provincia de Pichincha, cantón Cayambe en la parroquia de Olmedo, rodeado de una exuberante belleza paisajística alejado de la ciudad, ideal para tener una conexión con la naturaleza y relajarse.

Aquí se puede realizar diferentes actividades entre ella está el avistamiento del oso de anteojos, venados, tapir, lobo andino y entre otros animales silvestres. En el trascurso del recorrido hay una serie de cuerdas, como columpios y redes lo que hacen más dinámica hasta llegar a la cascada, el tiempo estimado es de aproximada mente una hora.

Para realizar esta caminata por el sendero es importante tomar en cuenta los equipos a llevar porque el atractivo al ser un lugar con clima húmedo tropical, el

sendero es poco resbaloso, por ende, hay que hacer uso de los equipos para disfrutar de mejor manera el recorrido.

El tiempo del trayecto es de 8 horas aproximadamente, tiempo suficiente para solucionar cualquier percance y disfrutar de todas las actividades propuestas en el itinerario, por ende, se prevé empezar el recorrido a las 7h00 de la mañana y finalizar de 15h00 a 16h00 tiempo estimado para que los turistas puedan retornar con seguridad a sus hogares.

Dentro de las actividades es opcional que el visitante pueda participar de la pesca deportiva para preparar el almuerzo al instante y degustar de un exquisito plato tradicional del lugar. Este paquete se lo realizó para personas que tienen gusto por interactuar con la naturaleza en áreas naturales, por senderos que les permita convivir con la vida silvestre.

Con respecto al precio está estipulado en \$20, debido a que incluye servicios tales como: transporte, alimentación, box lonch, guía, y el IVA.

Se estableció un promedio de 20 a 25 PAX debido a que tratar un grupo más amplio se corre el riesgo de tener alguna eventualidad, este grupo dispondrá de dos guías especializados que se distribuirán en dos grupos, tienen la función de ver, motivar y cuidar que todas las personas lleguen al destino

Tabla 11 *Cotización Paquete Turístico Rancho Chalpar*

PAQUETE TURÍSTICO RANCHO CHALPAR				
No. PAX	20			
INSUMOS	DETALLE	COSTO GENERAL	COSTO POR PERSONA	TOTAL
Transporte	Buseta 20 pax 4 horas	100	5,00	100
Guía	1 guía	35	1,75	35

Alimentación	Almuerzo (Comida tradicional)		3,5	70
Entrada	Entrada al atractivo	60	3	60
COSTO TOTAL				265
COSTO POR PERSONA				13,25
UTILIDAD 30%				3,98
PVP (30% UTIL)				17,23
IVA 12%				\$ 2,07
PVP AL CLIENTE				\$ 19,29

Tabla 12 *Itinerario Paquete Turístico Rancho Chalpar*

Hora	Lugar/descripción
7:00	Salida Cayambe <ul style="list-style-type: none"> • Recepción del grupo • Bienvenida • Instrucciones • Recomendaciones
9:00	<ul style="list-style-type: none"> • Llegada a Chalpar • Descripción del lugar
9:30	<ul style="list-style-type: none"> • Llegada a Rancho Chalpar • Indicaciones • Descripción del lugar
10:00	<ul style="list-style-type: none"> • Refrigerio • Trekking a la cascada • Descripción del lugar
11:30	<ul style="list-style-type: none"> • Pesca deportiva • Descanso
16:00	<ul style="list-style-type: none"> • Retorno al punto de partida • Agradecimiento

Nota: Elaborado por las autoras, 2023.

Recomendaciones:

- Bloqueador solar
- Ropa térmica

- Guantes
- Gorra
- Buff
- Botas o zapatos adicionales
- Binoculares
- Poncho de agua

Incluye:

- Almuerzo
- Seguridad
- Guía
- Entrada
- Fotografías

No incluye

- Ningún servicio no detallado en el itinerario

Producto N° 4: Paquete turístico Ventanas Pesillo

Ubicada en la parroquia de Olmedo, comunidad de Pesillo, Las Ventanas de Pesillo son una formación rocosa muy poco conocida rodeada de un paisaje espectacular, en el recorrido de este lugar se apreciará el tapizado de pajonales, almohadillas, pencos, mortiños, entre otras plantas endémicas. Cabe mencionar que este también fue uno de los caminos del Inca y tiene su propia trayectoria, el mismo que se les dará a conocer en el transcurso del recorrido. También se hablará de la importancia del cuidado medioambiental y cultural, así como también la historia de nuestros antepasados.

El tiempo del recorrido está estimado en 8 horas, es importante tomar en cuenta las recomendaciones que se les dará antes de iniciar el recorrido, los equipos que hay que llevar para no tener contratiempos o dificultad en el desarrollo de esta actividad, debido a que se realizará una caminata de una hora y 45 minutos aproximadamente hasta el cerro con una altura máxima de 4300 msnm. Este paquete turístico se lo diseñó para personas amantes de las

montañas, el trekking, senderismo y tiene interés por conocer los atractivos arqueológicos que complementan el atractivo.

Con respecto al precio está estipulado en \$27, éste se estableció debió a los servicios que van a ir incluidos en el paquete como son: transporte, alimentación, box lonch, guía, además, más el IVA.

Con respecto al número de participante se estableció un total de 15 a 20 PAX y se dispondrá de dos guías especializados, el primero es el líder del grupo, se encarga de establecer la ruta, mientras que el otro guía es el encargado de cerrar el grupo ellos están a cargo de la seguridad y bienestar.

Tabla 13 Cotización Paquete Turístico Ventanas Pesillo

PAQUETE TURÍSTICO VENTANAS DE PESILLO				
No. PAX	15			
INSUMOS	DETALLE	COSTO GENERAL	COSTO POR PERSONA	TOTAL
Transporte	Buseta	130	8,67	130
Guía	1 guía	30	2,00	30
Alimentación	1 sándwich + bebida y fruta	22,5	1,5	22,5
Alimentación	almuerzo	90	6	90
COSTO TOTAL				272,5
COSTO POR PERSONA				18,17
UTILIDAD			30%	5,45
PVP (30% UTIL)				23,62
IVA 12%				\$ 2,83
PVP AL CLIENTE				\$ 26,45

Tabla 14 *Itinerario Paquete Turístico Ventanas Pesillo*

Hora	Lugar/descripción
7:00	Salida Cayambe <ul style="list-style-type: none">• Recepción del grupo• Bienvenida• Instrucciones• Recomendaciones
8:30	<ul style="list-style-type: none">• Llegada a Pesillo• Descripción del lugar
10:30	<ul style="list-style-type: none">• Trekking a ventana chiquita• Refrigerio• Descripción del lugar
12:00	<ul style="list-style-type: none">• Trekking a ventana grande• Descripción del lugar
14:30	<ul style="list-style-type: none">• Almuerzo• Descanso
16:00	<ul style="list-style-type: none">• Retorno al punto de partida• Agradecimiento

Nota: Elaborado por las autoras, 2023.

Recomendaciones:

- Bloqueador solar
- Ropa térmica
- Gorra
- Guantes
- Buff
- Poncho de agua
- Botas o zapatos adicionales
- Dulces

Incluye:

- Almuerzo
- Seguridad
- Guía
- Entrada
- Fotografías
- Camioneta de ingreso al refugio

No incluye

- Ningún servicio no detallado en el itinerario

Producto N° 5: Paquete turístico Aguas termales La Chimba

Ubicado en el cantón Cayambe, parroquia Olmedo, comunidad La Chimba; está a 25 kilómetros aproximadamente del cantón, a una altura de 3180 msnm. Posee un apasionante paisaje andino y productivo, con gente dedicada especialmente a la ganadería y agricultura, mostrando diversos colores que lo hacen un mejor aliado para cautivar al turista

Se establece el paquete turístico a la comunidad de la Chimba con el fin de apoyar a que se siga desarrollando e impulsando el turismo en la comunidad, permitiendo el aprovechamiento idóneo de la riqueza natural y cultural existente.

Este paquete está diseñado especialmente para personas que deseen compartir historias en familia, las mismas que serán recordadas con la visita a los entornos como es el Centro Intercultural Transito Amaguaña donde se hará la interpretación del calendario andino en la tola donde se encuentra los restos de una de las grandes líderes indígenas como fue Transito Amaguaña, seguido a esto se visitará las aguas termales las golondrinas una fuente de agua natural, curativa.

Tiempo aproximado para este atractivo es de 8 horas, es necesario tomar en consideración las recomendaciones para un buen desarrollo de las actividades, por tal motivo se prevé iniciar el recorrido a las 7h00 con el fin de precautelar cualquier imprevisto o contratiempo, y se finalizará a las 16h00 tiempo estipulado para el buen retorno del turista.

Dentro de las actividades a realizar está el recorrido por la sala de museo de la comunidad, donde se ampliará el conocimiento sobre el poder y valor histórico que este posee. Se visitará las piscinas de agua termal, donde podrán disfrutar de un respectivo baño en la fuente de origen natural que tiene propiedades curativas, también se realizará fotografías en las formaciones rocosas conocidas como Latahuayco.

Con respecto al precio está estipulado en \$25, éste se estableció debió a los servicios que van incluidos en el paquete como son: transporte, alimentación, box lonch, guía, además, el IVA, los beneficios que permiten el funcionamiento y mantenimiento de la operadora.

Con respecto al número de participante se estableció un total de 12 a 15, esto debido a que es importante tomar en cuenta la capacidad de carga del lugar, dispondrá de un guía que estará a disposición del viajero ante cualquier duda, inquietud o incluso emergencia.

Tabla 15 Cotización Paquete Turístico Aguas Termales La Chimba

PAQUETE TURÍSTICO COMUNIDAD LA CHIMBA				
No. PAX	12			
INSUMOS	DETALLE	COSTO GENERAL	COSTO POR PERSONA	TOTAL
Transporte	Buseta	100	8,33	100
Guía	1 guía	25	2,08	25
Alimentación	1 sándwich + bebida y fruta	18	1,5	18
Alimentación	Almuerzo	24	2	24
Piscina	Piscina Las Golondrinas	24	2	24

Museo	Centro intercultural Transito Amaguaña	24	1,5	18
			COSTO TOTAL	209
			COSTO POR PERSONA	17,42
			UTILIDAD 30%	5,23
			PVP (30% UTIL)	22,64
			IVA 12%	\$ 2,72
			PVP AL CLIENTE	\$ 25,00

Nota: Elaborado por las autoras, 2023.

Tabla 16 *Itinerario Paquete Turístico Aguas Termales La Chimba*

Hora	Lugar/Descripción
7:00	Salida Cayambe <ul style="list-style-type: none"> • Recepción del grupo • Bienvenida • Instrucciones • Recomendaciones
8:00	<ul style="list-style-type: none"> • Llegada al centro intercultural Transito Amaguaña • Descripción del lugar
10:30	<ul style="list-style-type: none"> • Llegada termas las Golondrinas • Refrigerio • Descripción del lugar
12:00	<ul style="list-style-type: none"> • Trekking piedras Latahuayco • Descripción del lugar
14:30	<ul style="list-style-type: none"> • Almuerzo • Descanso
16:00	<ul style="list-style-type: none"> • Retorno al punto de partida • Agradecimiento

Nota: Elaborado por las autoras, 2023.

Recomendaciones:

- Bloqueador solar
- Ropa ligera
- Gorra
- Traje de baño

Incluye:

- Almuerzo
- Seguridad
- Guía
- Entrada
- Fotografías

No incluye

- Ningún servicio no detallado en el itinerario

Producto N° 6: PAQUETE TURÍSTICO COCIJM

Ubicado en el cantón Cayambe, parroquia Juan Montalvo. Este paquete turístico está diseñado con el fin de ofertar una experiencia natural y cultural, donde el visitante estará en contacto con la naturaleza y vivenciará físicamente las actividades del campo, comida tradicional, historia, leyendas que sobresaltan la trayectoria y el desarrollo de las comunidades. También se visitará la cascada Chimborazo que tiene una dificultad media para llegar a la misma, debido a que hay que realizar un recorrido por un pantano, sim embargo, la experiencia es fascinante, al llegar se pueden hacer baños de purificación y liberación de energías.

Dentro de las actividades a realizar están: senderismo hacia la cascada, trata de un recorrido alrededor de una hora y 30 minutos, fotografías en el lugar y retorno para ser partícipes de la preparación de la comida tradicional, perdimiento al turista vivenciar el diario vivir con los habitantes de la comunidad

Tiempo aproximado 8 horas debido a las actividades que hay que cumplir, tomar en cuenta las recomendaciones para evitar algún inconveniente. Con respecto al precio está estipulado en \$30, éste se estableció debió a los servicios que van a ir incluidos en el paquete como son: transporte, alimentación, box lonch, guía, además, el IVA, los beneficios para el funcionamiento y mantenimiento de la operadora.

Con respecto al número de participante se estableció un total de 15 personas debido a que tratar un grupo más amplio se corre el riesgo de tener alguna eventualidad y dificulte el recorrido, como cada recorrido se dispondrá de dos guías especializados, que estén al pendiente de la seguridad de los turistas.

Tabla 17 Cotización Paquete Turístico Comunitario COCIJM

PAQUETE TURÍSTICO COCIJM				
No. PAX	15			
INSUMOS	DETALLE	COSTO GENERAL	COSTO POR PERSONA	TOTAL
Transporte	Buseta	100	6,67	100
Transporte	4X4	80	5,33	80
Guía	2 guía	70	4,67	70
Alimentación	Galleta + bebida + fruta	30	2	30
Alimentación	Almuerzo	75	5	75
Ingreso	Ingreso al complejo	45	3	45
COSTO TOTAL				300
COSTO POR PERSONA				20,00
UTILIDAD			30%	6,00
PVP (30% UTIL)				\$ 26,00
IVA 12%				\$ 3,12

**PVP AL
CLIENTE**

\$ 29,12

Tabla 18 *Itinerario Paquete Turístico Comunitario COCIJM*

Hora	Lugar/descripción
7:00	Salida Cayambe <ul style="list-style-type: none">• Recepción del grupo• Bienvenida• Instrucciones• Recomendaciones
8:30	<ul style="list-style-type: none">• Llegada al control Pie Monte• Descripción del lugar
10:30	<ul style="list-style-type: none">• Trekking a la cascada• Refrigerio• Descripción del lugar
12:00	<ul style="list-style-type: none">• Llegada a la corporación• Descripción del lugar
14:30	<ul style="list-style-type: none">• Almuerzo• Descanso
16:00	<ul style="list-style-type: none">• Retorno al punto de partida• Agradecimiento

Nota: Elaborado por las autoras, 2023.

Recomendaciones:

- Bloqueador solar
- Ropa térmica
- Gorra
- Guantes
- Buff

Incluye:

- Almuerzo
- Seguridad
- Guía
- Entrada

- Fotografías
- Camioneta de ingreso

No incluye

- Ningún servicio no detallado en el itinerario

3.4 Ingeniería del proyecto

3.4.1 Distribución de la planta

La oficina de la operadora de turismo estará ubicada en el centro del cantón Cayambe, en las calles Terán y 10 de agosto, el establecimiento de oficina será un local arrendado de dimensiones 3x3, es decir, 9 metros cuadrados. El establecimiento será dividido en diferentes áreas como: un área de administración y sala de espera (3 m x 2 m), bodega (1.5 m x 1.5 m) y baño 1 m.

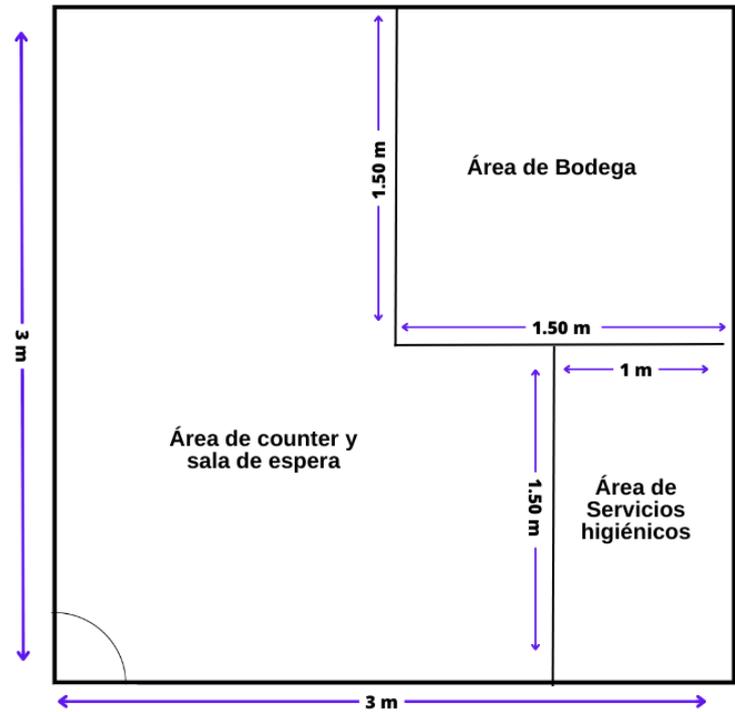
Área de administración: la operadora brindará información turística, además de realizar la planificación, organización de paquetes turísticos y gestionar el control económico y financiero. Sala de espera: contará con tópicos de paquetes turísticos, una TV donde se promocióne a través de videos los atractivos del cantón y sillones para las personas en espera.

Bodega: se guardará los equipos más esenciales que se utilizarán en las visitas a los lugares turísticos, en caso de ser necesario como: cascos, bastones, arnés, cuerdas, botiquín de primeros auxilios, etc.

Baño: para uso de los clientes en el establecimiento.

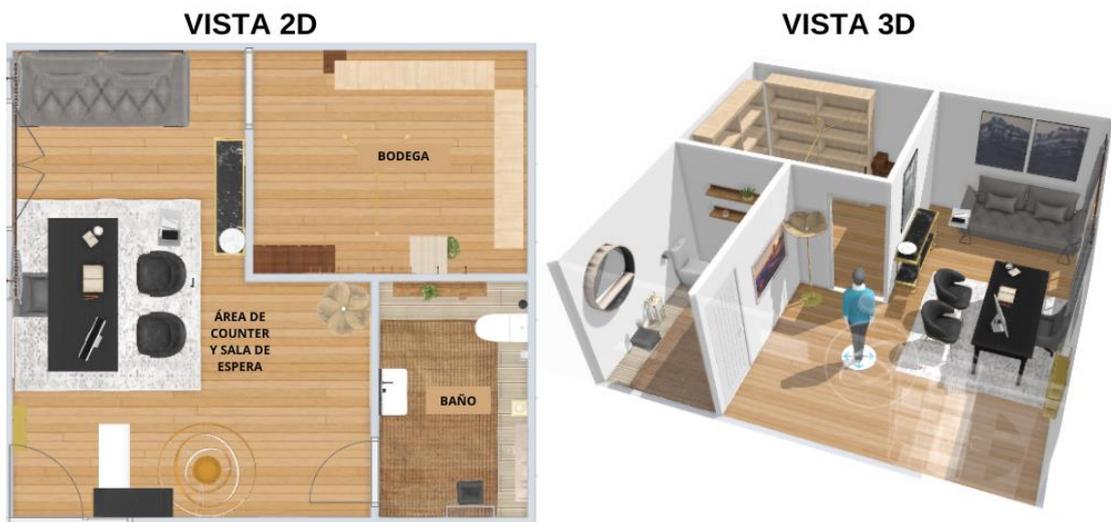
Planos de la instalación e infraestructura

Figura 28 Planos de Infraestructura



Nota. Elaborado por las autoras, 2023.

Figura 29 *Diseño de Oficina*



Nota. Elaborado por autoras en HomeByMe, 2023.

3.4.2 Requerimientos por áreas

Partiendo de la administración tenemos que cada área se distribuirá de acuerdo con lo necesario, entre ellos están, área de counter y sala de espera, área de bodega para los equipos de montaña, insumos y requerimientos; finalmente, área de servicio higiénico.

Tabla 19 Insumos de Área de counter y sala de espera

ÁREA	INSUMO	CANT	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNIT.	TOTAL, usd
Área counter y sala de espera	Sofá	1	Sofá - Negro	\$119	\$119
	Escritorio de oficina	2	Escritorio / Supreme MT230 / MDP	\$125,00	\$250,00
	Sillas	2	LC8 sillas con brazos	\$89,00	\$178,00
	Silla Operativa	1	Silla de oficina	\$99,00	\$99,00
	Laptop	1	Laptop Hp 245G7 R5	\$818,99	\$818,99
	Teléfono	1	Teléfono IP	\$71,19	\$71,19
	Soporte de pared	1	Wieco Art - Lienzo para pared estirado y enmarcado	\$64,85	\$64,85
	Lámpara	1	BDN Lampara de Pie Blanca	\$31,99	\$31,99
	Basurero	1	Basurero Swing Top Sterilite	\$12,00	\$12,00
	Alfombra	1	Alfombra tapete felpa	\$18,00	\$18,00
	Soporte de pared	2	Terrario de pared	\$23,00	\$46,00
	Estantería	1	Estantería de almacenamiento	\$64,24	\$64,24
	Cortinas	1	RYB HOME Cortinas grandes	\$25,95	\$25,95
	Extintor	1	Extintor de CO2 (Dióxido Carbono) de 5kg	\$163,90	\$163,90
	Botiquín PA	1	botiquín Primeros Auxilios	\$30,00	\$30,00
	Impresora	1	Impresora Epson 3210 – Negro	\$304,00	\$304,00
	Parlantes	1	Par de parlantes	\$20,00	\$20,00
	Resma de papel	2	Artwork resma de lo papel	\$3,00	\$6,00
	Caja de esferos	1	Caja de Esferos bolígrafos BIC punta fina	\$8,03	\$8,03
	Grapadoras	2	Grapadora Bester Stapler 002	\$5,00	\$10,00
Perforadora	1	Perforadora KW-Trio 978	\$5,25	\$5,25	
Marcador	2	Marcador PELIKAN 426 Tiza líquida azul	\$0,85	\$1,70	

Caja de grapas	1	Grapas 26/6 ALEX 5000 Grapas	\$1,40	\$1,40
Agenda	1	Agenda empresarial 2023	\$5,04	\$5,04
Tijera	1	Tijera de Oficina Bester	\$2,50	\$2,50
Archivador	1	Archivador verde 556	\$2,31	\$2,31
Tarjetas de presentación	50	Tarjetas de presentación	\$0,25	\$12,50
Letrero publicitario 2m x 50	1	Letrero publicitario 2m x 50	\$100,00	\$100,00
Banner	1	Banner publicitario	\$50,00	\$50,00

Nota: Elaborado por las autoras, 2023

Tabla 20 Insumos de área de bodega

ÁREA	INSUMOS	CANT	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNIT.	TOTAL, USD
Bodega	Bastones	10	Bastones de trekking Cascade Mountain Tech	\$37,00	\$370,00
	Casco	5	Petzl BOREO	\$55,56	\$277,80
	Arnés	10	Petzl CORAX, Azul	\$60,20	\$602,00
	Crampones	5	Edelrid SHARK Crampones técnicos.	\$127,02	\$635,10
	Piolet	8	Petzl GLACIER LITERIDE	\$78,75	\$787,50
	Anaquelel	2	Armario portátil organizador	\$50,00	\$100,00
	Linterna	10	Linterna frontal active	\$60,00	\$600,00
	Foco	1	Foco led A60	\$0,84	\$0,84
	Cuerdas	5	Petzl CONGA 8.0MM 20M, Azul	\$43,29	\$216,45
	Gafas	5	Oakley Gafas de sol redondas Oo9440 Clifden.	\$189,95	\$949,75
	Mosquetón	5	Mosquetón ligero HMS.	\$11,84	\$59,20
	Botas montañeras	4	Trango Tech Leather GTX	\$318,00	\$1.272,00
	Polainas	5	Polainas Pike Trail Leg	\$37,00	\$185,00

Bufs	10	Mascara protectora de cuello y rostro	\$4,00	\$40,00
Brocha	1	Brocha Profesional 4 Evans	\$6,59	\$6,59
Rodillo	1	Rodillo felpa semi grueso 9	\$4,60	\$4,60
Pintura	2	Pintura galón Interior Premium económico Unidas galón Blanco	\$8,99	\$17,98
Balde	1	Balde plástico	\$3,00	\$3,00
Triplex	2	Planchas de triplex	\$40,00	\$80,00
Tornillos	1	Caja de tornillos de madera	\$2,00	\$2,00

Nota: Elaborado por las autoras, 2023

Tabla 21 *Insumos área de baño*

ÁREA	INSUMO	CANT	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNIT.	TOTAL, USD
Baño	Dispensador de jabón	1	Dispensador jabón líquido	\$3,99	\$3,99
	Basurero	1	Basurero Swing Top Sterilite	\$12,00	\$12,00
	Toalla	1	Toallas De Baño 100% Algodón Grande 140cm X 70cm	\$10,00	\$10,00
	Cepillo para inodoro	1	Cepillo flexible para inodoro con soporte	\$2,20	\$2,20
	Dispensador papel higiénico	1	Dispensador De Papel Higiénico Qlux	\$6,49	\$9,49
	Espejo	1	Espejo Ovalado Para Baño	\$5,00	\$5,00
	Galón Cloro	1	Cloro Andes 5% galón Por Mayor	\$2,65	\$2,65
	Detergente	1	Bolas Detergente 4 Piezas	\$6,75	\$6,75
	Desinfectante	1	Desinfectante Lysol Liquido Galón Mata 99,99% Bacterias	\$10,68	\$10,68
	Papel higiénico	2	Papel higiénico Cotton Blue 250cm	\$3,15	\$6,30
	Escoba	1	Escoba de polvo	\$2,00	\$2,00
	Recogedor	1	Recogedor de basura	\$1,50	\$1,50
	Trapeador	1	Trapeador industrial	\$3,00	\$3,00

Nota: Elaborado por las autoras, 2023

3.5 Inversiones y capital de trabajo

Tabla 22 *Inversión*

Construcción/adequaciones	\$ 569,57
Equipo de actividades	\$ 5.837,30
Mobiliario y equipo	\$1.022,18
Artículos de aseo	\$78
Equipos de cómputo	\$1.214,18
Papelería y útiles	\$40,83
Propaganda y publicidad	\$162,50
Arriendo (x6)	\$1.200
Servicios básicos	\$180
Sueldo (x2)	\$5.100
Materias primas	\$882
Gastos de publicidad	\$172,50
TOTAL	\$16.459,13

Nota: Elaborado por las autoras, 2023

3.6. Estructura organizativa y administrativa

3.6.1. Misión

Somos KAWSARI TOURS.S. A, una operadora de turismo de naturaleza que brinda innovación y excelencia en productos turísticos con guías certificados, priorizando la necesidad de los turistas y la concientización hacia el medio ambiente con prácticas de cuidado, conservación y preservación natural.

3.6.2. Visión

KAWSARI TOURS S.A es una empresa líder reconocida por la excelencia, innovación y seguridad turística en la prestación de sus servicios con una amplia

gama de paquetes enfocados al turismo de naturaleza, contribuyendo al desarrollo local y nacional con una valoración socioambiental.

3.6.3. Políticas de Calidad

La empresa KAWSARI TOURS S.A. brinda una experiencia satisfactoria con los servicios turísticos de calidad, innovación, excelencia y seguridad hacia los clientes.

La operadora de turismo garantiza la seguridad y cumplimiento en todas las actividades propuestas que estén incluidas en el paquete turístico.

KAWSARI TOURS S.A brinda atención y asesoría dentro del local ubicado en: Cayambe, calles Junín y Terán., por medio del personal altamente capacitado.

La empresa evaluará el destino turístico, la seguridad y los servicios antes de vender algún paquete turístico para asegurar el éxito del tour.

Políticas de Reservación y Formas de Pago

Consulta la disponibilidad al WhatsApp 0989986421 o al 0999005377

Registrar con los siguientes datos vía WhatsApp: Nombres y Apellidos, Nro. de cédula, Edad, Ciudad, Punto de concentración.

Para la reservación en KAWSARI TOURS S.A se requerirá una cancelación del 50% del valor total por pasajero a la cuenta de ahorro del Banco Pichincha Nro. 2205094517 a nombre de la Operadora de Turismo KAWSARI TOURS y envíenos el comprobante vía WhatsApp. El otro 50% debe ser cancelado el día de la salida al destino al momento de abordar el transporte.

3.6.4. Valores

Los valores son características primordiales dentro de una empresa, definen su potencial de crecimiento con base en los principios éticos y profesionales que inciden en el público objetivo generando un propósito social corporativo.

Calidad de servicio: orientado a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes con un ambiente positivo, amigable y servicial.

Respeto: prevalece el respeto mutuo entre los compañeros de trabajo, clientes, amigos y hacia la empresa, permitiendo llevar una convivencia armónica.

Puntualidad: predomina la puntualidad en el ámbito laboral, las disposiciones, tiempos de salida y llegada a los destinos con los clientes; demostrando un entorno profesional.

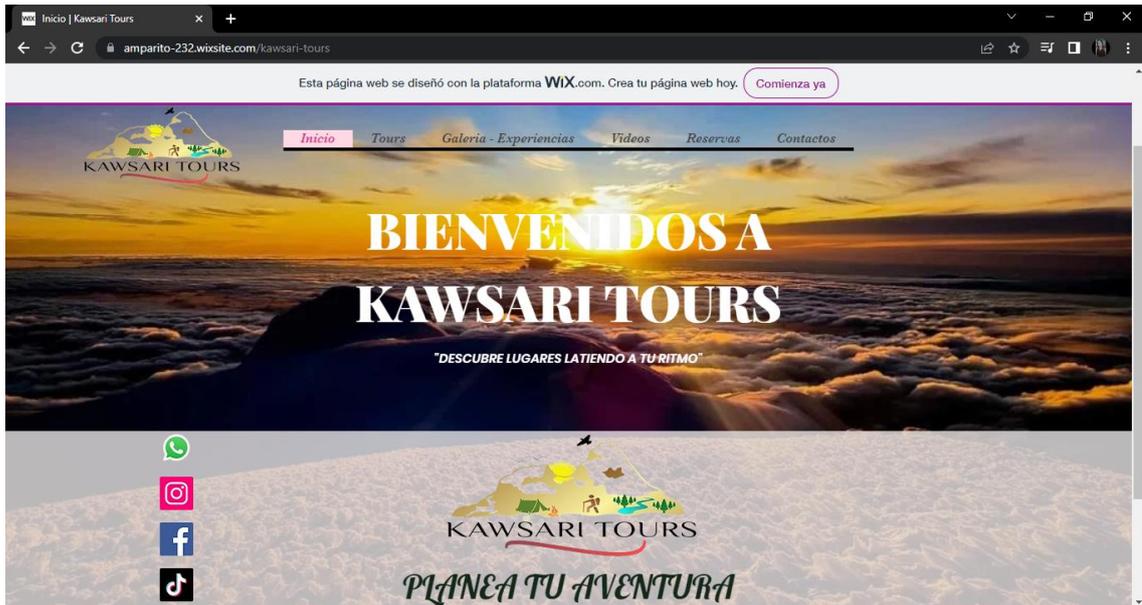
Confianza: fomentar una conexión con el cliente demostrando la capacidad estar preparados ante cualquier situación y el compromiso de trabajar en equipo.

Seguridad: velar por la integridad del cliente y el compromiso empresarial

3.6.5. Marca e imagen corporativa

Imagen del logo elegida para el emprendimiento.

Figura 30 *Página Web de KAWSARI TOURS*



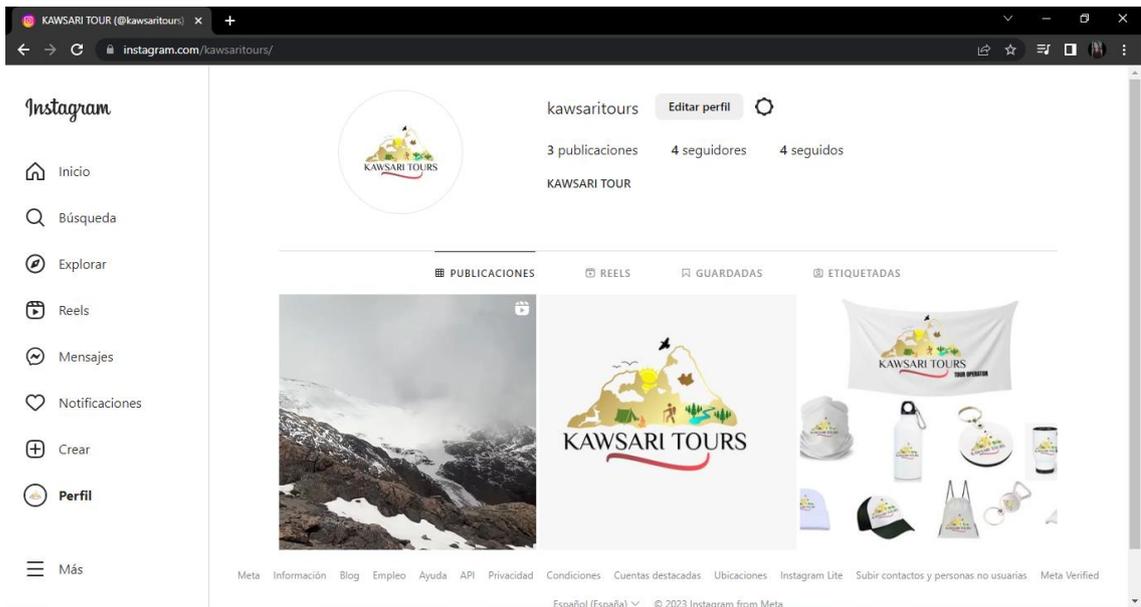
Nota: Elaborado por autoras, 2023

Figura 31 *Página de Facebook de KAWSARI TOURS*



Nota: Elaborado por autoras, 2023

Figura 32 *Página de Instagram de KAWSARI TOURS*



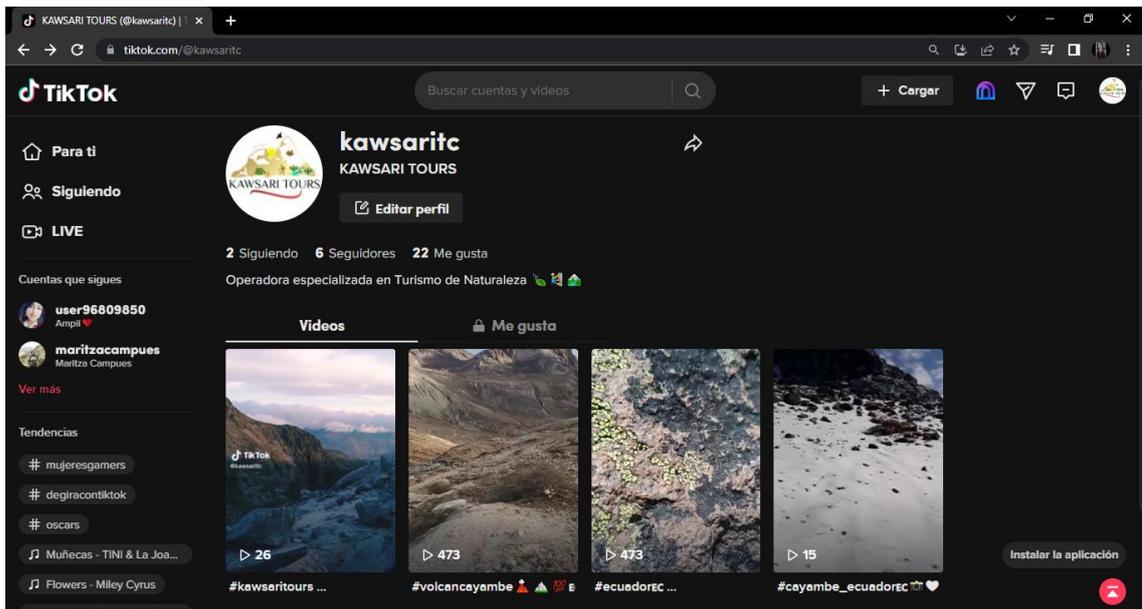
Nota: Elaborado por autoras, 2023

Figura 33 Souvenirs con la marca Corporativa de KAWSARI TOURS



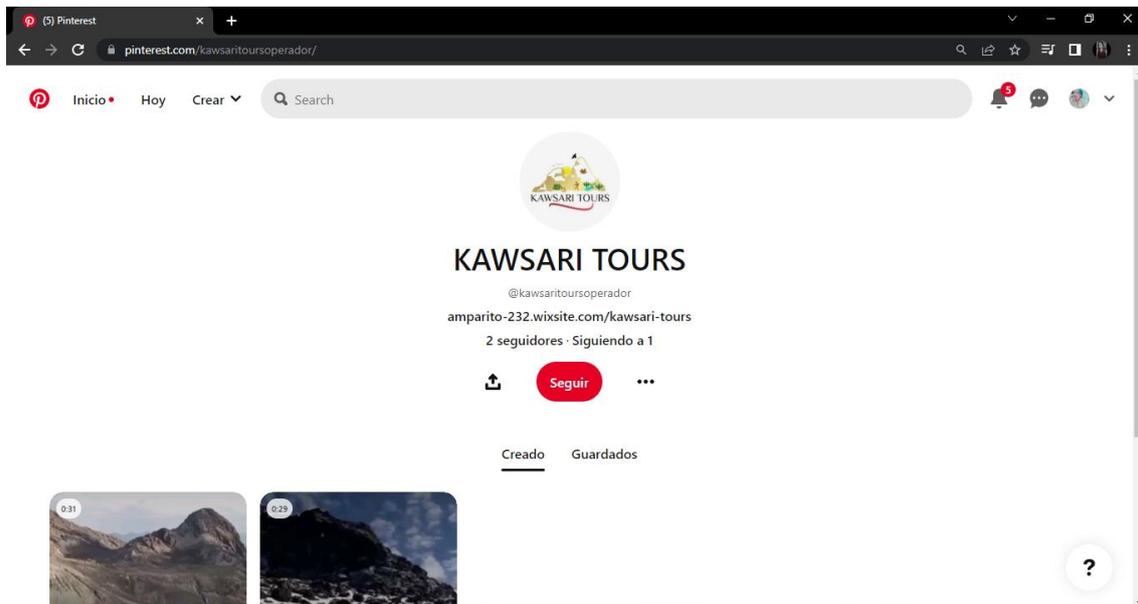
Nota: Elaborado por autoras, 2023

Figura 34 Página de Tik Tok de KAWSARI TOURS



Nota: Elaborado por autoras, 2023

Figura 35 *Página de Pinterest de KAWSARI TOURS*



Nota: Elaborado por autoras, 2023

En la actualidad se puede evidenciar que las redes sociales son un ente fundamental de las personas de modo que permite compartir la cotidianidad, información, hacer compras y comunicarse en tiempo real con familiares,

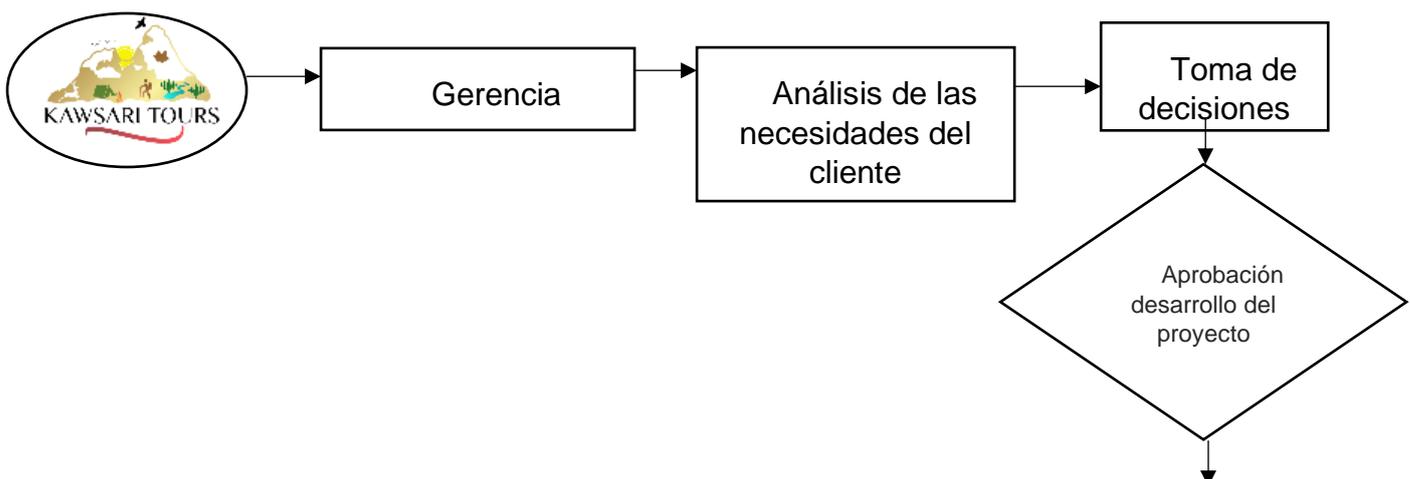
amigos, generar publicidad y entre otras actividades que se comparten gracias a las facilidades que da el internet.

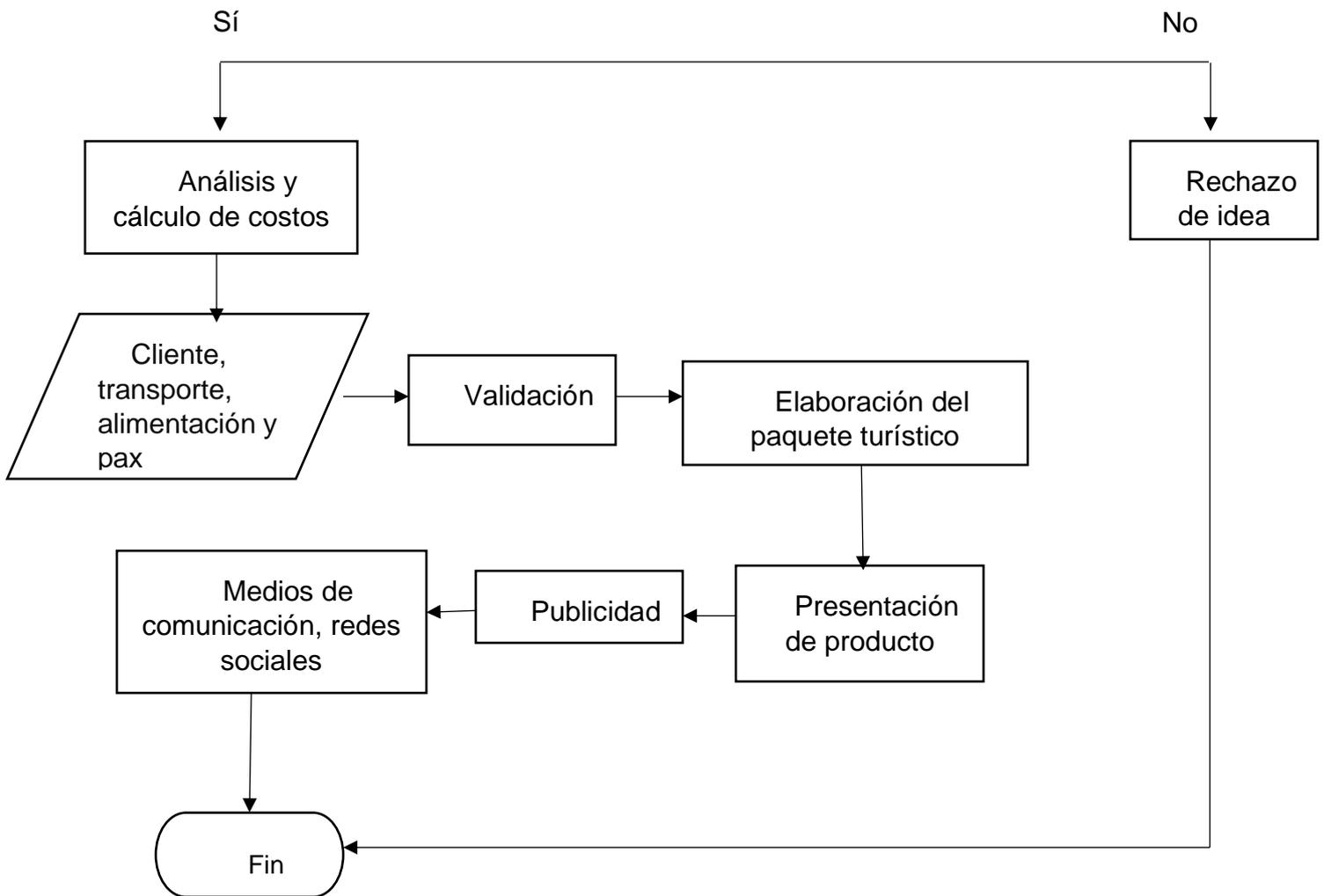
En consecuencia, las redes sociales están involucradas en el ámbito turístico siendo una herramienta de trabajo y es usada por las pequeñas empresas como organizaciones internacionales, permitiendo el incremento de ventas e información sobre viajes y destinos. Además, existe la facilidad de comunicación con los usuarios, creando campañas de fidelización mediante la promoción de diferentes productos.

Por lo tanto, es importante la difusión mediante las redes sociales a fin de que los productos de la operadora sean reconocidos, porque el público objetivo está al tanto de las redes sociales. Los medios que más usan los adolescentes son: Tik Tok, Pinterest, Instagram, mientras que las Página Web y Facebook es usada por los adultos, por tal motivo, se realizará publicaciones conforme a la preferencia, esta manera se les facilita la información y existe una comunicación constante con seguidores, sin importar el lugar de procedencia, ampliando la posibilidad de atraer nuevos clientes.

3.6.6 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

Figura 36 *Flujograma de articulación del paquete turístico*



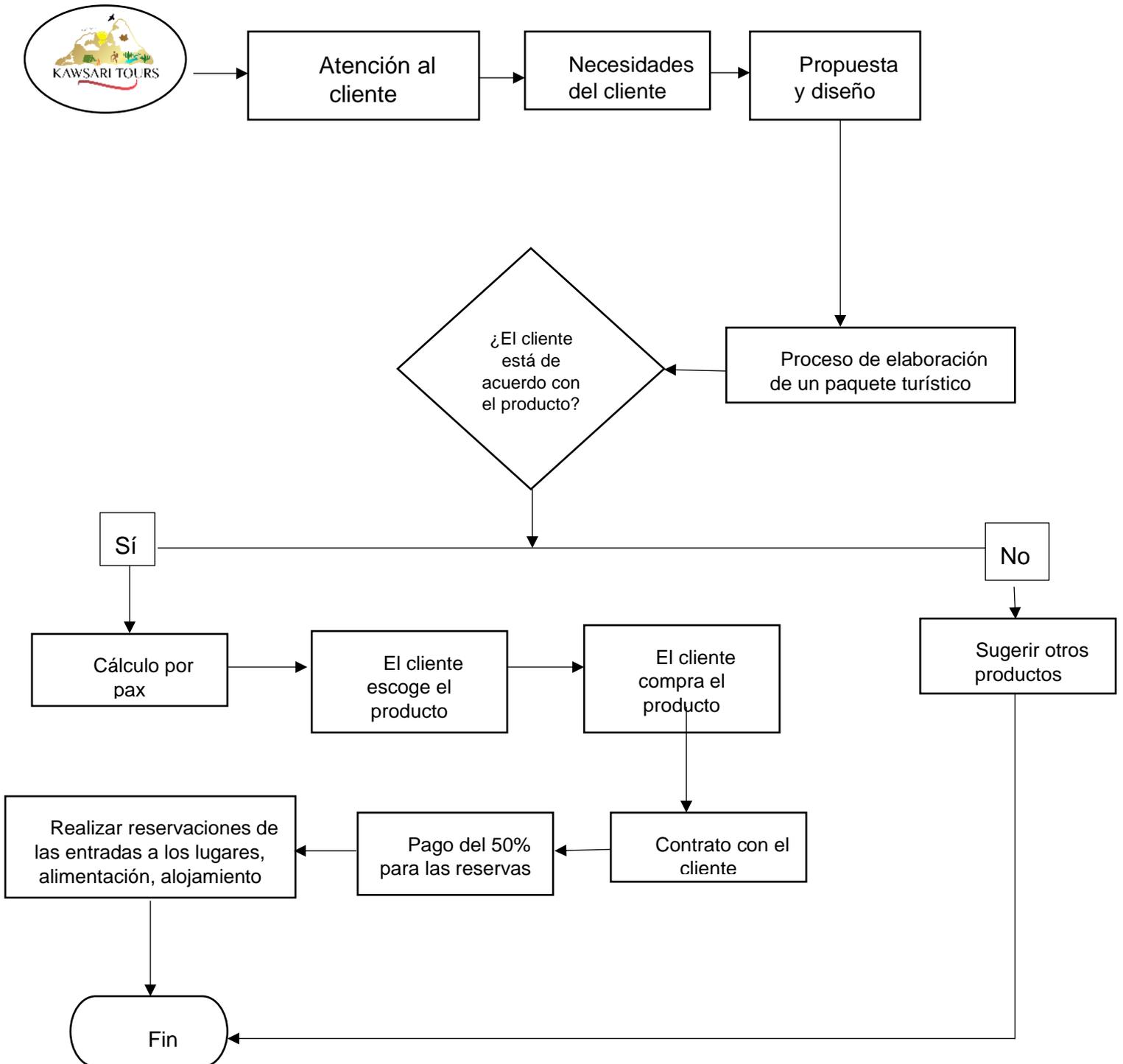


Las actividades que se detallan en el flujograma serán desarrolladas en orden jerárquico con el objetivo de cumplir las expectativas del cliente de forma organizada evitando paquetes habituales.

Los paquetes se realizarán desde la gerencia, la misma que analiza las necesidades de los turistas y la factibilidad de su elaboración, mediante la toma de decisiones en donde se tendrá en cuenta la viabilidad del producto, tanto como para la operadora y el cliente. Simultáneamente, se lleva a cabo la cotización con los establecimientos de comida, entradas a los atractivos, servicio de transporte, constatando su rentabilidad; seguidamente se continúa con el proceso de elaboración del paquete y posteriormente para su difusión a través de las redes sociales.

En cuanto a las políticas de venta, la operadora se mantendrá en contacto con el cliente para asegurar la fidelización y posteriormente satisfacer completamente a los clientes y lograr lealtad dentro de la operadora.

Figura 37 *Flujograma de venta del paquete turístico*

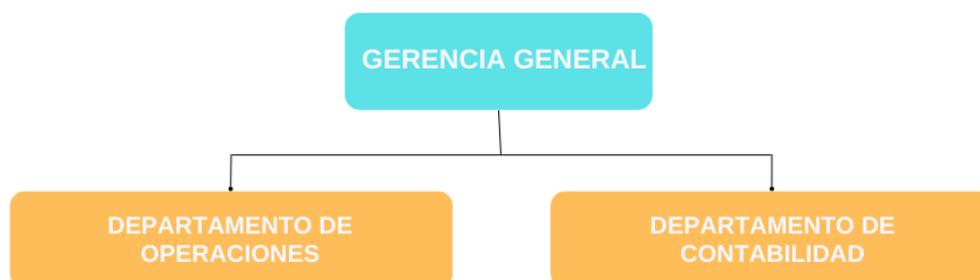


Para ofertar un paquete turístico se debe realizar la elaboración y diseño del producto, para ello, es necesario tener en cuenta la calidad en atención al cliente, sugiriendo productos que estén conforme a sus necesidades, consecuentemente, reorganizando y diseñando a la preferencia. Si el cliente no está satisfecho, se le sugerirá otro tipo de producto, asesorando sobre los servicios y beneficios debido a que se visitará: parques y áreas naturales, haciendas, emprendimientos comunitarios, restaurantes, entre otros, por el contrario, si la respuesta es positiva se cotizará el paquete con el fin de que el cliente escoja lo que esté más cómodo, para firmar el contrato se lo hará con el aporte del 50% que será usado para la reservación de ingreso a los lugares seleccionados y la alimentación. Se le dará a conocer las políticas al momento de firmar el contrato, con el fin de evitar inconformidad en el transcurso de la actividad.

En caso de existir contratiempos que pueden suspender o cancelar la actividad debido a condiciones climáticas u otros factores, se hará el reembolso del 50%, ya que son interrupciones que están fuera de control.

3.6.7. Organigramas

Figura 38 Organigrama estructural



Nota: Elaborado por autoras, 2023

El organigrama estructural que está definido por la operadora especializada en turismo de naturaleza KAWSARI TOURS, se divide en tres departamentos, los cuales son: departamento general, departamento de operaciones y departamento de contabilidad

Figura 39 Organigrama funcional



Nota: Elaborado por autoras, 2023

Se han determinado los tres departamentos, donde cada uno cumplirá diferentes roles para llevar a cabo con una correcta operación turística para Cayambe.

Gerente: es el principal encargado de dirigir, controlar y tomar las decisiones dentro de la empresa. Además, su cargo también se basa en el diseño de los paquetes turísticos, su difusión y mercadeo a través de las plataformas digitales.

Especialista: a su cargo está la atención directa con el cliente, proporciona información requerida, también coordina con el gerente para la planificación de

las actividades, la cotización y el presupuesto de los paquetes turísticos. Responsable de llevar la administración de la empresa. Además, forma parte en la función de guía.

Guía: se encarga de la logística y operaciones en cuanto a la coordinación de transporte, alimentación, guianza, reportes de cada tour. Además, gestiona todas las medidas de seguridad para los turistas, brinda información y promueve prácticas de ambientales, ecoturísticas y responsables.

3.7. Constitución de la empresa

Para la constitución y legalización de la empresa operadora especializada en turismo de naturaleza *Kawsari Tours* debe regirse a la base legal para poder ejecutar la operación. Además, a partir de esta constitución la empresa podrá ser conocida en el mercado, mayor acceso a sus productos o servicios y mayores beneficios al formar parte de La Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.)

De la compañía anónima regulada a partir del Art. 143 de la Ley de Compañías.

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 deberá 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 serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima

DE LA FUNDACION DE LA COMPAÑÍA

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse sin que se halle suscrito totalmente su capital, el cual deberá ser pagado en una cuarta parte, por lo menos, una vez inscrita la compañía en el Registro Mercantil.

Para que pueda celebrarse la escritura pública de fundación o de constitución definitiva, según el caso, será requisito que los accionistas declaren bajo juramento que depositarán el capital pagado de la compañía en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en numerario. Una vez que la compañía tenga personalidad jurídica será objeto de verificación por parte de la Superintendencia de Compañías y Valores a través de la presentación del balance inicial u otros documentos, conforme disponga el reglamento que se dicte para el efecto.

La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital pertenezca en su totalidad a una entidad del sector público

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

La escritura contendrá, además:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social;
- c) Los derechos y ventajas
- d) particulares reservados a los promotores;
- e) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor
- f) nominal de cada acción, su categoría y series;
- g) El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- h) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las
- i) Cantidades para pagarse en concepto de la suscripción;
- j) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y,
- k) El domicilio de la compañía (Ley de Compañías, 2017).

De la licencia anual de funcionamiento (LUAF) Cayambe

Art.3 La licencia anual de funcionamiento constituye la autorización legal otorgada por el gobierno municipal de Cayambe a los establecimientos turísticos, sin la cual no puede operar dentro de la jurisdicción del cantón. Previo a la obtención de la referida licencia toda persona natural o jurídica que preste un

servicio turístico deberá cancelar el valor de la tasa fijada en esta ordenanza. Así, como dicho documento los prestadores de los servicios turísticos deberán contemplar los siguientes acápite y sujetarse a:

- a) La LUAF tiene validez por el año a la que se otorgue y, contendrá la información del prestador de servicios del cantón con: número de registro; nombre de establecimiento; nombre del propietario; representante legal; razón social; categoría; dirección, y; RUC.
- b) Los prestadores de servicios que se encuentren en ejercicio de cualquiera de las actividades declaradas como turísticas por la Ley de Turismo, deberán estar al día en el cumplimiento de sus obligaciones con la Cámara de Turismo Cayambe y mantener la LUAF vigente.
- c) Los sujetos pasivos de las obligaciones establecidas en esta ordenanza son las personas naturales y jurídicas titulares de los registros públicos, quienes deberán realizar un solo pago por concepto de patente municipal y LUAF hasta el 31 de marzo de cada año.
- d) El 30 de abril de cada año los sujetos pasivos deberán presentar en la Dirección de Turismo el recibo de pago, para que inmediatamente se les haga entrega de la LUAF.
- e) Los valores que se recauden por concepto del pago de la contribución a la Cámara de Turismo deben ser transferidos por la municipalidad ha dicho sujetos activos; previo a la firma del convenio y en cumplimiento de lo que determina la Ley Orgánica de Régimen Municipal (GADIP del Municipio del Cantón Cayambe, 2018).

De acuerdo con lo mencionado, la licencia anual de funcionamiento es un requisito primordial que otorga el Gobierno Autónomo y Descentralizado Municipio de Cayambe a los establecimientos turísticos que se dedican a llevar a cabo la operación o servicios turísticos, en caso de no disponer de esta documentación se efectuará su respectiva sanción.

Requisitos para el Registro en el ministerio de turismo

Dentro del registro de establecimientos turísticos se determina el tipo de establecimiento, tipo de actividad y la categoría conforme al reglamento de Operación e Intermediación turística.

Requisitos Obligatorios:

1. Solicitud Registro Turístico para Agencias de Viajes.
2. Copia certificada de la escritura de constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatuto.
3. Copia simple nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil.
4. Copia legible y actualizada del Registro Único de Contribuyentes (RUC), con la actividad económica y nombre comercial a registrar.
5. Copia legible y actualizada (Servicios Ciudadanos, 2022).

DE LAS AGENCIAS DE SERVICIOS TURISTICOS

Art 18.- Operador turístico. - 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 (MINISTERIO DE TURISMO, 2016).

3.8. Propuesta comercial

Tabla 23 *Materiales publicitarios*

Tarjeta	Canal	Medios publicitarios	Cantidad	Precio	
				Unitario	Total
Edad de 19 a 36 años		Redes Sociales	0	0	0
		Internet	0	0	0
Género femenino y masculino	Indirecto	Letrero publicitario	1	100	100
		Tarjetas de presentación	50	0,25	12,5
Ingresos mensuales más de \$400		Banner	1	50	50
		Blogs	1	0	0
				Total	162,5

Nota: elaborado por las autoras, 2023

El plan de marketing, indica la preferencia que tienen personas al momento de buscar información de un destino, señalando que prefieren realizar viajes por recomendaciones de amigos o familiares. Los canales que se utiliza para la promoción de nuestros productos son; el Internet, páginas web, redes sociales y tarjetas de presentación, los cuales ayudarán a maximizar la venta para el producto.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO AMBIENTAL

En este capítulo define la evaluación de los impactos ambientales del proyecto “operadora especializada en turismo de naturaleza”, posibilitando identificar, valorar y evaluar los impactos positivos y negativos de las actividades. Para ello, se aplicó el método Matriz de Leopold para la evaluación de impactos ambientales.

4.1 Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento.

Se consideró las principales actividades en la etapa de operación dentro de la operadora especializada en turismo de naturaleza que permita identificar los impactos más significativos.

Tabla 24 *Actividades en la Etapa de Operación*

	Operaciones turísticas
	Visita a entornos naturales
	Infraestructura
Etapa de Operación	Guianzas
	Concientización y conservación del área natural
	Transporte
	Gastronomía Local

Actividades culturales

Articulación de actores locales

Nota: Elaborado por autoras, 2023

Factores ambientales para interrelacionar en el EIA

Tabla 25 *Identificación de factores*

Medio	Componente
Medio Físico	Aire
	Suelo
	Agua
Medio Biológico	Flora
	Fauna
Recreativo	Camping
	Senderismo
	Interpretación y educación ambiental
	Áreas recreativas
Medio Socio económico	Población local
	Economía

Nota: elaborado por autoras, 2023

Tabla 26 *Impactos ambientales dentro de la etapa de operación*

Modificación del régimen hídrico
Protección de Flora y Fauna
Control de capacidad de carga
Incremento de plazas de empleo

Nota: Elaborado por autoras, 2023

Tabla 27 *Actividades de la Operadora especializada en turismo de naturaleza*

Operaciones turísticas
Visita a entornos naturales
Infraestructura
Guías
Concientización y conservación del área natural
Transporte
Gastronomía Local
Actividades vivenciales
Articulación de actores locales

Nota: Elaborado por autoras, 2023

4.2. Determinación de la metodología

Método de Leopold

La matriz de Leopold es un procedimiento para la evaluación del impacto ambiental de un proyecto de desarrollo, por tanto, para la evaluación de sus costos y beneficios ecológicos. Esta evaluación constituye una Declaración de Impacto Ambiental (DIA).

La matriz de Leopold (ML) fue desarrollada en 1971, en respuesta a la Ley de Política Ambiental de los EE. UU. de 1969. La ML establece un sistema para el análisis de los diversos impactos. El análisis no produce un resultado cuantitativo, sino más bien un conjunto de juicios de valor. El principal objetivo es garantizar que los impactos de diversas acciones sean evaluados y propiamente considerados en la etapa de planeación del proyecto (Torres Ramírez, 2018).

Esta matriz constituye los aspectos clave de análisis de impacto en el medio ambiente y las acciones provocadas por la sociedad, integrando actividades que pueden alterar el medio natural con la ejecución de cualquier proyecto dentro de la etapa de construcción. Consecuentemente, esta metodología de Leopold permite examinar alternativas para llevar a cabo un correcto manejo ambiental dentro del proyecto.

4.3. Identificación, evaluación y jerarquía de los impactos ambientales.

Para la identificación de los impactos ambientales mediante la matriz Leopold, se valora la magnitud de impacto en una escala de enteros positivos o negativos. Valores numéricos de importancia en una escala de enteros positivos originados en la operación del proyecto.

Dentro de las actividades de la fase de operación se establecen parámetros ambientales encaminados a tomar medidas de monitoreo, mitigación y compensación para un apropiado desarrollo del proyecto.

Se analiza los impactos directos o indirectos que el proyecto va a generar acorde a los cuatro componentes establecidos, además, las variables ambientales se establecen en función del entorno natural y la operación turística.

Tabla 28 *Escala de Magnitud para la evaluación*

Magnitud	Signo	Valor
1	- +	Moderado
3	- +	Compatible
5	- +	Significativo

Nota: Elaborado por autoras, 2023

Tabla 29 *Escala de Importancia para la evaluación*

Importancia	Signo	Valor
1	+	Moderado
3	+	Compatible
5	+	Significativo

Nota: Elaborado por autoras, 2023

Tabla 30 Identificación de los impactos ambientales dentro de la Operadora especializada en Turismo de Naturaleza.

MATRIZ DE EVALUACIÓN AMBIENTAL MÉTODO DE LEOPOLD - PÁEZ

PROYECTO: IMPACTOS GENERADOS POR LAS ACTIVIDADES DE LA OPERADORA ESPECIALIZADA EN TURISMO DE NATURALEZA EN EL CANTÓN CAYAMBE

ETAPA: OPERACIÓN

ACCIONES POR REALIZARSE FACTORES AMBIENTALES		Impactos ambientales	ACTIVIDADES (fase operación)								Afectación Factor Ambiental	
			Operaciones turísticas	Visita a entornos naturales	Infraestructura y viviendas	Guianza	Concientización del área natural	Transporte	Gastronomía local	Actividades vivenciales		Articulación de actores locales
Factor Biofísico	Aire	Modificación de régimen Hídrico			x	x	x	x		x		5
	Agua			x	x		x		x	x		5
	Suelo		x	x	x		x	x		x	x	7
Factor Biótico	Flora	Protección de Flora y Fauna	x	x	x	x	x	x		x		7
	Fauna		x	x	x		x	x				5
Factor Recreativo	Senderismo	Control de capacidad de carga	x	x		x	x		x		x	6
	Educación Ambiental		x	x	x	x	x				x	6
	Camping		x	x			x		x	x	x	6
	Áreas Recreativas		x	x		x	x				x	5
Factor Socioeconómico	Población Local	Incremento de plazas de empleo	x	x	x	x	x	x	x	x	x	9
	Economía		x	x	x		x	x	x	x	x	8

Nota: Elaborado por autoras, 2023

De acuerdo con la tabla #30 se identificaron nueve actividades como: operaciones turísticas, visita a entornos naturales, infraestructura y viviendas, guianza, concientización del área natural, transporte, gastronomía local, actividades vivenciales y articulación de actores locales; que forman parte del proyecto de la operadora especializada en turismo de naturaleza dentro de los cuatro componentes: Factor Biofísico, Factor Biótico, Factor Recreativo y Factor socioeconómico en la etapa de Operación, proporcionando impactos positivos y negativos.

Dentro de los impactos ambientales se establecen cuatro elementos favorables sobre la base del funcionamiento de la operadora tales como: modificación del régimen hídrico, protección de flora y fauna, control de capacidad de carga e incremento de plazas de empleo.

Se determina las acciones más significativas en función de la magnitud e importancia del impacto ambiental. Dentro de esta matriz se identificaron los impactos de carácter importante para luego establecer su valoración en relación con el estudio de campo, generando datos reales de los establecimientos a operar.

Para ello, la etapa de operación se consolida en desarrollar actividades netamente positivas y amigables al ambiente con acciones de concientización, conservación y cuidado del hábitat natural en beneficio del ecosistema minimizando los impactos negativos de las actividades humanas. Por ende, las actividades a ejecutar dentro de la operación turística contribuirán al respeto con la naturaleza mediante charlas educativas hacia los visitantes.

Tabla 31 Matriz de Evaluación de Impactos

MATRIZ DE EVALUACIÓN AMBIENTAL MÉTODO DE LEOPOLD - PÁEZ

PROYECTO: IMPACTOS GENERADOS POR LAS ACTIVIDADES DE LA OPERADORA ESPECIALIZADA EN TURISMO DE NATURALEZA EN EL CANTÓN CAYAMBE

ETAPA: OPERACIÓN

Valores de Magnitud: enteros positivos o negativos entre 1,3 y 5

Valores de Importancia: enteros positivos entre 1,3 y 5

ACCIONES POR REALIZARSE		Impactos ambientales	ACTIVIDADES (fase operación)									Afectación Factor positivo	Afectación Factor negativo	Afectación Factor Ambiental	Afectación Factor Total Componentes	Afectación Total Proyecto
			Operaciones turísticas	Visita a entornos naturales	Infraestructura y viviendas	Guianza	Concientización del área natural	Transporte	Gastronomía local	Actividades vivenciales	Articulación de actores locales					
Factor Biofísico	Aire	Modificación de régimen Hídrico			1	1	3	-3		1		4	-1	7	83	803
	Agua			3	-1		5		-1	1		3	-2	31		
	Suelo		3	1	-1		5	1		-1	3	5	-2	41		
Factor Biótico	Flora	Protección de Flora y Fauna	1	-1	-3	3	5	-1		1	4	-3	25	54		
	Fauna		3	1	-3	5	5	-1		1	3	-2	29			
Factor Recreativo	Senderismo	Control de capacidad de carga	-1	1		1	5		1		5	-1	42	343		
	Educación Ambiental		5	5	3	5	5				5	6	140			
	Camping		3	1			3		3	3	5	6	90			
	Áreas Recreativas		1	3		5	1				5	5	71			
Factor Socioeconómico	Población Local	Incremento de plazas de empleo	5	5	1	3	1	3	5	3	5	9	153	323		
	Economía		5	5	3	5	5	5	5	5	5	8	170			

Nota: Elaborado por autoras, 2023

De acuerdo con la tabla #31 de la matriz de Leopold se identifica las alteraciones positivas y negativas que generan las actividades en la etapa de operación del proyecto, que a su vez los colores tomate y amarillo representan afectación negativa al área natural, mientras que, los colores verde, celeste y azul son impactos que positivos que genera el proyecto.

El factor Biofísico con sus tres componentes de aire, agua y suelo obtuvo un nivel moderadamente compatible debido a algunas actividades que pueden afectar al medio natural.

El factor Biótico con sus principales componentes de flora y fauna se evaluó en un nivel moderado por las actividades que va a ejecutar la operadora turística en el entorno, siendo alteraciones leves, sin embargo, son afectaciones para el medio ambiente.

Por otro lado, el factor Recreativo abarca los componentes de senderismo, educación ambiental, camping y áreas recreativas; en donde la EIA reflejó un nivel moderadamente compatible a causa de las actividades, siendo en su mayoría afectaciones positivas para el proyecto.

Finalmente, el componente socioeconómico con los componentes de población y economía genera impactos positivos para el entorno con un nivel de evaluación moderadamente compatible debido al incremento de actividades turísticas y el desarrollo económico con la articulación de actores locales.

Tabla 32 Alcance de Valoración

ACCIONES POR REALIZARSE		ACTIVIDADES (fase operación)									TOTAL
		Operaciones turísticas	Visita a entornos naturales	Infraestructura y viviendas	Guianza	Concientización del área natural	Transporte	Gastronomía local	Actividades vivenciales	Articulación de actores locales	
Factor Biofísico	Aire			5	5	5	5		5		125
	Agua		5	5	5	5		5	5		125
	Suelo	5	5	5	5	5	5		5	5	175
Factor Biótico	Flora	5	5	5	5	5	5		5		175
	Fauna	5	5	5	5	5	5				125
Factor Recreativo	Senderismo	5	5		5	5		5		5	150
	Educación Ambiental	5	5	5	5	5				5	150
	Camping	5	5			5		5	5	5	150
	Áreas Recreativas	5	5		5	5				5	125
Factor Socioeconómico	Población Local	5	5	5	5	5	5	5	5	5	225
	Economía	5	5	5	5	5	5	5	5	5	200
1725											

Nota: Elaborado por autoras, 2023

Jerarquización de impactos

Tabla 33 Jerarquización de impactos

FACTORES	IMPACTO	JERARQUIZACIÓN
Economía	+	170
Población	+	153
Educación Ambiental	+	140
Camping	+	90
Áreas Recreativas	+	71
Senderismo	+	42
Suelo	+	41
Agua	+	31
Fauna	+	29
Flora	+	25
Aire	+	7

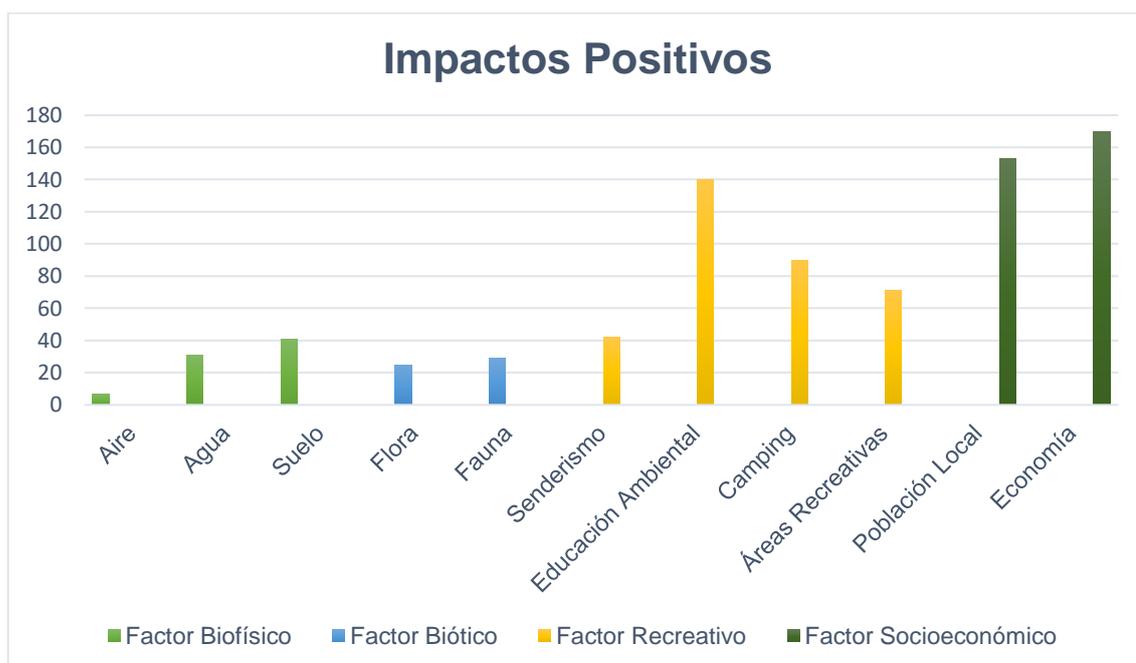
Nota. Elaborado por autoras

Tabla 34 Severidad y escala de los impactos

Severidad del Impacto	Escala
Moderado	-1 – 69
Moderadamente compatible	70 – 483
Compatible	484 – 897
Significativo	898 – 311
Muy Significativo	312 – 1725

Nota: Elaborado por autoras, 2023

Figura 40 Nivel de Impactos dentro de la Operadora Turística de Naturaleza



Nota: Elaborado por autoras, 2023

En el siguiente gráfico se puede evidenciar el impacto positivo de mayor relevancia es el factor socioeconómico que abarca la población local y la economía generando fuentes de empleo, dinamización económica para los actores vinculados en el proyecto

De esta manera, el proyecto es factible ambientalmente porque todas sus actividades generan impactos positivos, es decir, las actividades a ejecutar llevarán efectos beneficiosos.

4.4 Plan de Manejo Ambiental

Tabla 35 Plan de manejo Ambiental

COMPONENTES		IMPACTOS	MEDIDAS	RESPONSABLE		CUANDO		REQUERIMIENTO	COSTO
				Realiza	Control	Realiza	Control		
Factor Biofísico	Aire	Régimen Hídrico	Charlas educativas sobre las consecuencias al generar ruido en el habitat. Realizar los recorridos solo por senderos específicos	Especialista	Guía	Antes de comenzar el tour	Cada tour	Señaléticas	0
	Agua								
	Suelo								
Factor Biológico	Flora	Protección de Flora y Fauna.	Controlar los residuos siendo cada uno dueño de su propia basura.	Especialista	Guía	Antes y después de cada tour	Cada tour	Fundas de basura	3
	Fauna								
Factor Recreativo	Senderismo	Control de capacidad de carga.	Charlas educativas con respecto a la conservación de la flora y fauna. Aprovechamiento responsable de los atractivos-	Especialista	Guía	En el transcurso de cada tour	Cada tour		0
	Educación Ambiental								
	Camping								
	Áreas recreativas								
Factor Socioeconómico	Población Local	Incremento de plazas de empleo.	Tomar medidas que se acople con el entorno natural.	Gerente	Especialista	Antes del tour	Cada tour		0
	Economía								

Nota: Elaborado por autoras, 2023

Capítulo V

Estudio Financiero

Para el desarrollo de este capítulo se conocerá los recursos económicos necesarios para la determinar la factibilidad del emprendimiento, entre ellos, el proceso de producción, operación, proceso de costo- venta y flujo de caja, asimismo, esto permitirá verificar los resultados y con base en ello se podrá determinar la viabilidad financiera, técnica y económica de la Operadora turística.

5.1. Inversiones y capital de trabajo

Para el desarrollo se ha tomado en cuenta todos los datos necesarios que se plantea para la factibilidad del proyecto, el cual aglutina un volumen de activos que se desglosa de la siguiente manera; un total de activos circulantes que se contempla poner a disposición, es decir, un efectivo de \$7.534,50 que cubrirá los gastos operativos de los primeros meses correspondientes al capital de trabajo.

Además, se pretende asignar una inversión de \$569,57 en infraestructura; también se pretende equipar la oficina con la compra de muebles, artículos y equipos para las actividades turísticas; asimismo, el contrato de trabajadores, salarios, arriendos, materia prima, insumos, servicios básicos y gastos de operación; por ende, los activos fijos se totaliza a \$8.925 sumados estos al activo circulante da como resultado un monto de inversión de \$16.459,13 que requiere el emprendimiento para poner en marcha; de este total de activos se desglosa el 21,02% correspondiente al capital patrimonial y 78,98% al valor financiado, por lo tanto, el valor a financiarse es la diferencia que corresponde a \$13.000 para la operadora turística especializada en turismo de naturaleza.

5.1.1 Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital.

La operadora KAWSARI TOURS, requiere una inversión total de \$16.459,13 para la creación de nuevos productos turísticos para el cantón Cayambe, por lo tanto, se optará por realizar un préstamo en el banco BanEcuador que impulsa al desarrollo de las grandes, medianas y pequeñas empresas, generando una oportunidad para la mejora de la calidad de vida con el desempeño en el trabajo colaborativo, que proporciona el programa de crédito empresarial con una tasa de interés de 10,21% a un plazo de 48 meses (cuatro años), la cual nos da la facilidad de realizar pagos en cuotas mensuales de \$331,03. Se eligió a esta entidad financiera por la facilidad de pago, por sus cuotas que son flexibles como para un emprendimiento que está iniciando, además, apoya a los pequeños emprendedores.

Tabla 36 Tabla de amortización

Plazo	48
Monto	13.000
Tasa anual	10,21%
Tasa mensual	0,85%
Pago mensual	\$331,03

Nota: Elaborado por las autoras, 2023

5.1.2 Costo de capital

La Operadora de Turismo KAWSARI TOURS especializada en turismo de naturaleza, sostiene un monto de inversión de \$16.459,13, el cual corresponde al 100%, de los cuales se desglosa un patrimonio de \$3.459,13 que corresponde al 21% de toda la inversión, mientras que, el financiamiento

representa el 79% de la inversión. El monto de la inversión se financia con un interés del 9,22% correspondiente al costo de capital de la inversión.

Tabla 37 Tabla de costo de capital

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	16459,13	100%		9,22%		9,22%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	3459,18	21%	5,48%	1,15%		
FINANCIAMIENTO	13000	79%	10,21%	8,06%		

Nota: Elaborado por autoras, 2023

5.1.3 Flujo de caja primer año y proyección a 5 años

El flujo de resultados del año uno proyectado de la operadora turística se dividen en dos aspectos conformados por el total de ingresos y el total de egresos, constituido por una serie de productos turísticos y la aspiración de las unidades a la venta.

Los ingresos engloban la venta de seis paquetes turísticos (Full Days) los cuales son: ruta Nevado Cayambe, ruta Rancho Chalpar, ruta Bosques y cascadas Cariacu - Paquiestancia, ruta Ventanas Pesillo, ruta turismo comunitario COCIJM y ruta agua termales La Chimba. El precio del paquete varía entre \$15, \$20, \$25, \$27 y \$30; para determinar el precio unitario se toma el cálculo de los costos y gastos conjuntamente con el porcentaje de ganancia que se aspira alcanzar, tomando en cuenta el número de PAX, costo general de insumos, costo por personas y el porcentaje de utilidad del 30% y el IVA 12% en el precio del producto, sin embargo, hay que tomar en consideración que habrá meses con una alta demanda de turistas y viceversa; la temporada alta será por motivo de festividades tales como: febrero feriado de carnaval; junio, julio, agosto cantonización de Cayambe, época vacacional y celebración de fiestas tradicionales; septiembre por el Día Mundial del Turismo; finalmente, diciembre

por navidad y vacaciones de fin de año donde los turistas optan por salir de la cotidianidad a disfrutar de entornos naturales. Para ello, la operadora plantea duplicar las ventas con 50 a 70 paquetes turísticos mensuales, dando un total de ingresos de \$68.040,00 en el primer año.

Los egresos son aquellos gastos de operación de los seis paquetes, los cuales alcanzarían un costo del 60% en cada uno. Los rubros económicos para la ejecución de los paquetes son los sueldos y salarios, los décimos para los trabajadores, permisos, impuestos, publicidad, servicios básicos, arriendo y el pago de préstamo mensual a BanEcuador por el monto financiado. Así, el gasto proporcionado por el total de egresos es de \$59.508,81, dando como resultado un flujo acumulado positivo de \$8.531,19 dentro del primer año.

Tabla 38 Tabla de Flujo de caja

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1															
INGRESOS	Precio	unidad 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
Paq Nevado Cayambe	30	50	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	18000
Paq Rancho Chalpar	20	45	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	10800
Paq Bosques y Cascadas PAQUIES	15	35	525	525	525	525	525	525	525	525	525	525	525	525	6300
Paq La Chimba	25	30	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	9000
Paq Ventanas Pesillo	27	35	945	945	945	945	945	945	945	945	945	945	945	945	11340
Paq Turismo Comunitario COCUM	30	35	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	1050	12600
TOTAL INGRESOS			5670	5670	5670	5670	5670	5670	5670	5670	5670	5670	5670	5670	68040
EGRESOS															
Paq Nevado Cayambe			900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	10800
Paq Rancho Chalpar			540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	6480
Paq Bosques y Cascadas PAQUIESTANCIA Y CARIACU			315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	3780
Paq La Chimba			450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	5400
Paq Ventanas Pesillo			567	567	567	567	567	567	567	567	567	567	567	567	6804
Paq Turismo Comunitario COCUM			630	630	630	630	630	630	630	630	630	630	630	630	7560
Sueldos y salarios		2	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9600
Decimos										800				800	1600
Permisos								550							550
Impuestos			30												30
Publicidad			172,5												172,5
Servicios Básicos			30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Arriendo			200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
PAG DE PRESTAMO			5331,03	5331,03	5331,03	5331,03	5331,03	5331,03	5331,03	5331,03	5331,03	5331,03	5331,03	5331,03	63972,36
TOTAL EGRESOS			4965,53	4763,03	4763,03	4763,03	4763,03	5313,03	4763,03	5563,03	4763,03	4763,03	4763,03	5563,03	59508,81
FLUJO DE CAJA			704,47	906,97	906,97	906,97	906,97	356,97	906,97	106,97	906,97	906,97	906,97	106,97	8531,19
FLUJO ACUMULADO			704,47	1611,45	2518,42	3425,40	4332,37	4689,34	5596,32	5703,29	6610,26	7517,24	8424,21	8531,19	8531,19

Nota: Elaborado por autoras, 2023

5.1.4 Flujo económico proyectado del año 5

Kawsari Tours a los cinco años refleja una proyección en ingresos de \$85.963,78; egresos de \$75.185,22, obteniendo como resultado de un flujo de caja de \$10.778,56 debido a que el primer año se espera un crecimiento anual del 6,02% y en el quinto año se pretende tener un flujo acumulado de \$48.110,29.

Tabla 39 Tabla de Flujo económico

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Ingresos	68040	72136,01	76478,60	81082,61	85963,78	
Egresos	59508,81	63091,25	66889,34	70916,08	75185,22	
Flujo de caja	8531,19	9044,76	9589,26	10166,53	10778,56	
DATOS PARA LA TIR	-16459,13	8531,19	9044,76	9589,26	10166,53	10778,56
FLUJO ACUMULADO	8531,19	17575,95	27165,21	37331,74	48110,29	

Nota: Elaborado por autoras, 2023

5.1.5 Evaluación Financiera VAN TIR

La operadora de turismo KAWSARI TOURS en la evaluación financiera del proyecto tiene un monto de inversión \$16.459,13, de lo cual se considera un porcentaje de posicionamiento del producto correspondiente a la tasa interna de retorno (TIR) con 48,11%. Por otra parte, el VAN correspondiente a un flujo de efectivo la suma de \$20.377,50; en otras palabras, supera el Costo de capital del 9.22%, considerando un incremento anual del 6,02% mismo que es superado al segundo año de operación.

Tabla 40 Tabla cálculo del VAN y TIR

Cálculo del VAN y TIR	
Incremento anual	6,02%
Costo de capital	9,22%
Inversión	16459,13
VAN	20377,50
TIR	48,11%

Nota: Elaborado por autoras, 2023

5.1.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio ayuda a determinar una visualización a futuro, teniendo datos de referencia, tales como las unidades a la venta, porcentaje de participación, precio, costo, etc., permitiendo tener una estimación puntual hacia los emprendedores.

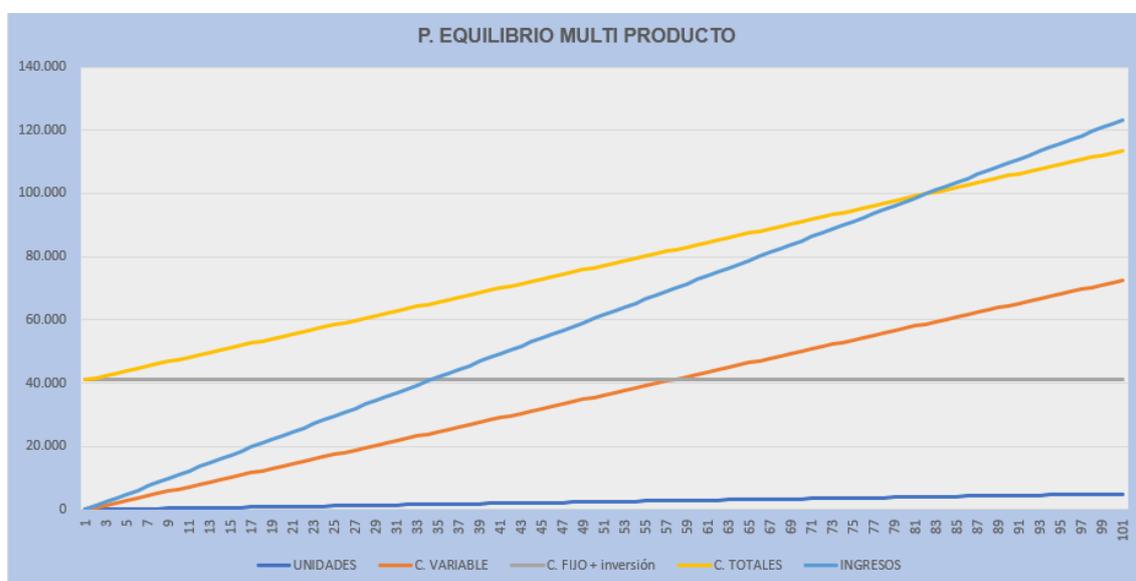
La operadora especializada en turismo de naturaleza supera el monto al segundo año de ejecución, se cuantifica el punto de equilibrio multi producto, dando como resultado 5.520 unidades que se deberán vender por los seis productos ofertados, mismas que corresponden a un total de ingreso de \$99.733 siendo un valor considerable superior a la inversión y teniendo como resultado de que el proyecto será factible para su posicionamiento en el mercado.

Tabla 41 Tabla de Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO MULTIPRODUCTO						
AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO	2					
	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	1.200	1.080	840	720	840	840
TOTAL UNIDADES	5.520					
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	21,74%	19,57%	15,22%	13,04%	15,22%	15,22%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$30	\$20	\$15	\$25	\$27	\$30
COSTO VENTA UNITARIO	\$18,00	\$12,00	\$9,00	\$12,86	\$16,20	\$18,00
PRECIO PROMEDIO PONDERADO	\$24,65					
COSTO PROMEDIO PONDERADO	\$14,51					
COSTO FIJO DEL PERÍODO	\$24.565					
INVERSIÓN	\$16.459					
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$12,00	\$8,00	\$6,00	\$12,14	\$10,80	\$12,00
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO	\$10,14					
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	4.046					
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS	\$99.733					
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	879	792	616	528	616	616
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / DOLARES	\$26.385	\$15.831	\$9.235	\$13.192	\$16.622	\$18.469

Nota: Elaborado por autoras, 2023

Figura 41 Punto de equilibrio



Nota: Elaborado por autoras, 2023

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En este trabajo de grado se realizó un estudio de factibilidad de una operadora especializada en turismo de naturaleza que potencializaría los atractivos del Cantón Cayambe, mediante el desarrollo y funcionamiento de paquetes turísticos. El incremento de nuevos emprendimientos locales permitirá el aumento de la tasa de visitas a este lugar por parte de turistas extranjeros y propios de la zona.

Se identificó la oferta y demanda; la oferta surgió a partir de seis productos turísticos que se constituyen con servicios complementarios para poner a disposición del cliente, tales como: alimentos y bebidas, transportación, áreas recreativas y servicios de apoyo. Además, se identificó la demanda partir de un estudio de mercado para la obtención del perfil del turista, dando como resultado un rango de edad entre los 19 a 36 años, en su mayoría residentes de la ciudad de Quito, que tienen como preferencia viajar a sitios naturales para realizar actividades como son: observación de flora y fauna, senderismo, costumbres y tradiciones.

Se identificó la tendencia de consumo en cuanto a la operadora especializada en turismo de naturaleza, la misma que cuenta con una aceptación favorable con un 53,51%, debido a que se ajusta a las predisposiciones económicas de cada turista, que gastan en promedio de \$40 a \$50 al momento de visitar una ciudad.

En consecuencia, se elaboró un modelo de negocio para mejorar las estrategias de comercialización del producto, mediante alianzas y convenios. Para el funcionamiento de la misma cuenta con personal apto y capacitado como son: gerente, guía, especialista que realiza las actividades propuestas tanto dentro y fuera de la empresa.

Se realizó un estudio técnico en el que los factores biofísico y biótico tienen una afectación moderadamente compatible por las actividades que se van a realizar; en cuanto a los factores recreativo y socioeconómico existe una afectación positiva porque se implementarán nuevos productos influenciando a las personas con un nuevo futuro económico que genera oportunidades para el desarrollo de espacios turísticos y ofrecer al turista una nueva experiencia en la naturaleza, priorizando el cuidado y conservación del medio ambiente a través de charlas educativas.

Se determinó la factibilidad del proyecto de implementación de operación turística a través de un estudio financiero que dio un resultado positivo. La inversión total del emprendimiento es de \$16.459,13 de los cuales el 21,02 % es capital propio y \$13.000 que es el 78,98% corresponde a crédito financiero. El costo de capital con estos valores es de 9,22% y existe una proyección de ingresos y egresos positiva dentro de 5 años. La evaluación del proyecto determina de un VAN (valor actual neto) de 20.377,50 y un TIR (tasa interna de retorno) de 48,11%, superando el costo de capital, con lo que se establece que el proyecto es factible y recuperable en dos años.

Recomendaciones

Fortalecer los conocimientos de las personas que están vinculadas a la actividad turística apoyando al desarrollo de programas de capacitación, lo que les permita mejorar la calidad de los servicios.

Constituir la empresa por Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS) -ante la Superintendencia de Compañías porque brinda mayor credibilidad y presencia en el mercado.

Establecer un plan de comercialización formando alianzas con las diferentes entidades públicas y privadas que brinden servicios complementarios a la operadora, desarrollando estrategias para mejorar ventas y alcanzar un mejor posicionamiento del cantón.

Implementar alternativas de mejoramiento continuo y de calidad dentro del involucramiento de las comunidades, artesanos y familias emprendedoras para mantener el desarrollo de la economía local, ampliando la oferta de la actividad turística.

Establecer normas de convivencia que garanticen el respeto mutuo entre clientes y prestadores de servicios para un rendimiento óptimo y obtener resultados favorables dentro de la empresa.

Bibliografía

- Beltrán, B. (26 de febrero de 2021). *Últimas noticias* . Obtenido de Cayambe nuevo pueblo mágico: <https://www.ultimasnoticias.ec/las-ultimas/cayambe-pueblo-magico-ecuador-turismo.html>
- Blog turismo . (5 de mayo de 2022). *Ostelea*. Obtenido de Turismo Natural : <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/turismo-natural-que-es-tipos-y-ejemplos>
- Camargo, G. (25 de junio de 2021). *Modelo de negocio freemium*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/freemium/>
- Echeverría Cachipuendo, O., & Manosalvas Quirós, A. (01 de julio de 2016). *Modelo de desarrollo turístico para la región de Pesillo, parroquia Olmedo-Cayambe*. Obtenido de Tesis. Universidad de las Fuerzas Armadas. Quito - Ecuador: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12732/1/T-ESPE-053805.pdf>
- Echeverría Cachipuendo, O., Manosalvas, A., & Túquerres, E. (2018). *Plan de desarrollo turístico para la parroquia Olmedo-Pesillo*. Obtenido de Editorial Universitaria UTN. Universidad Técnica del norte. Ibarra-Ecuador.: https://issuu.com/utnuniversity/docs/digital_plan_ag#:~:text=Este%20Plan%20de%20Desarrollo%20Tur%3%ADstico%20PDTUR%20Olmedo%20%E2%80%93%20Pesillo%202025%20es,de%20la%20poblaci%C3%B3n%20en%20cada
- GADIP del Municipio del Cantón Cayambe. (2018). *LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO*. Obtenido de cayambeturismo: <https://cayambeturismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/PlanEstrat%C3%A9gico2018.pdf>
- GADIP Municipio del cantón Cayambe . (2021). *Pueblos Mágicos Ecuador* . Obtenido de Cayambe guía de destinos : <https://www.viajaecuador.com.ec/wp-content/uploads/2021/05/Guia-PM-CAYAMBE.pdf>
- Grajales, T. (s.f.). *Investigación descriptiva*. Obtenido de TIPOS DE INVESTIGACION: <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- IGEPN. (21 de junio de 2015). *Cayambe*. Obtenido de <https://www.igepn.edu.ec/cayambe>
- Lasso, G. (2009). *Guión turístico del PNCC*. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2012/07/Parque-Nacional-Cayambe-Coca.pdf

Ley de Compañías. (29 de diciembre de 2017). *LEY DE COMPAÑÍAS*. Obtenido de portal.compraspublicas: https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf

López, F. (2018). *Muestra estadística*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html>

López, M. (4 de abril de 2013). *Generación de geoinformación para la gestión del territorio*. Obtenido de SNI: https://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA2/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/PICHINCHA/CAYAMBE/IEE/MEMORIA_TECNICA/mt_cayambe_socioeconomico.doc#:~:text=Bajo%20%C3%A9ste%20enfoque%20el%20cant%C3%B3n,urbanas%3A%20Cayambe%20y%20Juan%20Montalvo

MINISTERIO DE TURISMO. (24 de junio de 2016). *Reglamento de Operación e Intermediación turística*. Obtenido de turismo.gob: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/Reglamento-de-Operacion-e-Intermediacion-Turistica.pdf>

MINTUR. (2017). *Guía metodológica para la gerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf

Molina, D. (4 de noviembre de 2022). *Modelo Canvas*. Obtenido de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/>

Montes Acuña, N. (26 de septiembre de 2017). *Definición de Ideas de Negocios*. Obtenido de SILO.TIPS: <https://silo.tips/download/definicion-de-ideas-de-negocios>

Nexsostudio. (2021). *Vibrant*. Obtenido de Ventanas de Pesillo : <https://www.vibrant.com.ec/lugaresCamping/lugar/48-30-Conoce-mas-sobre-las-Ventanas-de-Pesillo->

Osorio, Thomé, Monterroso, Zizumbo, Favila, Novo, Hernández, Echeverría, Gonzáles, Ortiz, Ruiz, Flores, Camacás, Armijos, Moncayo, Pucha, Sánchez, Viñan, Ludeña, Ibáñez, . . . (2022). *Turismo rural. Una radiografía desde Latinoamérica*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/112634>

- PDOT Cantón Cayambe. (mayo de 2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón*. Obtenido de Gobierno Autónomo descentralizado Intercultural y Plurinacional del Municipio de Cayambe: <https://www.rpcayambe.gob.ec/site/wp-content/uploads/2022/03/PLAN-DE-DESARROLLO-Y-ORDENAMIENTO-TERRITORIAL-DEL-CANTON-CAYAMBE-PDOT-2020-2030.pdf>
- Ponce, V. (2018). *LA MATRIZ DE LEOPOLD*. Obtenido de ponce.sdsu.edu: http://ponce.sdsu.edu/la_matriz_de_leopold.html
- Portal Único de Trámites Ciudadanos. (12 de diciembre de 2022). *Emisión de registro de operadoras turísticas, centros de turismo comunitario y o similares para actividades terrestres, marítimas, fluviales, lacustres en el Subsistema Estatal de Áreas Protegidas*. Obtenido de Gob.ec: <https://www.gob.ec/maae/tramites/emision-registro-operadoras-turisticas-centros-turismo-comunitario-similares-actividades-terrestres-maritimas-fluviales-lacustres-subsistema-estatal-areas-protegidas>
- Quimbiulco Lanchimba, D., & Romero López, D. (2019). *Corporación de Organizaciones Campesinas Indígenas Juan Montalvo "COCIJM"*. Obtenido de Universidad Cdenral del Ecuador : <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19019/1/T-UCE-0013-CSH-123.pdf>
- Sánchez Cano, E. M. (junio de 2015). *Freemium como modelo de negocio en internet*. Obtenido de <https://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/4411/1/TFG-Sanchez-Cano%2CEva.pdf>
- Servicios Ciudadanos. (4 de marzo de 2022). *Emisión de Registro Turístico para Operación e Intermediación de Agencias de viajes, Mayorista, Internacional, Dual y Operador Turístico para el Distrito Metropolitano de Quito*. Obtenido de Gob.ec: <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/emision-registro-turistico-operacion-intermediacion-agencias-viajes-mayorista-internacional-dual-operador-turistico-distrito-metropolitano-quito>
- SIB. (2023). *Manual de Usuario Patente de operación turística*. Obtenido de Sistema de Información de Biodiversidad - SIB: <https://sib.ambiente.gob.ec/assets/ayudas/Manual%20de%20Usuario%20Solicitudes%20de%20Patente%20Operadores%20Turisticos.pdf>
- Torres Ramírez, E. (2018). *LA MATRIZ DE LEOPOLD PARA LA EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL*. Obtenido de docplayer: <https://docplayer.es/73325094-La-matriz-de-leopold-para-la-evaluacion-del-impacto-ambiental-dr-victor-m-ponce-introduccion.html>

Túquerres, E., & Echeverría Cachipundo, O. (2018). *Catálogo de atractivos turísticos de la parroquia Olmedo-Pesillo*. Obtenido de Universidad Técnica del norte. Ibarra-Ecuador. : https://issuu.com/utnuniversity/docs/ebook_atractivos_olmedo

UNWTO. (2017). *Turismo por los ODS*. Obtenido de Objetivos de desarrollo sostenible : <https://www.unwto.org/es/turismo-por-los-ods>

Viajando Ecuador . (26 de marzo de 2021). *Cayambe: conoce su riqueza gastronómica y natural*. Obtenido de <https://ecuador.viajando.travel/cayambe/cayambe-conoce-su-riqueza-gastronomica-y-natural-n29640>

Wordpress. (26 de febrero de 2021). *CAYAMBE ES DECLARADO PUEBLO MÁGICO*. Obtenido de GADIP MC: <https://municipiocayambe.gob.ec/cayambe-es-declarado-pueblo-magico/>

ANEXOS

Anexo 1: Certificado de Turniting



Identificación de reporte de similitud. oid:21463:218874334

NOMBRE DEL TRABAJO

Tesis_Campues_Chicaiza.docx

RECuento DE PALABRAS

18254 Words

RECuento DE CARACTERES

100654 Characters

RECuento DE PÁGINAS

126 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

9.7MB

FECHA DE ENTREGA

Mar 29, 2023 3:14 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Mar 29, 2023 3:15 PM GMT-5

● 7% de similitud general

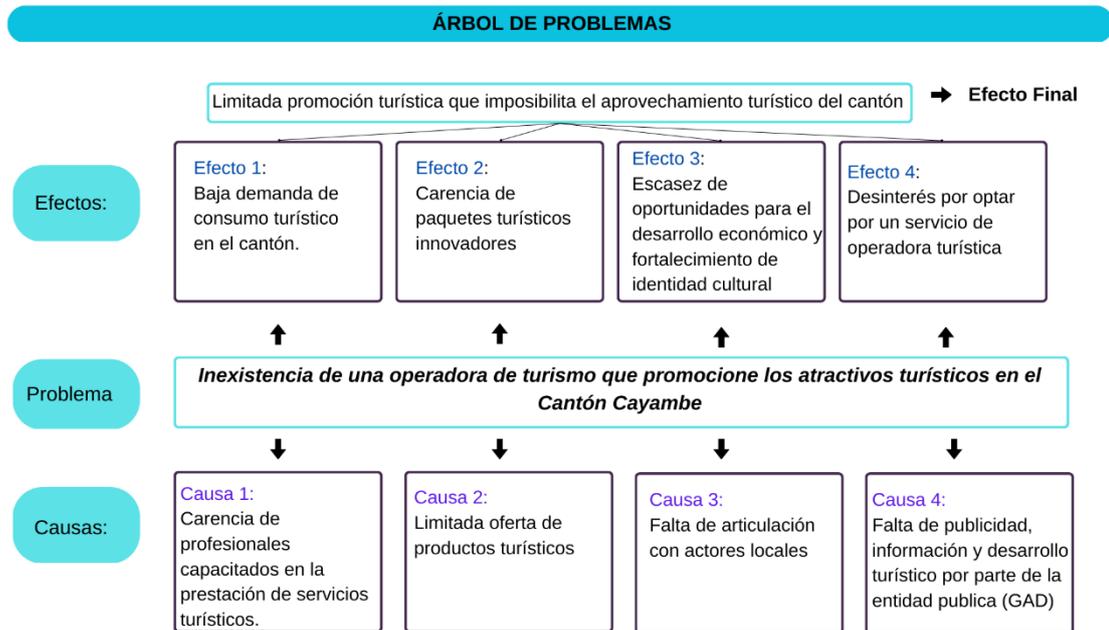
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 7% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 25 palabras)

Anexo 2: Árbol de problemas



Anexo 3: Cuestionario de la encuesta



OPERADORA DE TURISMO DE NATURALEZA EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA.

Objetivo. Realizar un estudio de factibilidad de una operadora de turismo de naturaleza para potencializar atractivos de Cantón Cayambe, mediante la creación de paquetes turísticos.

1) Género

Masculino

Femenino

2) Edad

Menor a 18 años

19 a 27 años

28 a 36 años

37 a 45 años

46 a 55 años

Mayor a 55 años

3) Nivel de instrucción

Ninguno

Primaria/Escuela

Secundaria/Bachillerato

Superior/Tercer nivel

Posgrado/Cuarto nivel

Otro

4) Estado civil

Soltero/a

Casado/a

Divorciado/a

Viudo/a

Unión Libre

5) Ocupación

Estudiante

Empleado Publico

Empleado Privado

Trabajador Independiente

Jubilado

Otro

6) Lugar de residencia

Pichincha

Imbabura

Carchi

Otro

7) Ingresos Mensuales

Menor a \$100

\$101 a \$300

\$301 a \$500

\$501 a \$700

\$701 a \$900

Más de \$900

8) ¿Con quién realiza sus viajes?

Familia

Amigos

Pareja

Solo

Otro

9) ¿Cuál es su preferencia de viaje?

Independientemente

Contratación de servicios de una operadora turística

10) ¿Cuán motivado estaría en visitar un entorno natural?

Completamente motivado

Motivado

Nada motivado

11) ¿Qué cantones de la provincia de Pichincha visitaría por turismo?

Cayambe
Distrito Metropolitano de Quito
Mejía
Pedro Moncayo
Pedro Vicente Maldonado
Puerto Quito
Rumiñahui
San Miguel de los Bancos
Ninguno

12) ¿Cuál es el gasto promedio que usted realiza en sus viajes?

De 0 a 25 dólares
De 26 a 40 dólares
De 41 a 55 dólares
De 56 70 dólares
De 71 a 85 dólares
De 86 a 100 dólares
Más de 100 dólares

13) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la contratación de los servicios de una operadora turística?

De 20\$ a 30\$
De 30\$ a 40\$
De 40\$ a 50\$
Más de 50\$

14) ¿Qué tipo de turismo prefiere realizar?

Turismo de Naturaleza
Turismo de Aventura
Turismo Cultural
Otro

15) ¿Qué actividades le gustaría realizar?

- Senderismo
- Observación de flora y fauna
- Costumbres y tradiciones
- Gastronomía
- Participación en festividades
- Cabalgatas
- Ciclismo
- Otro

16) Cuando consume turismo de naturaleza, ¿qué tipo de gastronomía le gustaría probar?

- Gastronomía Local
- Gastronomía Nacional
- Gastronomía Internacional

17) ¿Qué factores considera importante al contratar un paquete turístico?

- Seguridad
- Relación /Calidad/ Precio
- Innovación
- Educativo
- Facilidad de servicio
- Otro

Anexo 4: Alcance de valoración EIA

**MATRIZ DE EVALUACIÓN AMBIENTAL
MÉTODO DE LEOPOLD - PÁEZ**

PROYECTO: IMPACTOS GENERADOS POR LAS ACTIVIDADES DE LA OPERADORA ESPECIALIZADA EN TURISMO DE NATURALEZA EN EL CANTÓN CAYAMBE

ETAPA: OPERACIÓN

ACCIONES POR REALIZARSE		ACTIVIDADES (fase operación)										TOTAL
		Operaciones turísticas	Visita a entornos naturales	Infraestructura y viviendas	Guianza	Concientización del área natural	Transporte	Gastronomía local	Actividades vivenciales	Articulación de actores locales		
Factor Biofísico	Aire			1	1	1	1	1		1		5
	Agua		1	1	1	1		1	1		5	
	Suelo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
Factor Biótico	Flora	1	1	1	1	1	1	1		1	7	
	Fauna	1	1	1	1	1	1				5	
Factor Recreativo	Senderismo	1	1		1	1		1		1	6	
	Educación Ambiental	1	1	1	1	1				1	6	
	Camping	1	1			1		1	1	1	6	
	Áreas Recreativas	1	1		1	1				1	5	
Factor Socioeconómico	Población Local	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	
	Economía	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	

Anexo 5: Recopilación de trabajo de campo



Nota: Encuestas realizadas a los posibles consumidores.