



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

TEMA:

**“REFUGIO TURÍSTICO QUE FOMENTE LA PRÁCTICA DE
TURISMO DE AVENTURA EN LA COMUNIDAD DE LA CHIMBA,
CAYAMBE, PICHINCHA, ECUADOR”**

Plan de trabajo de grado previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo

Autor: Nicolás Romero Ortega

Director: MSc. Fabio Elton Cruz Góngora

Ibarra, 2022



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	171783954-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Romero Ortega Nicolás		
DIRECCIÓN:	Cayambe – El Sigsal		
EMAIL:	nromero@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0988014358
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“Refugio turístico que fomente la práctica de turismo de aventura en la comunidad de la Chimba, Cayambe, Pichincha, Ecuador”		
AUTOR (ES):	Romero Ortega Nicolás		
FECHA: DD/MM/AAAA	21/02/2022		
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Turismo		
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Fabio Cruz		

CONSTANCIA

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

Ibarra, a los 21 días del mes de junio de 2022

EL AUTOR:



.....

Romero Ortega Nicolás

APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Certifico que el Trabajo de Grado “REFUGIO TURÍSTICO QUE FOMENTE LA PRÁCTICA DE TURISMO DE AVENTURA EN LA COMUNIDAD DE LA CHIMBA, CAYAMBE, PICHINCHA, ECUADOR”, ha sido realizado en su totalidad por el señor: Romero Ortega Nicolás, portador de la cédula de identidad número 171783954-0



DOCENTE

MS

Msc. Fabio Elton Cruz Góngora

C.I.1002737581

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas especialmente a la carrera de Turismo, a todos los docentes por ayudarme en mi formación académica; también lo dedico a mi familia, por estar siempre apoyándome en las diferentes etapas de este proceso universitario y a mi madre quien me enseñó que incluso la tarea más grande se puede lograr si se hace un paso a la vez.

Nicolás Romero

AGRADECIMIENTO

A mi familia, por haberme dado la oportunidad de formarme en esta prestigiosa universidad y haber sido mi apoyo moral y económico durante todo este tiempo.

De manera especial a mi tutor de tesis MSc. Fabio Cruz, por haberme guiado, en la elaboración de este trabajo de titulación, y a lo largo de mi carrera universitaria ya que fue quien me brindó apoyo para desarrollarme profesionalmente y sobre todo humanamente.

A la prestigiosa Universidad Técnica del Norte, por haberme brindado tantas oportunidades y enriquecerme en conocimiento para convertirme en un profesional de éxito.

Nicolás Romero

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	xviii
Objetivos.....	xix
1.1. Objetivo general.....	xix
1.2. Objetivos específicos.....	xix
CAPÍTULO I.....	1
2. Antecedentes.....	1
2.1. Diagnóstico Situacional.....	1
2.2. Propuesta de la Idea de Negocio.....	3
2.3. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios.....	4
2.4. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio.....	5
2.4.1. Análisis de la industria.	5
2.5. Riesgos y oportunidades de la idea de negocio.....	10
2.6. Fundamentos teóricos.....	11
Turismo.	11
Planta turística.	11
Refugio turístico	11
Turismo de Aventura	12
Servicio de Alojamiento.	12
Servicio de alimentación.	12
Servicio de guianza.	12

Turismo de naturaleza.....	13
Escalada.....	13
Alta montaña.....	13
Cicloturismo.....	13
Barranquismo.....	13
Oferta.....	14
Demanda.....	14
Promoción.....	14
Indicadores económicos.....	15
Flujo de caja.....	15
Valor Actual Neto.....	15
Tasa Interna de Retorno.....	15
2.7. Fundamentación legal.....	16
Constitución de la República del Ecuador.....	16
Ley Orgánica del Deporte y Actividad Física.....	17
Reglamento de actividades turísticas.....	18
Plan de Tur Ecuador 2030.....	19
Objetivos Nacionales del Plan de Desarrollo toda una vida.....	19
CAPÍTULO II.....	20
3. Estudio de mercado.....	20
3.1. Diseño de la investigación de mercado.....	20
3.1.1. Tipo de investigación.....	20
Investigación cualitativa.....	20
Investigación cuantitativa.....	21
3.1.2. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.....	21

3.1.3. Instrumentos de recolección	23
La encuesta	23
La entrevista	25
3.1.4. Resultados y discusión	33
3.2. Segmentación de mercado.....	38
3.3. Análisis de la oferta	40
3.4. Proyección de la Competencia	41
3.5. Análisis de la Demanda	43
3.6. Proyección de la Demanda.....	43
3.7. Demanda Insatisfecha	44
CAPÍTULO III.....	47
4. Estudio Técnico Administrativo.....	47
4.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto	47
4.1.1. Macrolocalización	47
4.1.2. Microlocalización	48
4.2. Identificación y descripción de los procesos.....	49
4.2.1. Caracterización y diseño del producto/servicio	49
4.2.2. Descripción de la prestación del servicio	51
4.2.3. Procedimiento técnico usado en el proyecto para obtener los bienes o servicios	63
4.3. Ingeniería del Proyecto	64
4.3.1. Distribución de la Planta	64
4.3.2. Diseño Planimétrico de la Planta	65
4.3.3. Requerimientos por áreas	68
4.....	69

4.4.	Inversiones y Capital de Trabajo	72
4.4.1.	Obra Civil Necesaria	72
4.4.4.	Total de inversión	82
4.4.5.	Plan de Financiación	89
4.5.	Estructura Organizativa y Administrativa.....	89
4.5.1.	Misión.	89
4.5.2.	Visión.	89
4.5.3.	Políticas.	89
4.5.4.	Valores.....	92
4.5.5.	Imagen Corporativa.....	92
4.5.6.	Organigrama	93
4.5.8.	Flujograma de Actividades	96
4.5.9.	Descripción del diagrama de flujo	102
4.6.	Constitución Legal de la Empresa	103
CAPÍTULO IV		106
5.1.	Nombre comercial de la empresa.	106
5.2.	Canales de Distribución.....	108
5.3.	Publicidad	109
5.4.	Ampliación de la gama de productos en el futuro	115
5.5.	Investigación y Análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar.	116
CAPÍTULO V		117
5.	ESTUDIO AMBIENTAL	117
5.1.	Acciones del proyecto	117
5.2.	Factores ambientales	117

5.2.1. Identificación de los impactos ambientales	118
5.3. Definición Método EIA	119
5.3.1. Matriz de Leopold	119
5.4. Valoración de los impactos ambientales.....	119
5.5. Aplicación de la matriz de Leopold y valoración de impactos ambientales.....	120
5.6. Aplicación de la matriz de interacción cromática	121
5.7. Jerarquización de los impactos ambientales.....	122
5.8. Plan de Manejo Ambiental	126
CAPÍTULO VI	128
6. ESTUDIO FINANCIERO.....	128
6.1. Balance de situación inicial	128
6.2. Tabla de amortización	129
6.3. Costo de capital	129
6.4. Plantilla Flujo Anual.....	130
6.5. Flujo proyectado 5 años	132
6.8. Valor Actual Neto	132
6.6. Tasa Interna de Retorno.....	132
6.7. Punto de equilibrio.....	133
7. Conclusiones.....	134
8. Recomendaciones	135
9. Bibliografía	136
10. Anexos	139
2. Ruta del Arenal.....	140

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Riesgos y oportunidades de la idea de negocio.....	10
Tabla 2	Entrevista Personal Refugio Oleas Ruales Berge.....	25
Tabla 3	Entrevista administrador Hostería "Mitad del Mundo"	28
Tabla 4	Entrevista Departamento de Turismo del GADIP Cayambe.....	30
Tabla 5	Segmentación Geográfica	38
Tabla 6	Análisis de la oferta	40
Tabla 7	Oferta dentro del Cantón Cayambe	41
Tabla 8	Proyección de Los establecimientos de competencia.....	41
Tabla 9	Proyección de la oferta en relación a 10 años	42
Tabla 10	Demanda Potencial	43
Tabla 11	Proyección de la demanda en relación a 10 años	44
Tabla 12	Demanda objetiva	45
Tabla 13	Obtención de bienes.....	63
Tabla 14	Muebles y equipos necesarios recepción	68
Tabla 15	Muebles y equipos necesarios bar - restaurante	68
Tabla 16	Muebles y equipos necesarios habitaciones.....	69
Tabla 17	Muebles y equipos necesarios zona de alquiler y resguardo de equipos	70
Tabla 18	Muebles y equipos necesarios cuarto de baño.....	71
Tabla 19	Muebles y equipos necesarios materia prima	71
Tabla 20	Costos por áreas	72
Tabla 21	Capital de trabajo necesario	74
Tabla 22	Pago de Impuestos por turismo y servicios básicos.....	75
Tabla 23	Presupuesto de Materia Prima por 6 meses	78
Tabla 24	Detalle total de inversión por áreas	82
Tabla 25	94
Tabla 26	Director Financiero	94
Tabla 27	Jefe de Alimentos y bebidas.....	95
Tabla 28	Operario de mantenimiento	96
Tabla 29	Acciones del proyecto	117
Tabla 30	Factores Ambientales.....	117
Tabla 31	Valoración magnitud e importancia.....	119

Tabla 32 Jerarquización de impactos positivos construcción	122
Tabla 33 Jerarquización de impactos negativos construcción	123
Tabla 34 Jerarquización Impactos positivos ejecución	124
Tabla 35	125
Tabla 36 PMA	126

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Matriz Factores que intervienen en la puesta en marcha	9
Figura 2 Compartiendo del Turista en relación al acompañamiento.....	33
Figura 3 Gastos personales relacionado con el viaje	34
Figura 4 Tiempo de duración de su última salida	34
Figura 5 Conocimiento de los turistas del lugar de estudio	35
Figura 6 Actividades de preferencia en el lugar de estudio	35
Figura 7 Preferencia para el lugar de pernoctación.....	36
Figura 8 Servicios Complementarios dentro del refugio	36
Figura 9 Precio dispuesto a pagar	37
Figura 10 Medio que consulta para elegir destinos	37
Figura 11 Proyección demanda potencial 10 años.....	44
Figura 12 Mapa Ecuador Continental.....	47
Figura 13 Mapa Sector La Chimba	47
Figura 14 Microlocalización	48
Figura 15 Flyer Habitación compartida	51
Figura 16 Flyer Habitación independiente.....	51
Figura 17 Flyer Equipos de escalada.....	52
Figura 18 Flyer Alquiler de bicicletas	52
Figura 19 Flyer Alta Montaña.....	52
Figura 20 Flyer restaurante.....	53
Figura 21 Flyer Combo restaurante	55
Figura 22 Flyer paquete full day.....	56
Figura 23 Flyer paquete deportivo	56

Figura 24	Flyer Full day	57
Figura 25	Rutas deportivas del Refugio	57
Figura 26	Rutas de MTB.....	58
Figura 27	Ruta a Termas Las Golondrinas	59
Figura 28	Ruta opuesta del Glaciar hermoso.....	59
Figura 29	Vista planta alta	65
Figura 30	Vista planta baja	65
Figura 31	Vista Frontal del Refugio.....	65
Figura 32	Vista interna planta alta	66
Figura 33	Vista Interna planta baja	66
Figura 34	Vista Lateral del Refugio	66
Figura 35	Vista planta baja	67
Figura 36	Vista lateral restaurante	67
Figura 37	Vista aérea	67
Figura 38	Distribución de área Bodega.....	73
Figura 39	Imagen Corporativa	92
Figura 40	Organigrama.....	93
Figura 41	Organigrama Check In.....	97
Figura 42	Organigrama Check Out	98
Figura 43	Organigrama mantenimiento.....	99
Figura 44	Organigrama Restauración	100
Figura 45	Organigrama Alquiler de equipos.....	101
Figura 46	Marca Hatun Urcu.....	106
Figura 47	Variaciones de la marca 1.....	106
Figura 48	Variaciones de la marca 2.....	107
Figura 49	Variaciones de la marca 3.....	107
Figura 50	Tipografía	107
Figura 51	Cromática	108
Figura 52	Canal Directo	108
Figura 53	Canales Indirectos	109
Figura 54	Implementación de la marca en productos del refugio	110
Figura 55	Implementación de la marca en equipos deportivos.....	110
Figura 56	Camisetas del personal	111

Figura 57	Ropa con la marca del refugio	111
Figura 58	Señalética.....	112
Figura 59	Flyer Desayuno Tradicional	113
Figura 60	Flyer Combo Frozen	113
Figura 61	Flyer paquete full day.....	114
Figura 62	Flyer Promocional restaurante	114
Figura 63	Idea futura	115
Figura 64	Equipos.....	115
Figura 65	Identificación de Impactos.....	118
Figura 66	Aplicación matriz de Leopold	120
Figura 67	Aplicación matriz interacción cromática	121
Figura 68	Flujo anual	131
Figura 69	Flujo proyectado 5 años.....	132
Figura 70	Valor Actual Neto	132
Figura 71	Tasa Interna de Retorno	132
Figura 72	Punto de equilibrio	133

RESUMEN EJECUTIVO

El refugio turístico será implementado en la Comunidad de la Chimba, Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha, Ecuador y se basa en la implementación de un refugio de aventura con disposición de equipos deportivos, que fomente la activación del turismo de aventura por medio de los escenarios naturales de la zona de la Chimba, lugar donde se han desarrollado varios deportes como cicloturismo, escalada, trekking, trail running, rappel, slackline y práctica de alta montaña. Estos deportes necesitan de tiempo establecido y por ello cuentan con la necesidad de pernoctar en las alturas de las montañas, en un alojamiento que esté situado cerca a los atractivos o escenarios donde se practican ciertos deportes; por ello es que nace la idea de crear un establecimiento de alojamiento que será tipo rústico por naturaleza del refugio, pero con una idea innovadora de instalaciones como habitaciones, cafetería, sala de estar, barbacoa, restaurante y bar de una forma y estilo que hará llamativa la estadía del visitante y experiencia inolvidable. Dentro de las estrategias de mercadeo que se aplicarán en el Refugio *Hatun Urcu* se menciona técnicas de Servicio al Cliente para ello se contará con una planificación de capacitación al personal de servicio para una mejora de la experiencia tanto del prestador como del cliente, además del programa publicitario que engloba una planificación de la venta de productos por temporadas especificando sobre todo los servicios que se va a ofrecer para la venta tanto en paquetes completos como individual utilizando la estrategia de diferenciación. Con relación al análisis económico financiero *Hatun Urcu* empezará su actividad con una inversión total de \$101.306,00, obteniendo ingresos al primer año de \$165.600,00 dólares y egresos de \$129.171,08, es decir una ganancia anual de \$36.428,92. Alcanzando el punto de equilibrio en el cuarto año.

Palabras clave: Refugio – aventura – factibilidad – deportes – turismo

ABSTRACT

The tourist refuge will be implemented in the Community of La Chimba, Canton Cayambe, Province of Pichincha, Ecuador and is based on the implementation of an adventure refuge with provision of sports teams, which encourages the activation of adventure tourism through the scenarios natives of the Chimba area, a place where various sports have been developed such as cycling, climbing, trekking, trail running, rappelling, slackline and high mountain practice. These sports need a set time and for this reason they have the need to spend the night in the heights of the mountains, in an accommodation that is located near the attractions or scenarios where certain sports are practiced; That is why the idea was born of creating an accommodation establishment that will be rustic by nature of the refuge, but with an innovative idea of facilities such as rooms, cafeteria, living room, barbecue, restaurant and bar in a way and style that will make striking visitor's stay and unforgettable experience. Among the marketing strategies that will be applied in the *Hatun Urcu* Refuge, Customer Service techniques are mentioned for this, there will be a training plan for the service personnel to improve the experience of both the provider and the client, in addition to the program advertising that includes a planning of the sale of products by seasons specifying especially the services that are going to be offered for sale both in complete packages and individually using the differentiation strategy. Regarding the economic and financial analysis, *Hatun Urcu* will start its activity with a total investment of \$ 101,306.00, achieving income in the first year of \$ 165,600.00 and expenses of \$ 129,171.08, achieving an annual profit of \$ 36,428.92. Obtaining the equilibrium point in the fourth year.

Keywords: Refuge - adventure - feasibility - sports - tourism

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo consta de los siguientes capítulos:

En el **Capítulo I** se presentan los antecedentes, específicamente el diagnóstico situacional derivado de la matriz del MINTUR, la propuesta de la idea de negocios describiendo el tipo de emprendimiento, los servicios y la necesidad a satisfacer. De igual forma el valor agregado que logra la diferenciación con la competencia. Los factores que intervienen en la puesta en marcha, los riesgos y oportunidades y por último los fundamentos teóricos y la fundamentación legal.

En el **Capítulo II** por medio del estudio de mercado se identifica el perfil del turista, así como el análisis de la oferta, su competencia y la demanda potencial del refugio.

En el **Capítulo III** se detalla el estudio técnico administrativo, la macro y micro localización, se identifican y describen los procesos de la prestación del servicio, además el diseño planimétrico de la planta, su distribución y los requerimientos por áreas, así como la estructura organizativa y administrativa comprendiendo las inversiones y el capital de trabajo.

En el **Capítulo IV** se detalla el plan de comercialización y marketing, es decir la marca, los canales de distribución, el tipo de publicidad y sus estrategias.

En el **Capítulo V** se describe el estudio ambiental desarrollado a través de la matriz de Leopold y su respectivo plan de manejo ambiental.

Y por último en el **Capítulo VI** por medio del estudio económico financiero se analiza la rentabilidad del proyecto detallando el estado de situación inicial, el flujo de efectivo con sus proyecciones de ingresos y egresos anualmente, el capital de trabajo y el punto de equilibrio.

Objetivos

1.1. Objetivo general

Implementar un refugio turístico que fomente la práctica de deportes de aventura en la Comunidad de la Chimba, Olmedo, Cayambe, Ecuador

1.2. Objetivos específicos

- Identificar aspectos históricos, geográficos y socioeconómicos del sector a través de un diagnóstico situacional.
- Determinar a través del estudio de mercado la posible demanda potencial para el refugio.
- Establecer la estructura organizativa, funcional y de gestión con el cual el proyecto llevará a cabo sus actividades a través de un estudio técnico administrativo.
- Reconocer los impactos naturales que genere el proyecto fortaleciendo la conservación de recursos por medio de un estudio ambiental.
- Determinar mediante un estudio económico y financiero la rentabilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

2. Antecedentes

2.1. Diagnóstico Situacional

La parroquia Olmedo es una de las cinco parroquias rurales del cantón Cayambe, ubicada al nororiente de la provincia de Pichincha, a 90 Km. al norte de la ciudad de Quito. Las comunidades campesinas del ámbito local se ubican bordeando el nevado Cayambe sobre el eje marcado por la antigua carretera Quito-Olmedo-Zuleta-Ibarra. El idioma es el español y el Kichwa que se habla en algunas comunidades indígenas del pueblo Kayambi.

El cantón Cayambe históricamente pertenece a la formación de la cadena montañosa de los Andes que se formó al final de la era secundaria, a finales del cretácico tardío por el movimiento de subducción de la placa de Nazca debajo de la placa latinoamericana.

El clima de la parroquia de Olmedo es de tipo lluvioso, con una variación de 12 a 14°C y una precipitación de hasta los 820mm, esto gracias a su ubicación sobre el nivel del mar que sobrepasa los 4200m, haciendo sus destinos cercanos al volcán Cayambe, el tercer más alto del país y perteneciente al Parque Nacional Cayambe-Coca. La superficie que posee la parroquia es de 351,24km² ubicándose en límite con el norte al cerro Cusín, al sur delimitando con la línea sur de la cumbre del Cayambe. Posee una población de 6772 siendo predominante las mujeres con un 523% en relación con la cantidad de hombres registrados. Es importante mencionar que el PEA es de 2941, en su mayoría cursó únicamente la educación primaria y sus principales actividades productivas resaltan a la agricultura y ganadería como los principales modos de ingreso para la comunidad.

En cuanto a servicios básicos se refiere, estos cuentan con los principales en un porcentaje mayor al 50% como luz, agua, servicio de alcantarillado, trata de aguas residuales y acceso a telefonía móvil e internet. Simultáneamente los accesos a movilidad, infraestructura, equipamientos generales y seguridad, la población

cuenta con lo mínimo establecido para una calidad de vida eficiente, como ejemplo se puede mencionar que existe una estación pequeña de policía, no cuentan con servicio de bomberos; escasa infraestructura turística, así como espacios recreativos dentro de la zona poblada. En cuanto a asentamientos humanos la parroquia en general cuenta con presencia en Muyurcu, Santa Ana, Caucho Alto, El Chaupi, San Pablo Urcu, entre otras; las cuales basan su economía en las actividades productivas ya mencionadas.

En cuestión a la conectividad del sitio y sus accesos la comunidad posee rutas desde la capital por el panamericana norte, este se encuentra en un estado favorable y con un tiempo estimado de 3 horas; los medios para transportarse al lugar son automóvil, buses o camionetas taxi, Desde el origen al destino el costo promedio es de \$10.00. Otra vía de conectividad es Ibarra por la antigua vía a Zuleta el cual forma parte del atractivo “ruta de los bordados” quien tiene una gran afluencia de visitantes tanto locales como nacionales; el camino hasta la parroquia se encuentra asfaltada y en favorables condiciones no obstante al comenzar el tramo Zuleta-La Chimba esta cuenta con acceso de tercer orden en favorables condiciones; el costo promedio de viaje desde la ciudad de Ibarra es de \$5.00 en transporte público y otros. Cabe recalcar que los puntos con mayor emisión turística a nivel nacional se encuentran Quito con características ya mencionadas.

La comunidad cuenta con varios atractivos tanto cercanos como en la parroquia, se puede mencionar varios de ellos como el Volcán Cayambe, la Laguna de San Marcos, La Laguna de Puruhanta y Mirador de Ventanas, estos con una promoción a nivel local y nacional, pero existen mayor número de atractivos naturales y culturales los cuales es fundamental la promoción y adecuación de estos para una mejora en los servicios turísticos de la parroquia en general. Cabe recalcar que la comunidad cuenta con varias facilidades turísticas como señalización turística al ingreso del pueblo y un punto de información en la plaza comercial del poblado. No cuenta con centros de interpretación ni servicios de alojamiento tanto en la zona poblada como en el área natural, pero poseen infraestructura en senderos y

miradores con información básica; Para ello las modalidades de turismo que se practican con mayor frecuencia es el turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo de aventura y en medio porcentaje ferias gastronómicas.

El nivel de ingreso de turistas a la zona es alto con un total de 33415 visitantes al año 2017 en temporada alta, con una media de pernoctación del 30% y un gasto promedio de \$25. La descentralización turística es representada por el Gad Parroquial y el Municipio del cantón con el proyecto “Cayambe Turismo” cooperando con varias ordenanzas de este ámbito como la regulación de inversión municipal en los emprendimientos turísticos, agro productivos y microempresariales del cantón.

La comunidad también cuenta con una asociación de turismo el cual se ha manejado con poca capacidad técnica referente a proyectos de turismo gracias a la poca intervención e involucramiento de la población en este tipo de actividades; por tanto se desatan las principales necesidades como en conservación urbana por medio de pavimentación de vías, aparcamientos, aceras, ciclovías u y espacios libres, también existe la necesidad de implementar una línea de bus urbana que abarque la accesibilidad a las zonas mayormente alejadas y la mejora de los establecimientos turísticos del sector conjuntamente con capacitación a las personas involucradas en la actividad.

2.2. Propuesta de la Idea de Negocio

La idea de negocio se basa en la implementación de un refugio de aventura con disposición de equipos deportivos, que fomente la activación del turismo de aventura por medio de los escenarios naturales de la zona de la Chimba, lugar donde se han desarrollado varios deportes como cicloturismo, escalada, *trekking*, *trail running*, *rappel*, *slackline* y práctica de alta montaña.

El emprendimiento es un alojamiento de tipo rústico y cafetería, el cual estará vinculado a la promoción de los escenarios que contempla la zona para la práctica de estos deportes. El objetivo principal para la creación del refugio es cubrir la necesidad del servicio de alojamiento a los turistas que visitan los páramos de la

comunidad, dotando de un servicio complementario al de un alojamiento tradicional estableciendo información y promoción de los distintos escenarios existentes, confort y una vivencia única en los andes ecuatorianos.

2.3. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios

En los últimos años el turismo de aventura en el Ecuador ha convertido a grandes deportistas destacados a nivel mundial gracias a la práctica constante que realizan dentro de los escenarios del país; y es que en el cantón Cayambe cuenta con un sinnúmero de atractivos naturales que ocasionan la llegada de estos deportistas para disfrutar de sus entrenamientos y práctica libre; con lo comentado anteriormente, viene un modelo de idea desde Europa, el cual se ha forjado por la gran afluencia que existe para la práctica de deportes de aventura. Y es que estos deportes necesitan de tiempo establecido y por ello cuentan con la necesidad de pernoctar en las alturas de las montañas, en un alojamiento que esté situado cerca a los atractivos o escenarios donde se practican ciertos deportes; por ello es que nace la idea de crear un establecimiento de alojamiento que será tipo rústico por naturaleza del refugio, pero con una idea innovadora de instalaciones como habitaciones, cocina, sala de estar, barbacoa, entre otras; de una forma y estilo que hará llamativa la estadía del visitante; también contará con una cafetería el cual estará enfocada a la realización de postres con productos locales, con una presentación única como las bebidas variadas y un ambiente natural y confortable ofertará al turista una experiencia inolvidable antes de su visita a los atractivos de la zona; seguido de una oferta de productos de aventura para escalada, trekking bicicletas de montaña, rappel, slackline, alta montaña y tiendas de camping; para quienes desean practicar estas actividades, pero no cuentan con los implementos necesarios.; y al mismo tiempo el aprovechamiento de los recursos naturales que posee la zona de una manera sostenible, promocionando la visita de estos recursos para las actividades físicas, dotando de información detallada de cada sitio a los visitantes y con todo esto alcanzar un mercado que se encuentre direccionado a la práctica de deportes de aventura.

2.4. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio

2.4.1. Análisis de la industria.

Situación del macro ambiente:

- **Político legal**

Dentro del Estatuto Orgánico por procesos del GAD Municipal de Cayambe en el artículo 66 se expresa la misión que da a promover actividades productivas y competitivas, que contribuyan con el desarrollo del cantón, generando empleo, a través de emprendimientos, inversiones público-privadas, y capacitación para el mejoramiento de la producción, comercialización de productos y venta de servicios a turistas, con altos índices de calidad, tanto para el mercado interno como externo.

La administración turística del cantón y sus alrededores será ejecutada por la Jefatura de Turismo, designada para realizar las siguientes funciones:

1. Promover y difundir información turística
2. Generar y otorgar licencias de funcionamiento
4. Fomentar la promoción turística
5. Brindar asistencia técnica turística
6. Desarrollar el informe de control de establecimientos turísticos
8. Impulsar los productos turísticos cantonales
9. Desarrollar campaña de concientización turística
10. Desarrollar campaña de seguridad turística
11. Asesorar técnica en normativa turística local
13. Establecer los manuales de procedimientos

El gobierno local se relaciona directamente con la disposición de pagos de impuestos para empresarios turísticos, así como el control de calidad en cuanto a los servicios ofertados.

- **Socio cultural**

Dentro del entorno de Cayambe se puede visibilizar un incremento en las actividades deportivas que involucran escenarios naturales para su práctica, en estas se derivan mayor actividades que indirectamente se entrelazan al turismo de aventura, como al servicio de restauración y transporte para la llegada a los atractivos; por otro lado se puede evidenciar que, gracias a los escenarios existentes dentro de la comunidad los visitantes consideran importante la disposición de implementos de seguridad o deportivos para estas actividades, al mismo tiempo se toma en cuenta la valoración de la información de cada uno de los sitios a visitar por los turistas que llegan a la zona de Cayambe. Es considerable observar también la cultura deportiva que existe dentro de la comunidad ya que no se ha reportado una conducta inusual e inadecuada por parte de visitantes que afecten de cierta manera el patrimonio natural existente.

- **Económico**

La población de Cayambe se encuentra en condiciones económicas para asistir a la demanda de estas actividades ligadas a la agricultura y ganadería principalmente, junto con otros emprendimientos relacionados al turismo de aventura, al mismo tiempo las localidades más cercana como son Ibarra y Quito disponen de recursos económicos suficientes que garantizan la realización de estas actividades; del mismo modo el costo de servicios en cuanto a actividades de aventura y alojamiento se encuentran en condiciones económicas justas sin desmerecer el trabajo de quienes operan, para las personas extranjeras quienes disponen de un poder adquisitivo mucho mayor al turista nacional.

- **Tecnológico**

La comunidad de la Chimba se encuentra en un estancamiento a nivel de desarrollo tecnológico que facilita la interacción e incluso la venta de servicios turísticos a los visitantes; por lo tanto, es fundamental el desarrollo de las nuevas tecnologías para incrementar la innovación en la prestación de servicios de turismo.

Por su parte, el gobierno cantonal está inmerso en estos factores para el buen desarrollo de las tecnologías con fines de promoción de las actividades a realizar en las parroquias del cantón.

- **Medioambiente**

La localidad de la Chimba, al estar situada en el límite de la zona de amortiguamiento del parque Nacional Cayambe-Coca forma parte de implementación de estrategias para la conservación de los recursos naturales por parte del gobierno local, las cuales han sido plasmadas en su PDOT y actualizándose conforme a la necesidad actual; de igual manera el medio se encuentra en condiciones óptimas sin afecciones externas que contribuyan al deterioro de este. Simultáneamente, la conciencia ambiental dentro de la comunidad es sumamente sana, el cual involucra incluso, la generación de actividades de conservación ambiental como mingas, reforestación y campañas; no obstante, la climatología del lugar es variada en determinadas zonas del año por lo que se debe tomar en cuenta el aspecto en factor tiempo.

Situación competitiva

- **Infraestructura**

La industria turística dentro de la localidad es escasa, solamente existen pocos paraderos en las vías principales de la comunidad. Además, dentro de la zona del volcán Cayambe, el refugio Oleas Ruales Berge, que se considera como un competidor directo posee una infraestructura de piedra y teja con capacidad para 80 personas, cuenta con un pequeño parqueadero y una cafetería.

Inversiones de la industria

En la localidad de la chimba no se ha reportado proyectos de inversión turística según fuentes del PDOT. En cuanto a la señalización y señalética se encuentra en deterioro, no obstante, se ha instalado garitas para beneficiar a los consumidores de transporte urbano y la adecuación de accesibilidad vial en el tramo La Chimba-

Cariacu. Cabe recalcar la importancia que posee el rol de los gobiernos locales para la gestión de proyectos que generen un desarrollo al sector turístico de la zona.

- **Número de competidores**

El número de competidores para el Refugio Turístico son el Refugio Oleas Ruales Berge localizado en la parte suroccidental del volcán Cayambe y Chimborazo Lodge ubicado en las faldas del Chimborazo. Ambos cuentan con servicios de alojamiento y alimentación; en el caso del Lodge Chimborazo este posee el alquiler de equipos únicamente de alta montaña

Refugio Oleas Ruales Berge

El Refugio Ruales – Oleas – Berge está localizado en la cara suroccidental de la montaña; cuenta con todo lo necesario para una estancia agradable antes de subir a la cumbre. De igual forma cuenta con servicios de alojamiento y cafetería, servicios básicos y sistema de comunicación; la cocina no está abierta a los huéspedes y es indispensable llevar saco de dormir camas ya que el refugio provee únicamente de colchones.

Chimborazo Lodge

El Chimborazo Lodge está situado a los pies del volcán Chimborazo y ofrece habitaciones con calefacción en la reserva natural de Chimborazo. También hay restaurante y aparcamiento gratuito. La ciudad de Riobamba está a 36 km. Las habitaciones del Chimborazo Lodge tienen techos de madera a dos aguas y vistas a la montaña. El baño es compartido y poseen una cafetería restaurante con comida internacional.

Situación del producto

- **Condiciones de los productos y servicios de la industria**

En el refugio Oleas Ruales Berge se cancela una tarifa de US 30 por persona /día, con cena y desayuno incluido; se puede solicitar el desayuno a la vuelta de la

cumbre y no antes de salir, lo cual es muy conveniente. US. 20,00 sin cena ni desayuno. US. 10,00 campamentos con posibilidad de acceso al refugio

- **Certificaciones de Calidad (Distinto Q)**



El distintivo Q que se otorga a los establecimientos turísticos realizado por parte del municipio del distrito metropolitano de Quito

- **Buenas prácticas**

El Chimborazo Lodge es quien cuenta con paneles solares y un manejo de residuos de una manera sostenible; poseen los protocolos de bioseguridad establecidos conforme a la ley y realizan un turismo de manera responsable con el ambiente.

Figura1

Matriz Factores que intervienen en la puesta en marcha

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS Carrera de Turismo 		
DATOS DEL DOCENTE		
NOMBRE:	Msc. Victoria Ruiz	
SEMESTRE:	Noveno	
ASIGNATURA:	Trabajo de Grado I	
FECHA ENTREGA:		
NOMBRE:	Nicolás Romero Ortega	
TEMA:	Refugio Turístico que fomenta los deportes de aventura en la comunidad de La Chimba, Olmedo, Cayambe, Ecuador	
MATRIZ FACTORES QUE INTERVIEN EN LA IDEA DE NEGOCIO		
1.4.1 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA		
SITUACIÓN MACROAMBIENTE	Político - Legal	Dentro del Estatuto Orgánico por procesos del GAD Municipal de Cayambe define dentro del artículo 66 la misión que da a promover actividades productivas y competitivas, que contribuyan con el desarrollo del cantón, generando empleo, a través de emprendimientos, inversiones público-privadas, y capacitación para el mejoramiento de la producción, comercialización de productos y venta de servicios a turistas, con altos índices de calidad, tanto para el mercado interno como externo. El gobierno local se relaciona directamente con la disposición de pagos de impuestos para empresarios turísticos, así como el control de calidad en cuanto a los servicios ofertados.
	Socio cultural	Dentro del entorno de Cayambe se puede visibilizar un incremento en las actividades deportivas que involucran escenarios naturales para su práctica, en estas se derivan mayor actividades que indirectamente se entrelazan al turismo de aventura, como el servicio de restauración y transporte para la llegada a los atractivos; por otro lado se puede evidenciar que, gracias a los escenarios existentes dentro de la comunidad los visitantes consideran importante la disposición de implementos de seguridad o deportivos para estas actividades, al mismo tiempo se toma en cuenta la valoración de la información de cada uno de los sitios a visitar por los turistas que llegan a la zona de Cayambe.
	Económico	La población de Cayambe se encuentra en condiciones económicas para asistir a la demanda de estas actividades ligadas a la agricultura y ganadería principalmente, junto con pocos emprendimientos en cuanto al turismo rural, al mismo tiempo la localidad más cercana que es Ibarra y Quito especialmente, disponen de recursos económicos suficientes que garantizan la realización de estas actividades que sean atractivas a este público objetivo; del mismo modo el costo de servicios en cuanto a actividades de aventura y alojamiento se encuentran en condiciones económicas justas sin desmerecer el trabajo de quienes operan, para las personas extranjeras quienes disponen de un poder adquisitivo mucho mayor al turista nacional.
	Tecnológico	La comunidad de la Chimba se encuentra en un estancamiento a nivel de desarrollo tecnológico que facilita la interacción e incluso la venta de servicios turísticos a los visitantes; por tanto, es fundamental el desarrollo de las nuevas tecnologías para incrementar la innovación en la prestación de servicios de turismo. Por su parte, el gobierno cantonal está inmerso en estos factores para el buen desarrollo de las tecnologías con fines de promoción de las actividades a realizar en las parroquias del cantón.
	Medio Ambiental	La localidad de la Chimba, al estar situado en el límite con la zona de amortiguamiento del parque Nacional Cayambe-Coca, es imprescindible dentro del gobierno local la implementación de estrategias para la conservación de los recursos naturales, las cuales han sido plasmadas en su PDOT y actualizándose conforme a la necesidad actual; de igual manera el medio se encuentra en condiciones óptimas sin afecciones externas que contribuyan al deterioro de este. Simultáneamente, la conciencia ambiental dentro de la comunidad es sumamente sana, el cual involucra incluso, la generación de actividades de conservación ambiental como mingas, reforestación entre otras; no obstante, la climatología del lugar es variada en determinadas zonas del año por lo que se debe tomar en cuenta el aspecto en factor tiempo.
SITUACIÓN COMPETITIVA	Infraestructura	La industria turística dentro de la localidad de escasa, existen paraderos en las vías principales de la comunidad; dentro de la zona del volcán Cayambe, el refugio Oleas Ruales Berge, que se considera como un competidor directo posee una infraestructura de piedra y teja, cuenta con un pequeño parqueadero, una cafetería y una plaza de 80 personas
	Inversiones de la industria	En la localidad de la chimba no se ha reportado una inversión en cuanto a proyectos turísticos de relevancia. En cuanto a la señalización y señalética aplicada se encuentra en deterioro no obstante se ha instalado garitas para paradas de buses, adecuación de accesibilidad vial en el tramo La Chimba- Cariacu, cabe recalcar la importancia que posee el rol de los gobiernos locales para la gestión de proyectos que generen un desarrollo al sector turístico de la zona
	Número/competidores	El número de competidores son 2, el Refugio Oleas Ruales Berge localizado en la parte suroccidental del volcán Cayambe y Chimborazo Lodge ubicado en las faldas del Chimborazo. Ambos cuentan con los servicios de alojamiento y alimentación; en el caso del Lodge Chimborazo este posee el alquiler de equipos únicamente de alta montaña
FIRMA ESTUDIANTE		FIRMA DOCENTE

2.5. Riesgos y oportunidades de la idea de negocio

Tabla 1

Riesgos y oportunidades de la idea de negocio.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Gran potencial en escenarios para la práctica de deportes de aventura.• Liderazgo de la organización para la innovación y oferta estratégica al mercado.• Innovación y oferta de nuevos servicios para los visitantes.• Ubicación estratégica a realizarse el proyecto.	<ul style="list-style-type: none">• Práctica del turismo de aventura en incremento.• Promociones y capacitaciones de los Gobiernos locales.• Actividades deportivas (trekking, cicloturismo) en incremento• Demanda potencial nacional e internacional.• Relación con potenciales socios para la operación.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Capacidad limitada de la comunidad para la práctica de actividades turísticas• Nuevos retos para cumplir en leyes o reglamentos.• Incremento de nuevas plazas de alojamiento en la zona.	<ul style="list-style-type: none">• Catástrofes Naturales y pandemias.• Competidores mejorando e incrementando sus productos/servicios.• La falta de apoyo por el ente público para actividades y restricciones de movilidad u operación por parte de Gobiernos locales.• Aumento de costo en predios u actividades relacionadas con el giro del negocio del refugio.

2.6. Fundamentos teóricos

Turismo.

Según Oscar de la Torre Padilla (1980) citado en García & Solano (2021) menciona que:

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas por motivos de descanso, recreación, salud o trabajo, trasladándose de su lugar habitual hacia otro, generando beneficios económicos e interrelaciones sociales y/o culturales.

El turismo se ha convertido en un fenómeno social, económico y cultural que este inspirado por actividades de recreación, negocios o personales las mismas que se relacionan con el consumo de bienes y servicios buscando la satisfacción de sus necesidades.

Bajo este argumento se puede decir que el turismo es la suma de las interacciones humanas y de servicios resultantes del viaje motivado por las distintas razones, las mismas que implican un gasto turístico y que permiten mejorar el crecimiento económico del sector.

Planta turística.

Según Ludeña (2012) citado en Navas (2016) menciona que, “la planta turística se conforma por las instalaciones y equipos de producción de un producto turístico, es decir el conjunto de bienes y servicios como es la alimentación, la recreación, el alojamiento y el transporte” (p: 15).

Refugio turístico

Dentro del Reglamento de Alojamiento Turístico (2016) un refugio turístico se define como una instalación de alojamiento destinado a la actividad turística y que cuenta con infraestructuras para brindar servicio de hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios. Mayormente se ubica en áreas geográficas que sobrepasan los 3000 msnm y áreas naturales protegidas, con la finalidad de ser utilizado para protección de las personas que realizan actividades de turismo activo. (p: 12)

Turismo de Aventura

Dentro del ámbito turístico se han realizado una serie de aportaciones referentes al turismo de aventura que cada vez se ha ido acoplado en los países para la práctica de estos, en este sentido la Organización Mundial de Turismo (2019) hace referencia a la actividad como:

El turismo de aventura es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo. (p: 37)

Servicio de Alojamiento.

Según el Reglamento General a la Ley de Turismo (2015) un servicio de alojamiento se entiende como aquellos establecimientos que prestan de forma habitual o temporal una habitación para pernoctar por una tarifa y periodo determinado, además pueden contar con servicios complementarios por costos adicionales y generalmente se usan en medio de un viaje.

Servicio de alimentación.

Para el Reglamento General a la ley de turismo (2015):

Se define al servicio de alimentos y bebidas como las actividades que prestan los establecimientos gastronómicos, bares y similares, cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento. (p: 11)

Servicio de guianza.

Para el Ministerio de Turismo (2015) el servicio de guianza se constituye como el profesional en turismo que atiende a turistas extranjeros o nacionales en sitios de interés, interpretando el patrimonio, es decir atiende, enseña, conduce y protege al turista durante su viaje con su respectiva credencial o autorización.

Turismo de naturaleza.

El turismo de naturaleza está relacionado con los viajes que se centran en realizar actividades en un medio natural prácticamente está referido a los hábitats naturales y a su biodiversidad, enfocándose principalmente en el respeto, disfrute y conservación de espacios naturales.

(Martínez, 2017)

Escalada

La Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada (2015) define a la escalada como una práctica deportiva que, en su modalidad clásica, consiste en subir o recorrer paredes de roca, laderas escarpadas u otros relieves naturales caracterizados por su verticalidad, empleando medios de aseguramiento recuperables en casi su totalidad y la posibilidad en su progresión de utilizar medios artificiales. (p: 1)

Alta montaña

Se define como la acción de subir montañas, pero siempre por afán de superación, como respuesta a un impulso personal distinto en cada uno o por el placer de alcanzar una cima y observar el terreno que se abre ante los ojos. Un buen deportista ha de saber esquí de montaña, escalar en roca, hielo o terreno mixto (aquel que combina roca y hielo), pero también ha de tener nociones de orientación. (FEDME, 2015)

Cicloturismo

El cicloturismo, por tanto, constituye una actividad que complementa y potencia la visita de lugares o atractivos ya sean naturales o culturales; mediante un mecanismo de movilidad alternativa donde intervienen factores naturales y culturales dentro de esta práctica y se encuentra ligada a todo tipo de persona desde una perspectiva recreativa.

Barranquismo

En efecto, para la FEDME (2015) el “barranquismo es una práctica deportiva consistente en la progresión por hondonadas o cañadas de ríos de montaña, a pie

y/o nadando, y que ya cuenta con diferentes técnicas, materiales propios y bien diferenciados.”

Dentro de las definiciones mencionadas hay que tomar en cuenta la importancia de la modalidad de práctica a realizarse ya que esta por su utilización de equipamientos externos a la naturaleza se los debe realizar de una manera segura y sostenible.

Oferta

Kotler en su libro Fundamentos de Marketing (2013) plantean la siguiente definición de oferta de marketing: “Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo.” En efecto, la relación que posee las necesidades con las ideas generadas del ser humano tiene una relación estrecha por el cual se debe ajustar al mercado consumidor al proponer una idea de negocio funcional.

Demanda

Para Andrade (2016) la demanda es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca. (p: 2)

Con esto, la demanda se basa en la satisfacción de deseos y necesidades que el consumidor en su momento necesita adquirir por tanto dispone de un pago establecido para la compra del producto o servicio.

Promoción

Para Kotler & Keller (2016) “la promoción hace referencia a la cuarta herramienta del marketing-mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren” (p: 150).

Como bien mencionan los autores, la herramienta eficiente para indagar en la mente del consumidor y persuadirlo para la realización de la compra, complementa una esencial dinámica para el incremento de ventas de un determinado producto/servicio.

Indicadores económicos

Según Cebrían (2016) los indicadores económicos son:

Herramientas de análisis de las relaciones que se plantean entre los agentes económicos de un país es decir los indicadores económicos son medidas que pretenden reflejar de manera sintética, conjunta, aproximada, cuantitativa y generalmente cortoplacista los principales rasgos de la situación y la actividad económica en un momento concreto o durante un periodo para un conjunto internacional, nacional, regional o sectorial. (p: 12)

Flujo de caja

El flujo de caja es una herramienta financiera que permite identificar la capacidad del proyecto de presentar disponibilidad o deficiencia de efectivo, así como evidencia el saldo de los ingresos menos los egresos generados por la actividad productiva de una empresa (Hirache, 2013).

Valor Actual Neto

Es un indicador que permite detectar, analizar y evaluar la factibilidad de proyectos, bajo este criterio se puede mencionar si el valor actual neto es mayor a 0, se acepta el proyecto, por lo que en un futuro generará ganancias; si por el contrario el valor es menor a 0 se puede decir que no se sigue con el proyecto ya que sus egresos son más elevados que sus ingresos. Y si en algún caso es igual a 0 se menciona que sus ingresos cubren sus gastos justamente por lo que no sería buena inversión. (Vásquez , y otros, 2017)

Tasa Interna de Retorno

Para Ramírez (2016) la Tasa Interna de Retorno “es la tasa que representa, de alguna manera, el punto de equilibrio en los flujos de un proyecto tomando en consideración el valor del dinero a través del tiempo” (p: 40).

Impacto Ambiental

“Es el desequilibrio del ambiente, ocasionado de forma directa o indirectamente por la acción del hombre o de la naturaleza dentro de un proyecto o actividad en un área determinada” (GRN, 2018).

2.7. Fundamentación legal

Constitución de la República del Ecuador.

Denominada oficialmente como Constitución de la República del Ecuador es la norma jurídica suprema vigente del Ecuador modificada en Montecristi en el año 2008. En ella se establecen las normas fundamentales que amparan los derechos y libertades de los ciudadanos del Ecuador (Constitución, 2008).

Art. 14.- “Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*” (Constitución, 2008).

En relación con el proyecto *Hatun Urcu* el derecho al ambiente sano es uno de los derechos que más prevalece ya que el refugio estará ubicado en un ecosistema de páramo, en las estribaciones del nevado Cayambe, donde se respira aire puro y se mantiene un ambiente sano.

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la ley suprema. (Constitución, 2008).

Para la ejecución del refugio se contratará al personal que sea netamente del lugar de aplicación con fines de reactivación económica ayudando a las personas de la comunidad, poseerán un uniforme sin existir algún cambio en su identidad y su aspecto visual. Se trata de enfatizar también la cultura indígena que posee la comunidad de la Chimba, y por tanto respetar sus expresiones culturales como conocimiento de quienes visitan el sector de la Chimba.

Art. 71.- “La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos” (Constitución, 2008).

Este artículo se relaciona con el proyecto ya que dentro del refugio se

implementará la promoción de las rutas en los escenarios deportivos, por lo que al mismo tiempo se tratará por medio de campañas para concientizar el cuidado de los páramos y fauna silvestre, así como la limpieza de la montaña entre otros, además que se promoverá las normas de buen comportamiento frente a la flora y fauna existente en el lugar.

Ley Orgánica del Deporte y Actividad Física

Art. 9.- De los derechos de las y los deportistas de nivel formativo y de alto rendimiento. – En esta Ley prevalece el interés prioritario de las y los deportistas, siendo sus derechos los siguientes: (Ley del Deporte, 2015).

- b) Ser obligatoriamente afiliado a la seguridad social; así como contar con seguro de salud, vida y contra accidentes, si participa en el deporte profesional;
- c) Los deportistas de nivel formativo gozarán obligatoriamente de un seguro de salud, vida y accidentes que cubra el período que comienza 30 días antes y termina 30 días después de las competencias oficiales nacionales y/o internacionales en las que participen
- d) Acceder a preparación técnica de alto nivel, incluyendo dotación para entrenamientos, competencias y asesoría jurídica, de acuerdo con el análisis técnico correspondiente;
- e) Acceder a los servicios gratuitos de salud integral y educación formal que garanticen su bienestar;
- f) Gozar de libre tránsito a nivel nacional entre cualquier organismo del sistema deportivo. Las y los deportistas podrán afiliarse en la Federación Deportiva Provincial de su lugar de domicilio o residencia; y, en la Federación Ecuatoriana que corresponda al deporte que practica, de acuerdo con el reglamento que esta Ley prevea para tal efecto;
- g) Acceder de acuerdo con su condición socioeconómica a los planes y proyectos de vivienda del Ministerio Sectorial competente, y demás beneficios; y,
- h) Acceder a los programas de becas y estímulos económicos con base a los resultados obtenidos.

Art. 89.- De la recreación. - La recreación comprenderá todas las actividades físicas lúdicas que empleen al tiempo libre de una manera planificada, buscando un equilibrio biológico y social en la consecución de una mejor salud y calidad de vida. Estas actividades incluyen las organizadas y ejecutadas por el deporte barrial y parroquial, urbano y rural.

En el Refugio de Aventura *Hatun Urcu* una de las tendencias que se quiere llegar es la promoción de un lugar donde puedas realizar deportes de aventura, por tanto, va a estar inmerso la recreación promoviendo la actividad física con los servicios ofertados. Y por tanto se querrá también fomentar programas con actividades de deporte, educación física y recreación desde edades tempranas hasta el adulto mayor y grupos vulnerables en general para fortalecer el nivel de salud, mejorar y elevar su rendimiento físico y sensorial

El literal “e” de la Ley Orgánica del Deporte y Actividad Física menciona la “recreación a la actividad física realizada individual o colectivamente, en buen uso del tiempo libre, con fines de distracción, entretenimiento, mantenimiento de la salud y mejora de la calidad de vida del ser humano” (Deporte, 2015)

Se menciona este artículo en relación a la actividad física como una de las principales motivaciones de la promoción de las rutas, donde se brinda también el alquiler de equipos deportivos como bicicletas, etc.

Reglamento de actividades turísticas

El Gobierno de la República a través del Ministerio de Turismo expresa que:

Art. 1.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

En este caso el Refugio *Hatun Urcu* se identifica como un establecimiento de alojamiento que brinda servicios complementarios como una cafetería y el alquiler de equipos de escalada, montañismo, bicicletas y materiales de camping.

Artículo 43.- Refugio es todo establecimiento hotelero, situado en zonas de alta montaña, en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general. Su capacidad no podrá ser menor a seis piezas y podrán prestar sus servicios a través de habitaciones individuales con su correspondiente cuarto de baño, o dormitorios comunes|

Plan de Tur Ecuador 2030.

El Ministerio de Turismo (2019) manifiesta que “el Plan Nacional de Turismo 2030 pretende formular lineamientos que impulsen el sector turístico en el país mediante la implementación de un modelo de gestión sostenible y accesible para lo cual se detallan las siguientes políticas”.

1. Fomentar el turismo sostenible. Accesible e inclusivo como modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión, basándolo en la revalorización y conservación del patrimonio cultural y natural; la generación de desarrollo productivo y social; así como, el acceso a oportunidades para disfrutar de la actividad turística de una manera segura, cómoda y autónoma. (MINTUR, 2019:59)
2. Fortalecer la gestión de los destinos a través de la coordinación interinstitucional entre los actores del sector público, privado, académico, asociativo y comunitario, sustentado en sistemas eficientes de gobernabilidad colaborativa y gestión descentralizada y desconcentrada (MINTUR, 2019:59).
3. Mejorar la competitividad de los destinos, basada en la planificación turística, la generación de productos turísticos innovadores y la prestación de servicios de calidad, favoreciendo al turismo con base local como factor diferenciador de la oferta turística (MINTUR, 2019:59).

Objetivos Nacionales del Plan de Desarrollo toda una vida.

La Secretaria Nacional de planificación y desarrollo (2017) menciona que “El plan busca promover la garantía de derechos durante todo el ciclo de vida de los ciudadanos del país”.

Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida.

Objetivo 1. Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas.

Con la implementación del refugio se pretende reactivar la economía del sector e involucrar a la ciudadanía en actividades relacionadas al turismo permitiendo la asociación de cada miembro.

Objetivo 3: Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones

La actividad del Refugio gira en torno a la protección y cuidado de las zonas naturales, a través de prácticas responsables con el medio ambiente e incentivando a la población a promover buenas practivas que aporten a la reducción de la contaminación.

CAPÍTULO II

3. Estudio de mercado

3.1. Diseño de la investigación de mercado

Para el diseño de mercado se ha establecido varias estrategias que sobreponen la facilidad de la recolección de datos, las cuales se forman a partir de la situación actual de la pandemia del Covid-19, por tanto, se establecen los instrumentos de recolección por medio de encuestas vía online y la realización de entrevistas se destacan de manera presencial bajo los protocolos de bioseguridad tanto para los actores entrevistados como para el autor del proyecto.

3.1.1. Tipo de investigación.

Para la realización del estudio de mercado del proyecto se determinó realizar en base a ciertos tipos de investigación fundamentales para la recolección de datos necesarios para el estudio que se detallan a continuación:

Investigación cualitativa

El método cualitativo es relevante cuando se investiga fenómenos sociales complejos que son difíciles de capturar numéricamente lo que permite comprender en profundidad el problema, cuáles podrían ser sus causas desde la mirada de los

actores sociales, permitiendo junto con los métodos cuantitativos desarrollar modelos explicativos considerando perspectivas personales. (Bedregal, Besoain, Reinoso , & Zubarew, 2017)

Esta investigación permitirá determinar a través de la encuesta y entrevista el perfil del turista que elige el Cantón Cayambe para la práctica de deportes de aventura, además los servicios y actividades que consumen con el objetivo de satisfacer sus requerimientos.

Investigación cuantitativa.

Según Neill & Cortez (2017) el objetivo de una investigación cuantitativa es adquirir conocimientos fundamentales y la elección del modelo más adecuado que nos permita conocer la realidad de una manera más imparcial, ya que se recogen y analizan los datos a través de los conceptos y variables medibles, es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. (p: 63)

Esta investigación permitirá recopilar información relevante para el estudio de mercado, la misma que será recopilada a través de las encuestas y se determinará el público objetivo del proyecto.

3.1.2. Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.

Para la realización del estudio de mercados se basó principalmente en un muestreo de tipo no probabilístico detallando información por medio de los instrumentos a explicar posteriormente, al ser una población finita el muestreo se realiza por conveniencia ya que se busca un público y que este colabore con la información en base a las encuestas realizadas como instrumento principal de recolección de datos, de igual forma, el cálculo de la muestra se lo realiza tomando como referencia la llegada de visitantes al parque nacional Cayambe Coca del año 2018 y también información adicional de la cual se tomó en base al Geoportal de Visitas internas Turísticas (2017-2018).

Cálculo de la muestra

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

Donde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

p: probabilidad de que ocurra un suceso

q: probabilidad de que no ocurra un suceso

E: margen de error

Z: nivel de confiabilidad

Valores de las variables

N= 15627

p= 50% = 0.5

q= 1 – p =0.5

E= 5% = 0.05

Z= 95% = 1.96

Situación en la fórmula:

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

$$n = \frac{15627 * 0.5 * 0.5}{\frac{(15627 - 1)0.05^2}{1.96^2} + 0.5 * 0.5} \quad n = \frac{3906.75}{\frac{(15626)0.0025}{3.842} + 0.25} \quad n = \frac{3906.75}{10.41}$$

$$n = 375.28$$

$$n = 375$$

Se puede concluir que:

El total de encuestas a aplicar es de 375 personas de la población cuantificada de 15627 personas, no obstante este número se puede sobrepasar en el tiempo estimado de aplicación de igual manera se tomarán todos los datos para los cálculos y proyecciones y en cuanto al medio de difusión del instrumento se lo

realiza de manera online por medio de las plataformas Drive de Google para formularios de encuestas.

3.1.3. Instrumentos de recolección

Para la investigación de mercados vinculados con el proyecto se diseñó dos principales herramientas en base a un tipo de muestreo no probabilístico en el cual se determina la recolección de información.

La encuesta

Las encuestas están diseñadas para la población dedicada a hacer turismo y las entrevistas a los establecimientos que oferten similares servicios con la idea de negocio propuesta. De la misma forma se utilizó fuentes de información bibliográficas las cuales determinaron datos fundamentales para el análisis del muestreo.

Refiriéndose al instrumento de encuesta se realizó con el fin de determinar las preferencias del turista en caso de recibir los servicios de alojamiento, sus gustos y el promedio de gasto turístico que realizan, además del cambio del comportamiento que estos pueden tener frente a la presentación de servicios adicionales que se pueda adquirir en cierto lugar, y establecer una estructura de la demanda potencial para el proyecto.

Con esto se pudo diseñar el instrumento por medio de los siguientes pasos:

- Revisar todos los preámbulos para la realización de interrogantes
- Decidir sobre el contenido de las preguntas a realizar así también su orden específico.
- Determinar la metodología de preguntas y el formato de respuesta a ellas.
- Determinar la redacción de cada pregunta para el entendimiento de la encuesta.
- Analizar la secuencia de las preguntas para su proceso de análisis
- Revisión por parte del personal técnico para su aplicación.

También se elaboraron preguntas segmentadas en aspectos necesarios para

la investigación de mercado, detallados de la siguiente manera.

Datos Generales/ Identificación: Basadas en preguntas de corta respuesta enfocadas a la fácil manipulación para la interpretación de datos.

Dentro de las preguntas relacionadas están:

- Género
- Edad
- Estado Civil
- Lugar de Procedencia
- Nivel de Instrucción
- Nivel de ingresos
- Profesión

Perfil Turístico: Estas preguntas se encuentran basadas en relación a los principales comportamientos y motivaciones que los encuestados poseen, por medio de preguntas de una situación llevada.

- ¿Con quién estuvo acompañado en su último viaje?
- ¿Cuánto tiempo usó para practicar turismo?
- ¿Cuánto dinero gastó en su última salida turística?
- ¿Conoce la comunidad de la Chimba en el cantón Cayambe?

Preferencias y Motivaciones: En cuanto a este aspecto se realizaron interrogantes destinadas a conocer acerca de los servicios preferibles para los encuestados y demás características.

- ¿Le gustaría hospedarse en un refugio turístico enfocado a los deportes de aventura?
- ¿Qué servicios desearía que se incluyeran en el refugio?
- ¿Cuál es el medio de información utilizada para hacer turismo?
- ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por el hospedaje en el refugio?

En base al instrumento de la entrevista que se aplica a la competencia se han tomado aspectos fundamentales para la realización del estudio de mercados y por consiguiente el análisis de las proyecciones a detallar, hay que tomar a consideración que el porcentaje de establecimientos referentes a la competencia es

mínima por efectos de la innovación que posee el producto a ofertar, tomando como premisa lo mencionado la entrevista se realiza a tres establecimientos competidores uno de manera directa y dos de forma indirecta en los servicios de hospedaje y alimentación especialmente. Por tanto, se detalla las interrogantes de la entrevista a realizar detallando su análisis en la siguiente fase.


La entrevista

Además de ser considerado como un método atractivo por la manera en que se genera conocimiento la aplicación de entrevistas a los miembros de establecimientos considerados como competencia permitirá mejorar la oferta dentro del refugio. A continuación, se detallan las entrevistas.

Entrevista Refugio Oleas Ruales Berge

Tabla 2

Entrevista Personal Refugio Oleas Ruales Berge

Nombre:	Werner Barrera
Cargo:	Administrador del Parque Nacional Cayambe-Coca
Experiencia laboral:	15 años
Edad:	45
Profesión	Ing. En gestión turística y Magister en gestión de riesgos
Fotografía	

1. ¿Cómo surge la idea de la creación del refugio Oleas Ruales Berge?

La idea surge por medio de la necesidad cuando el año de 1979 el colegio San Gabriel realizaba su primera expedición al coloso, de ahí el nacimiento de una infraestructura pequeña sin adecuaciones técnicas esenciales pero que funcionaba para la actividad de resguardo de los montañistas en esa época, conforme pasan los años la administración se traslada al Ministerio del ambiente

por medio del Sistema de Áreas Protegidas el Ecuador y se toma una nueva reestructuración de la infraestructura y los servicios ofertados hasta la actualidad.

2. ¿Cómo ha sido el incremento de los turistas en el último año?

Tomando como base el 2019 se tuvo una gran acogida en cuanto a ingreso de visitantes, no obstante, por temas de la pandemia y las restricciones a nivel nacional se disminuyó este ingreso hasta octubre de 2020, el cual a partir de esa fecha se ve un incremento radical en el ingreso sobre todo de montañistas ya que predomina la época con mejores condiciones climáticas para quienes practican alta montaña.

3. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?

Dentro del refugio como tal son cuatro personas que están realizando de manera poli funcional las distintas actividades en los servicios ofertados, cuentan con un solo administrador y todos los miembros son pertenecientes a la comunidad.

4. ¿Los visitantes al establecimiento son extranjeros o nacionales?

En su mayoría son nacionales, existe aproximadamente un 13% de ingresos internacionales, no se cuenta al momento con una cifra exacta en relación a los últimos años de las actividades sobre todo de alta montaña.

5. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?

Un promedio de visita de 1300 visitantes mensualmente, esto ha sido un poco controversial por el tema de capacidad de carga y el tema mismo de aglomeraciones por el tema de pandemia, el cual se está trabajando para la mejora de los servicios y tratar de solucionar estas adversidades, que si bien es cierto corresponde a la oferta, pero quienes aportan en gran cantidad el comportamiento son los turistas.

6. ¿Qué servicios se oferta a los turistas?

Netamente el servicio de alimentación y bebidas, poseen un área de camping y servicio de transporte desde la zona de control de Pie Monte.

7. ¿Cuál es el precio del servicio?

El precio por persona es de \$31 esto en base a la estandarización que poseen los refugios a nivel nacional del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) incluida alimentación, pero se puede reacomodar los paquetes si solo se desea alojamiento el costo es de \$15.

8. ¿Se ha implementado promociones en los servicios ofertados?

Promociones solo en temporadas bajas con descuentos sobre todo a quienes realizan la actividad de alta montaña y adquieren los servicios de alojamiento y alimentación.

9. ¿Cuáles son los medios que utiliza para realizar publicidad?

Se posee una página web el cual emite contactos directos para reservas, el mismo “boca a boca” y la promoción por parte del Ministerio de Ambiente.

10. ¿Qué lugares considera que son su principal competencia

Ninguna se considera competencia ya que se brinda un servicio único de alojamiento en alta montaña, pero al mismo tiempo se considera el refugio de Yanacocha ya que por medio de operadoras se gestionan las actividades turísticas.

11. ¿Cuentan con apoyo de entidades públicas?

El apoyo principal es brindado por el Cuerpo de Bomberos de Cayambe, El GADIP Cayambe y el Ministerio de Turismo, esenciales para la realización de planes de riesgo sobre todo cuando se trata de rescate en la zona alta del volcán, al mismo tiempo se gestionan actividades como capacitaciones y apoyo técnico para el mejoramiento no solo de los servicios sino también de las actividades de manera general que se realizan en el parque.

Entrevista a administrador Hostería “Mitad del Mundo”

Tabla 3

Entrevista administrador Hostería "Mitad del Mundo"

Nombre:	Juana Atabalipa
Cargo:	Administradora del establecimiento
Experiencia laboral:	5 años en la actividad de hoteles
Edad:	40
Profesión	Ing. Administración de Empresas

1. ¿Cómo surge la idea de la creación de la Hostería Mitad del Mundo?

La idea de negocio surge cuando se empieza la tradicional calle emblemática de los negocios locales de bizcochos, los cuales en los años 90 se incrementa el paso de turistas por la inserción de la panamericana norte; los turistas al no encontrar los famosos bizcochos y que no se alcanzaba a viajar directo desde Quito hasta Tulcán que era la principal vía de conexión en ese tiempo, entonces se toma la idea de hospedar a los turistas de paso que lo requerían por un precio módico y con servicios de desayuno y cena.

2. ¿Cómo ha sido el incremento de los turistas en el último año?

En el año 2019 se tuvo una gran acogida de turistas ya que en épocas sobretodo de fiestas del cantón las visitas eran altas, por lo que se incrementó incluso las plazas para hospedarse acogiéndose a mayor demanda.

3. ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento?

Dentro del establecimiento somos ocho personas las cuales de manera poli funcional cubren los servicios de alojamiento, alimentación, y el servicio complementario de piscinas, hidromasajes, sauna y turco.

4. ¿Los turistas que visitan el establecimiento son nacionales o extranjeros?

La mayoría son personas nacionales, pero si se ha tenido clientes internacionales, que por el tema mencionado anteriormente de las fiestas tradicionales del cantón, estas realizan su reserva para el momento que lleguen las festividades estas familias ya tienen reservado sus habitaciones, esto sucede cada año con tres familias especialmente del país de España.

5. ¿Cuántas personas visitan el establecimiento mensualmente?

Se estima una cantidad promedio de 50 personas ya que no se cuenta con un registro específico de todos los clientes, ya que muchas de las veces adquieren el servicio de piscina y después desean quedarse a dormir, pero en el cambio de turno el personal no está al tanto de esa información por lo que no se registra esas entradas al establecimiento.

6. ¿Qué servicios se oferta a los turistas?

El servicio de hospedaje, se tiene área de estar y una pequeña sección de biblioteca, piscina para adultos y niños, turco, hidromasaje, sauna, restaurante y salón de eventos.

7. ¿Qué recomendaciones han realizado los turistas para el mejoramiento del servicio?

Sobre todo, no del producto sino del servicio, se ha tenido varias capacitaciones hacia el personal para el mejoramiento de la calidad del servicio y atención al cliente, buenas prácticas turísticas y en dos ocasiones a cierto personal se lo capacitó en planes de contingencia en caso de algún altercado.

8. ¿Se ha implementado promociones en los servicios ofertados?

Se manejan promociones por temporada y por servicios, especialmente se manejan descuentos en uso de piscinas con hidromasajes. También se ha implementado promociones en comida, pero no se ha tenido la acogida necesaria para la continuidad de esta.

9. ¿Cuáles son los medios que utiliza para realizar publicidad?

Las redes sociales y alianzas con agencias de viaje sobretodo de la ciudad de Quito quienes son nuestro principal público objetivo. También una página web y se ha implementado la contratación de cuñas radiales para la difusión de los descuentos y promociones, esta última actividad fue realizada en el mes de diciembre por las épocas de festejo navideño.


10. ¿Cuentan con apoyo de entidades públicas?

Apoyo financiero no, pero en cuanto a capacitaciones tanto el ministerio de turismo como el municipio han realizado programas de capacitación en cuanto al servicio al cliente, manejo y uso de alimentos entre otras. Pero si se debiese tomar en cuenta a los establecimientos de hospedaje para que el gobierno local genere spots publicitarios y se beneficie mutuamente el cantón.

Entrevista delegada del Departamento de Turismo del GADIP Cayambe

Tabla 4

Entrevista Departamento de Turismo del GADIP Cayambe

Nombre:	Gissela Ramírez
Cargo:	Técnica Analista de Desarrollo Turístico
Experiencia laboral:	10 años
Edad:	38
Profesión	Ing. En Turismo y Ambiente
Fotografía	

1. ¿Cómo considera al cantón Cayambe en el ámbito turístico?

Cayambe estratégicamente por su ubicación geográfica posee potencialidad tanto natural como cultural pero aún en desarrollo ya que se poseen los atractivos, pero no se cuenta con la infraestructura ni productos/servicios de calidad para el

soporte de una demanda de turistas, al mismo tiempo se trata de desarrollar la actividad dentro de las zonas rurales especialmente ya que es donde se encuentran la mayoría de los atractivos pertenecientes al cantón.

Dentro de la gestión que se realiza dentro del equipo técnico perteneciente a la parte rural, por lo cual se vincula el acercamiento a la parte rural con procesos de a poco que resultan en el empoderamiento de los atractivos.

2. ¿Considera usted que el turismo de aventura es una de las principales motivaciones para hacer turismo en nuestro cantón?

Por supuesto, se puede denominar que el turismo de aventura cubre un porcentaje del 35% el cual es considerable para la implementación de nuevas estrategias de mercado y específicamente de nuevas actividades que dejen al turista con una satisfacción en cuanto a cantidad y calidad de estos.

3. ¿Poseen datos acerca del ingreso de turistas por origen?

Se tiene una estadística no actualizada acerca del ingreso de turistas hacia los atractivos culturales netamente, pero se considera que el ingreso de turistas en simple observación al refugio del nevado de manera incrementada.

4. ¿De qué manera el municipio gestiona la administración turística del cantón tomando en cuenta el ingreso de turistas que recibe?

La gestión es articulada y desde el año 2018 se viene trabajando con el Ministerio de Turismo en la jerarquización de los atractivos turísticos y en el año de 2020 se lanzó la ruta dentro del cantón con dos principales circuitos en funcionamiento. Actualmente se está articulando acciones entre las comunidades para la creación de rutas en la zona rural y que se mantenga en constante funcionamiento.

5. ¿Poseen algún convenio o trabajo conjunto existente con el refugio Oleas Ruales Berge?

Convenio como tal no se posee, únicamente se tiene coordinación con el tema de permisos de funcionamiento por la categoría del establecimiento, la

administración es netamente del Ministerio del Ambiente y Agua, pero se coordina actividades en cuanto a capacitaciones y mejoramiento de servicios tanto como el apoyo de productos esenciales para el desarrollo local cercano al área protegida.

6. ¿Considera importante la calidad que debería tener el refugio Oleas Ruales Berge frente al perfil del turista que se estima visita el lugar?

Por supuesto, pero personalmente creo que al no contar con apoyo financiero de cualquier organización por más que uno tenga la iniciativa no se puede lograr cambios.

7. ¿Existen refugios turísticos dentro del cantón Cayambe?

A más del refugio Oleas Ruales existe otro refugio en la zona de PieMonte y la zona del el Verde llamado Refugio de Yanacocha, con una infraestructura nueva prácticamente este es administrado por el colegio San Gabriel el cual realiza prácticas de alta montaña y actualmente se lo está considerando como primer refugio para la ascensión del coloso.

8. ¿Usted cree que funcionaría la implementación de un refugio turístico en la comunidad de la Chimba para fomentar el turismo de aventura para el desarrollo económico de la localidad?

Si, dado a que los otros refugios mencionados anteriormente se encuentran situados en la parte sur del volcán, y que en la zona a implementar (comunidad de la Chimba-parte norte) existe un sinnúmero de atractivos naturales potenciales para demanda de turistas y que están ligados específicamente al proyecto en cuanto se refiere a servicios de alojamiento y alimentación.

9. ¿Existen proyectos encaminados al turismo de aventura y cicloturismo en la comunidad de la Chimba?

Actualmente se está realizando rutas urbanas pertenecientes al casco histórico de la ciudad, pero en los próximos meses se empezará con la articulación a las zonas rurales y comunidades que en cierto punto mantienen rutas turísticas hacia atractivos naturales de las localidades.

10. ¿Poseen un plan de promoción turística de la parroquia Olmedo?

Se posee un plan de marketing, pero este no se encuentra actualizado, en cuanto a promoción se ha tratado de usar las redes sociales principalmente, pero para el lanzamiento de la ruta mencionada se espera una articulación entre los medios de comunicación, así como también los medios de difusión dentro y fuera del cantón.

11. ¿Es importante la vinculación de la academia en los proyectos de gestión turística?

Por supuesto, la academia ha venido siendo uno de los motores principales para la recolección y análisis de la información en cuanto a proyectos de turismo se trata, no obstante, se considera el beneficio que esto posee se logra cuando se realiza un monitoreo constante de los involucrados con el fin de llegar a los objetivos planteados de una manera eficiente y en sus tiempos estimados.

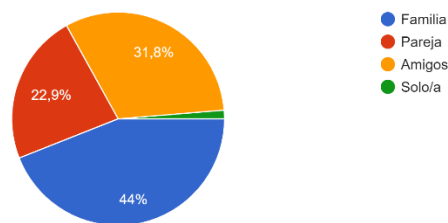
3.1.4. Resultados y discusión

Figura 2

Compartiendo del Turista en relación al acompañamiento

1. La última vez que usted realizó un viaje de turismo (fin de semana o feriado) fuera de la ciudad, estuvo acompañado por:

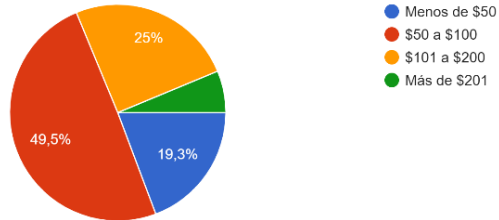
384 respuestas



En relación con los datos obtenidos se interpreta que el comportamiento de la población en relación a viajes muestra que la mitad de los viajes se realizan en familia y en un menor porcentaje respondieron que prefieren realizar sus viajes con amigos. Hay que considerar las demás variables analizadas como la relación con la edad y el gasto de su último viaje, que depende también el acompañamiento que el encuestado tuvo en su salida turística.

Figura 3
Gastos personales relacionado con el viaje

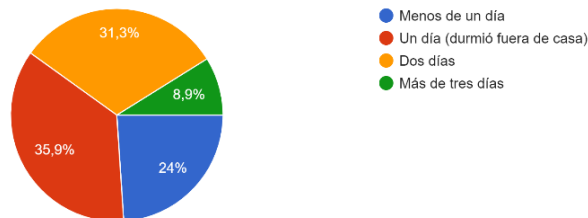
2. En su última salida turística ¿Cuánto dinero gastó?
384 respuestas



Al realizar la comparación con la pregunta anterior se obtiene que como resultado la mitad de la muestra desembolsó en su última salida turística un valor entre \$50 a \$100 y el 25% selecciono que desembolsó entre \$101 a \$200 dólares; recalcando que en sus últimos viajes estuvieron acompañados con amigos o familiares.

Figura 4
Tiempo de duración de su última salida

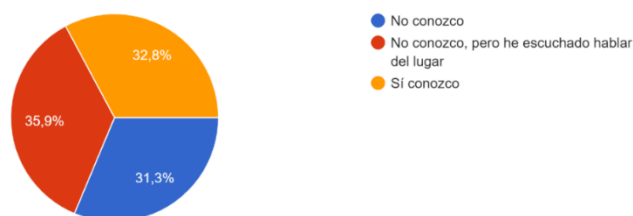
3. ¿Cuánto tiempo ocupó en su último viaje turístico?
384 respuestas



Con respecto al tiempo de duración se obtuvo que un promedio considerable de la población en su viaje turístico ocupó de un día a dos días siendo un porcentaje representativo ya que dentro de las actividades relacionadas a practicar en la localidad se dispone de este lapso de tiempo y de igual forma es de utilidad para el diseño de paquetes del refugio y las actividades complementarias a desarrollar.

Figura 5
Conocimiento de los turistas del lugar de estudio

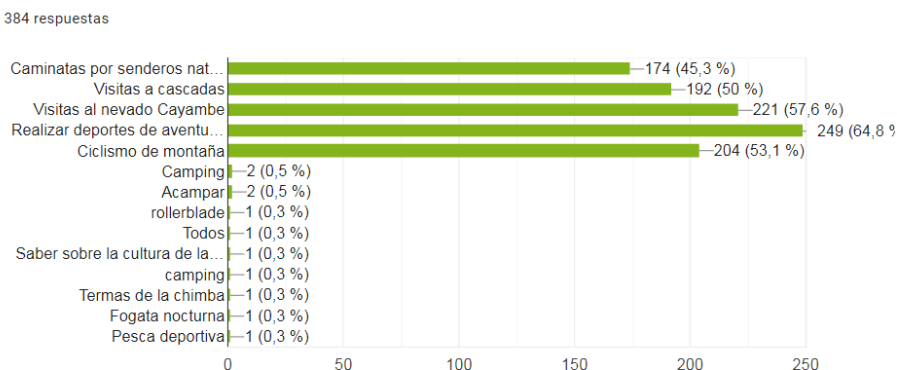
4. ¿Usted conoce la comunidad de la Chimba dentro del cantón Cayambe?
 262 respuestas



Una gran parte de los encuestados no conoce la comunidad, pero ha escuchado hablar del lugar, esto debido a la falta de promoción turística y la oferta de actividades en el sector. Además de la ineficiente gestión de los gobiernos locales limitan el conocimiento acerca de los atractivos existentes en la zona.

Figura 6
Actividades de preferencia en el lugar de estudio

5. Si eligiera visitar la Chimba dentro de Cayambe para hacer turismo ¿Qué tipo de actividades preferiría realizar?
 384 respuestas

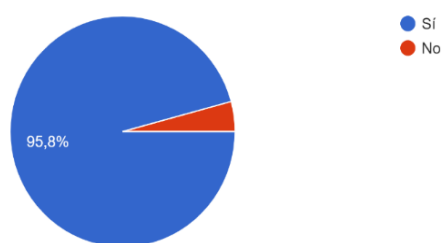


Dentro de las variables seleccionadas entre edad y actividades turísticas que desearían realizar se puede comparar una gran diferencia dentro de las actividades en la comunidad de la Chimba, en el caso de las personas entre los 18 y 30 años prefieren la práctica de deportes de aventura como escalada, trekking y realizar visitas al nevado, por consiguiente se puede observar también el mismo nivel de interés por el senderismo y el ciclismo de montaña; por otro lado, el conglomerado

de mayores a los 30 años tiene preferencia principalmente por la visita a cascadas, seguido del senderismo y los deportes de aventura en la zona. También. Hay que tomar en cuenta la preferencia conjunta de la población encuestada al optar por el ciclismo de montaña como una de las actividades mencionadas en la recopilación de información.

Figura 7
Preferencia para el lugar de pernoctación

6. En caso de quedarse a dormir ¿Le gustaría hospedarse en un refugio turístico?
262 respuestas

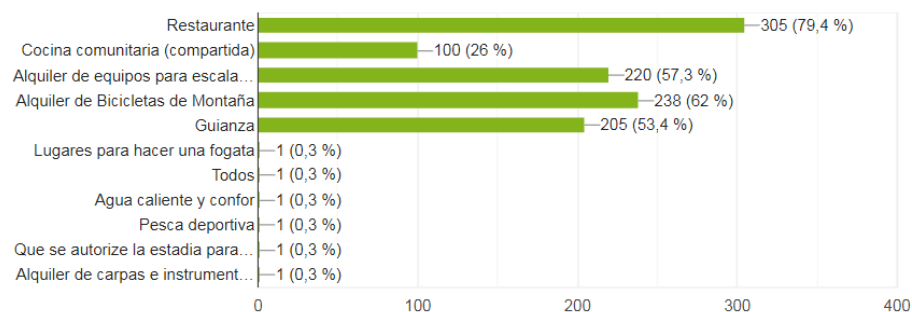


Con relación a la preferencia de pernoctación el 95.8% de los encuestados seleccionó que si estaría gustoso de hospedarse en un refugio turístico, estableciendo los servicios complementarios dispuestos a los encuestados y que estos estarían de acuerdo también con su inserción en el proyecto.

Figura 8
Servicios Complementarios dentro del refugio

7. ¿Qué servicios complementarios turísticos le gustaría que se incluyeran en el refugio?

384 respuestas

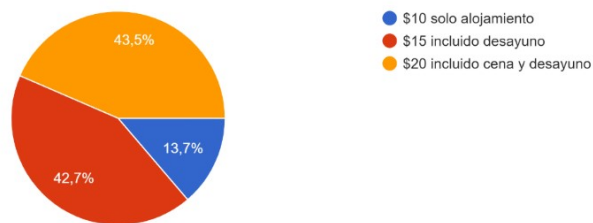


Tomando los datos arrojados por los encuestados en relación a los servicios que le gustaría que se incluyeran en el refugio turístico principal está el restaurante demostrando que es importante para los encuestados la presencia de un lugar

donde puedan tomar alimentos y recrearse en un ambiente de descanso posterior a las actividades, seguido está el alquiler de bicicletas de montaña con y conjunto el alquiler de equipos para escalada y montaña con que son los servicios complementarios principales para el objetivo principal de un refugio y su rentabilidad. Es considerable mencionar que un segmento de la población también optó por el servicio de guianza el cual se podría articular con alianzas futuras con

Figura 9
Precio dispuesto a pagar

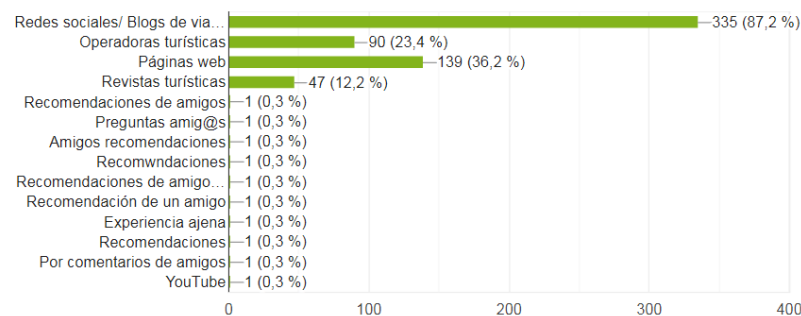
8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por hospedarse en el refugio?
262 respuestas



En cuanto al gasto promedio por estadía en relación a los ingresos que posee la población; es notable observar que dentro del rango de ingresos de \$400 a \$1000 los participantes prefieren pagar entre \$15 y \$20 por noche, incluido servicios de alimentación; en su gran mayoría eligieron cancelar el valor de \$20 incluido la cena y el desayuno, un inferior porcentaje se relaciona con cancelar únicamente \$10 para el tema de hospedaje, los cuales influirían en la disposición de estos precios en el servicio de hospedaje del refugio turístico. En conclusión, se puede evidenciar una mayor disponibilidad de pago cuando el segmento de la población posee su nivel de ingresos alto.

Figura 10
Medio que consulta para elegir destinos

9. ¿Cuál es el medio que consulta antes de elegir un destino turístico?
384 respuestas



En relación con los medios que consultan los encuestados antes de visitar un destino turístico, está en primer lugar el uso de redes sociales y los blogs de viajes, así también las páginas web han sido tomadas en cuenta para la adquisición de servicios turísticos; consiguientemente no está demás contar con publicidad del refugio en internet para lo cual se realizara la creación de redes sociales, sin dejar de lado la creación de una página web y alianzas con operadoras y agencias turísticas.

3.2. Segmentación de mercado

En esta etapa se desarrolló una tabla en cuanto a datos generales sobre la población, detallando información acerca de su profesión, nivel socioeconómico, edad, instrucción, entre otros factores esenciales para determinar el perfil turístico del mercado. Se parte en base al muestreo dentro de la localidad de Cayambe en función al ingreso de turistas anuales, de manera que se identifiquen rasgos importantes para la estructuración de un perfil del turista y frente a las preferencias que la muestra establezca y así en el que el proyecto se centre, detallando así que se puede alcanzar los objetivos de mercado para el incremento de capital y el rendimiento del proyecto. Para ello se ha estructurado a continuación una tabla detallando los datos recopilados analizando elementos fundamentales del turista.

Tabla 5
Segmentación Geográfica

Segmentación Geográfica			
Variable		Número	Porcentaje
Ecuador		14.483.499	100%
Sierra		6.081.342	40.96%
Pichincha		2.576.287	17.78%
Cayambe		15627	0.107%
<i>1er Resultado: 15627 personas ingresan a la ciudad de Cayambe, el cual representa un 0.10% frente a la población total del país. Esto en referencia al número de ingreso de turistas relacionado con el Parque Nacional Cayambe - Coca.</i>			
Segmentación Demográfica			
Variable		Número	Porcentaje
Género:	Masculino	8953	57.3%
	Femenino	6626	42.4%

Edad:	18-30	11642	74.5%
Estado Civil:	Solteros	10860	69.5%
Instrucción:	Tercer Nivel	11470	73.4%
Ocupación:	Empleado público/Estudiante Universitario	9532	61%
Ingresos:	Menos de \$400 a \$600	10454	66.9%

2do Resultado: 220 hombres, mayoritariamente solteros de 18 a 30 años de edad, con estudios superiores y laborando en el sector privado contando con ingresos promedios de \$400 a \$600 dólares.

Segmentación Psicográfica

	Variable	Número	Porcentaje
Nivel Socioeconómico	Medio- Alto		66.9%

3er Resultado: 8953 hombres, de 18 a 30 años, con estudios superiores y laborando en el sector privado y estudiantes teniendo un ingreso promedio de \$600 dólares. Que pertenecen a un nivel socioeconómico medio y alto

Segmentación Conductual

	Variable	Número	Porcentaje
Estilo de vida	Aventureros	9376	60%

Mercado meta: 8953 hombres, de 18 a 30 años, con estudios superiores y laborando en el sector privado. Que alcanzan a un nivel socioeconómico medio y alto, además se denominan turistas que escogen el turismo de aventura.

De acuerdo con la información arrojada en la tabla anterior se puede observar que mediante las 375 encuestas aplicadas el 39.1% de los encuestados son originarios de Cayambe y el 31.8% pertenece a Quito. Es así que el 57.3% pertenecen al género masculino, con una edad promedio de 18 a 30 años, con estudios superiores y que laboran en el sector privado. Contando con ingresos mensuales de aproximadamente \$400.00 lo que los ubica en un nivel socio económico medio alto; simultáneamente se puede destacar el 26.6% son estudiantes quienes poseen un ingreso por una fuente secundaria además son turistas que prefieren el turismo de aventura en cualquiera que fuere sus modalidades estableciéndolo como aventurero. También se analizan el comportamiento del visitante al realizar su salida turística tomando aspectos claves como el nivel de ingresos y la cantidad de personas con quien realiza sus viajes de turismo, y por consiguiente el nivel de ingresos con el tiempo de duración de su viaje, variables imprescindibles para recaudar información acerca de cuánto dinero

gastó en comparación al tiempo, el cual nos refleja un considerable crecimiento a medida que se tiene mayor ingresos es mayor la disponibilidad de pago en los servicios propuestos en la encuesta. Simultáneamente es considerable mencionar la relación de la edad que posee la población encuestada ya que en su mayoría son jóvenes, asociados a la práctica activa de turismo en este caso el cicloturismo y los deportes de aventura son predominantes en las preferencias de actividades, por ello se toma en cuenta el factor del incremento o implementación de servicios complementarios que satisfagan los deseos de los turistas al momentos de visitar los distintos escenarios para la práctica turística.

3.3. Análisis de la oferta

En esta fase del análisis de la oferta se detalla información general acerca de la competencia, detallando su especialidad si fuera el caso, su cantidad de ingreso de visitantes y su capacidad hotelera en el caso de los establecimientos seleccionados, de igual forma se presenta el listado de atractivos los cuales potenciarían la venta de los servicios del proyecto.

Tabla 6
Análisis de la oferta

Nombre del Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Parque Nacional Cayambe -Coca	Sitio Natural	Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP)	Reserva Pública
El Arenal del Cayambe	Sitio Natural	Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP)	Zona de amortiguamiento del PNCC
Termas las Golondrinas	Sitio Natural	Comunitario	Límite del PNCC
Peñas de Guanes	Sitio Natural	Comunitario	Límite del PNCC

Hay que tomar en cuenta que, en cuanto a los atractivos turísticos mencionados en la anterior tabla se determinan en base a los posibles escenarios a promocionar como una de las estrategias de venta y promoción del refugio, también que los

mencionados escenarios cumplen con las condiciones para la práctica de deportes de aventura que se han venido realizando en los últimos tiempos.

Tabla 7
Oferta dentro del Cantón Cayambe

Nombre del establecimiento	Tipo	Ubicación	Cant. De Habitaciones	Cant. Turistas anuales	Estrellas
Refugio Oleas Ruales Berge	Refugio	Parque Nacional Cayambe Coca	4	33764	Ninguna
Hostería "Mitad del Mundo"	Hostal	Cayambe	19	1440	Una
Guachalá	Hostería	Cangahua	21	1200	Tres

En cuanto a la información de la tabla acerca de la oferta hotelera del sector la base de datos registrada es tomada del catastro de establecimientos turísticos del cantón Cayambe, el cual posiciona a estos 3 principales establecimientos que se asemejan a los servicios que la idea de negocio posee.

3.4. Proyección de la Competencia

En base al catastro de establecimientos turísticos del cantón se pudo destacar dos principales empresas con similares actividades en cuanto a los servicios de alimentación y hospedaje, no obstante, se toma a consideración la principal competencia siendo el refugio Oleas Ruales Berge y que este no consta en el catastro estudiado.

Tabla 8
Proyección de Los establecimientos de competencia

Nombre del Establecimiento	Cant. Turistas	Promedio Anual
Competencia		
Refugio Oleas Ruales Berge	33764	
Hacienda Guachalá	1200	

Total

34964

17482

En base a la cantidad de turistas anuales que recibe cada uno de los establecimientos de la competencia el promedio anual de turistas es de 17 482.

La fórmula para la proyección de la oferta se presenta de la siguiente manera:

$$C_n = C_o (1+i)^n$$

Donde:

C_n: Oferta Futura a determinar

C_o: 17482

i: 11%

n: número del año proyectado

En cuanto a la proyección de la competencia, generalmente se realiza para 5 años, no obstante, tomando en cuenta que se requiere de gran infraestructura y demás adecuaciones para el desarrollo del proyecto y que esta tendrá una inversión fuerte se estima la proyección a 10 años, detallada de la siguiente manera.

Tabla 9

Proyección de la oferta en relación a 10 años

Año	Oferta
0	17482
1	19405
2	21540
3	23909
4	26539
5	29458
6	32699
7	36295
8	40288
9	44720
10	49639

En este caso se precisa la información de la cantidad de turistas que obtuvieron el servicio en los establecimientos en base a la entrevista realizada a los miembros encargados en este caso del refugio y hostería a la cual se aplicó el instrumento.

3.5. Análisis de la Demanda

Para la fase del análisis de la demanda se toman dos variables importantes para la realización de este, la primera llega a ser el mercado meta que dio resultado de la segmentación de mercados, y la segunda que hace referencia al porcentaje de aceptación que posee nuestro producto en base a las encuestas realizadas, por lo que se obtiene:

Tabla 10
Demanda Potencial

**Población mercado objetivo del 806704
cantón Cayambe**

% de intención de compra	95.8%
Demanda Potencial	772

En cuanto a la información recolectada se estima que el 95.8% pertenecientes al segmento de la población que tiene una intención del producto propuesto, al aplicar los cálculos correspondientes se obtiene que 772 personas forman parte de la demanda potencial para la puesta en marcha del proyecto.

3.6. Proyección de la Demanda

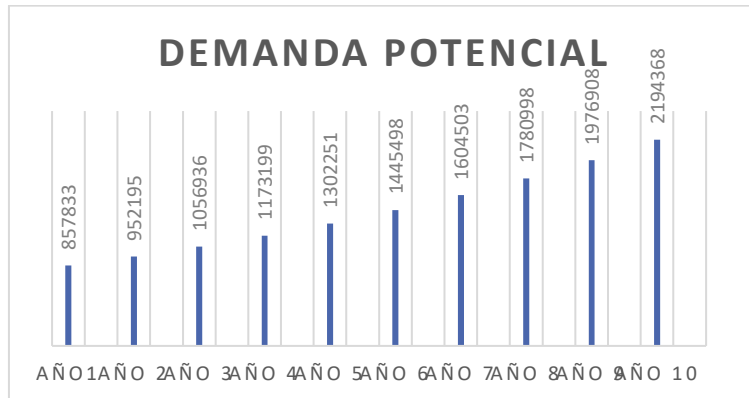
Para esta etapa se basó en la fórmula de la proyección de la competencia sin embargo se modifica un dato referente al número de clientes iniciales, detallándose de la siguiente manera:

Cn: Incremento Compuesto

Co: Número de clientes iniciales ($N \times \text{el \% de aceptación del proyecto, en base a la encuesta aplicada} / 100\%$)

I: índice de crecimiento turístico (MINTUR)

n: Años a proyectar (periodo a proyectar)

Figura 11*Proyección demanda potencial 10 años*

3.7. Demanda Insatisfecha

Refiriéndose a la demanda insatisfecha esta se representa a la cantidad de turistas (demanda) que no ha sido cubierta por la oferta existente y que al mismo tiempo puede ser cubierta en cierta cantidad con la implementación del proyecto., obteniendo así que la demanda es mayor que la oferta ya que existe cifra considerable dentro de la demanda insatisfecha.

Tabla 11*Proyección de la demanda en relación a 10 años*

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
Año 1	857833	19405	838428
Año 2	952195	21540	930655
Año 3	1056936	23909	1033027
Año 4	1173199	26539	1146660
Año 5	1302251	29458	1272793

Año 6	1445498	32699	1412800
Año 7	1604503	36295	1568208
Año 8	1780998	40288	1740711
Año 9	1976908	44720	1932189
Año 10	2194368	49639	2144729

Como se establece en la tabla las distintas cifras acerca de la demanda insatisfecha refleja un crecimiento considerable a partir del tercer año, por lo que se recomienda las estrategias posteriores de ventas para alcanzar este mercado dentro del tiempo establecido.

Demanda Objetiva

Al mismo tiempo se detalla a continuación la proyección de la demanda objetiva, tomando como referencia la demanda insatisfecha y la cantidad de 10 años de tiempo de proyección considerando los aspectos escritos anteriormente, y que esta demanda es el conjunto de clientes bien definido, cuyas necesidades tiene planeadas satisfacer la empresa o en este caso el proyecto a poner en marcha.

Tabla 12
Demanda objetiva

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
Año1	838428	209607

Año 2	930655	232664
Año 3	1033027	258257
Año 4	1146660	286665
Año 5	1272793	318198
Año 6	1412800	353200
Año 7	1568208	392052
Año 8	1740711	435178
Año 9	1932189	483047
Año 10	2144729	536182

Es considerable mencionar de acuerdo con la tabla anterior, la relación existente entre la demanda insatisfecha con relación al proyecto propuesto se establece un 25% de la demanda objetiva total, ya que se juntan factores como el tema de infraestructura, número de plazas, personal a disposición y la capacidad de carga existente al incrementar la demanda propuesta. Se llevará por tanto un plan

estratégico de marketing para alcanzar el incremento de esta demanda en los servicios ofertados por el refugio de aventura.

CAPÍTULO III

4. Estudio Técnico Administrativo

4.1. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

En esta fase se consideraron varios aspectos a tomar en cuenta frente al objetivo principal de la creación del refugio que sobrepone los escenarios naturales de la zona para la práctica de deportes de aventura, de esta forma se establecieron previamente los posibles escenarios y así la ubicación óptima de la infraestructura del proyecto.

4.1.1. Macrolocalización.

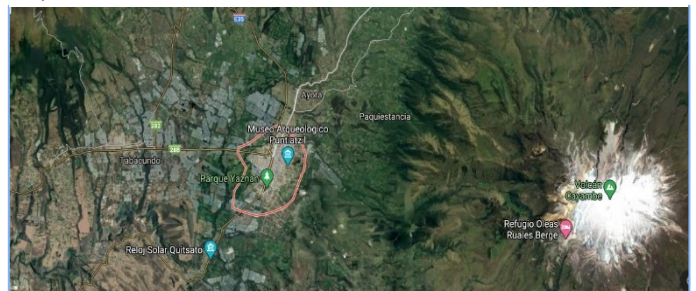
Para la Macrolocalización se toma como base principal a Ecuador ubicado en el noroeste de América del Sur, en el océano pacífico y con 4 regiones principales, costa, sierra, amazonia e insular. Sobrepasa la línea equinoccial y cuenta con la cordillera occidental o andes.

Figura 12
Mapa Ecuador Continental



Fuente: Google Earth

Figura 13
Mapa Sector La Chimba



Fuente: Google Earth

Por consiguiente, se decide tomar como ubicación a Pichincha como una de las provincias de mayor referencia y dentro del cantón Cayambe, siendo uno de los cantones con características únicas tanto geográficas por nombrar al nevado

Cayambe, le tercer volcán más alto del Ecuador y el único en pasar por la línea equinoccial; como culturales ya que posee una diversidad cultural y tradiciones presentes de norte a sur. El cantón cuenta con dos principales vías de acceso predominantes como la Panamericana norte troncal de la sierra y la vía colectora Quito-Cayambe, también posee infraestructura estatal, casas de salud, departamentos bancarios y seguridad pública, se considera así un potencial clave para la operación de los servicios del refugio de aventura *Hatun Urcu*

4.1.2. Microlocalización.

Dentro de la Microlocalización se ha decidido realizar el proyecto de emprendimiento del refugio de aventura en las estribaciones del volcán Cayambe en la comunidad de la Chimba. Dicha localidad posee una serie de atractivos naturales a visitar para la práctica de deportes de aventura esenciales en el objetivo del refugio para el descanso de estas actividades, de esta manera se establece el lugar para la ubicación del proyecto.

Figura 14
Microlocalización





Fuente: Google Earth

4.2. Identificación y descripción de los procesos

4.2.1. Caracterización y diseño del producto/servicio.

El refugio de aventura *Hatun Urcu* ofrece servicios de alojamiento dentro de los páramos andinos del cantón Cayambe, que posee una serie de atractivos como su clima nublado, su fauna, bosques y pajonales, paredes de roca y terrenos montañosos, escenarios únicos característicos de los Andes Ecuatoriales.

Con una capacidad de 24 plazas, el refugio ofrece alojamiento con todos los servicios básicos, alimentación y bar, alquiler de equipos de montaña, escalada, bicicletas de montaña y guías hacia los principales atractivos.

Con su fachada cimentada y un forrado de pino se ofrecerá un ambiente de confort para quienes buscan un lugar de descanso dentro de sus actividades deportivas, conjunto con un servicio de calidad, los prestadores del refugio y miembros de la comunidad harán una experiencia única por medio de su tradicional gastronomía y su cálida atención, todo esto con el propósito de fomentar el turismo rural por medio de la práctica de deportes de aventura en la localidad.

El refugio de aventura *Hatun Urcu* contará con un alojamiento rústico, de cimientos de piedra y un forrado de madera de eucalipto que predomina en la zona. La madera tendrá un acabado fino en color utilizando Barnís y una textura que al empujar se tendrá ese suavizado en los interiores del refugio. Adicionalmente estará compuesto de una decoración netamente natural, una sección de plantas suculentas decorativas en la zona de barra, adornos antiguos como maletas de cuero, lámparas antiguas restauradas, adornos y estanterías de madera.

De igual forma el refugio contará con un ambiente tranquilo entre habitaciones y más aun existiendo reservaciones de por medio, Las instalaciones del refugio en todas las áreas se tratará de colocar información promocional acerca de las rutas, información coloquial e incluso de medida de seguridad como “tips” para la realización de las rutas.

Camas: Serán de 90x190cm de color claro y con un acabado en la madera elegante se quedarán con todo el confort los comensales que adquiera el servicio de alojamiento. La capacidad será de plaza ½ y con juego de cobijas acorde a la decoración de las habitaciones.

Mesas: Para el área de cafetería lo que se pretende es realizar una estratégica forma de establecer la comodidad en función del número de clientes que lleguen. Las medidas de las mesas son de 120x75, de forma rectangular y con decorativos en el centro de mesa, plantas y piedras restauradas de la zona.

Pasillos: Dentro de los pasillos como se ha mencionado se pretende ofrecer una galería de fotografías de las rutas e infografías de los deportes practicados en las distintas modalidades, *tips* de alimentación y sugerencias en los climas de temporada.

Cafetería-Bar: Será una de las más llamativas estaciones del refugio, lo que se pretende es dar un realce a la venta de los productos de bebidas calientes como café de especialidad por ende la máquina cafetera tendrá un forrado de madera para mostrar su elegancia y su combinación con toda la cabaña.

Los baños tendrán su decoración llamativa, se pretende que el cliente llegue a un establecimiento de alojamiento y de alimentos y bebidas que esté fuera de los común en las ciudades, que la decoración sea el punto a favor a más de la cordialidad en la atención y el servicio de excelencia en todas sus presentaciones.

4.2.2. Descripción de la prestación del servicio

El refugio turístico tiene como objetivo principal el fomento de la práctica de deportes de aventura en la Comunidad de la Chimba, Olmedo, Cayambe, Ecuador es así que está dirigido a turistas con un rango de edad de 18 a 30 años, los mismos que poseen estudios superiores y siendo trabajadores de la empresa privada cuyos ingresos están entre los \$400.00 y que prefieren el turismo de aventura. Por ello dentro de las actividades que se ofertan en el refugio esta:

Alojamiento

- Habitaciones compartidas
- Habitaciones Independientes

Figura 16

Flyer Habitación independiente



Figura 15

Flyer Habitación compartida



Alquiler de equipos deportivos

Para el servicio del alquiler de equipos deportivos se establecerá la apertura mediante horarios y con políticas de uso para el mantenimiento y mejora de los equipos del complejo *Hatun Urcu*, de esta manera se detallan los precios del alquiler por horas y por día, estableciendo una oferta para el segmento de mercado estudiado.

Figura 17
Flyer Equipos de escalada



Equipos de escalada

\$ 30.00
PRECIO POR DÍA

Incluye : Refrigerio

Figura 18
Flyer Alquiler de bicicletas



Alquiler de Bicicletas

\$ 20.00
PRECIO POR DÍA

Incluye : Equipos de protección y Refrigerio



Equipos de alta montaña

\$ 30.00
PRECIO POR DÍA

Incluye : Refrigerio

Servicio de Restaurante:

Para el servicio de restaurante se establecerá un menú conforme a los deseos y atracciones gastronómicas principales para la mejora del establecimiento, se incorporarán snacks y bebidas express para las personas que llegarán de visita; y se establecerán paquetes promocionales conjunto los servicios de alojamiento especialmente.

Figura 20
Flyer restaurante

The flyer for Hatun Urcu restaurant features a black background with white text and images. At the top is a circular logo with a mountain peak and the words 'HATUN' above and 'URCU' below. Below the logo is the text 'DESCUBRE NUESTRAS OPCIONES.' followed by three images of food: a breakfast plate with scrambled eggs and toast, a lunch plate with stir-fry and dumplings, and a dinner plate with pizza and salad. The menu is divided into three columns: 'DESAYUNOS' (Breakfast) for \$4.00, 'ALMUERZOS' (Lunch) for \$4.50, and 'CENAS' (Dinner) for \$3.50. Each price includes taxes. Contact information at the bottom includes the phone number 0988014358 and the website www.refugiohatunurcu.com.

DESAYUNOS	ALMUERZOS	CENAS
(MENÚ DEL DÍA, BEBIDA CUARNICIÓN, MINI POSTRE Y BAJATIVO)	(MENÚ DEL DÍA, ENTRADA, PLATO FUERTE, POSTRE, BEBIDA)	(MENÚ ESTABLECIDO, ENTRADA, PLATO FUERTE, POSTRE, BEBIDA)
\$4.00 <small>INCLUYE IMPUESTOS</small>	\$4.50 <small>INCLUYE IMPUESTOS</small>	\$3.50 <small>INCLUYE IMPUESTOS</small>

T: 0988014358
W: WWW.REFUGIOHATUNURCU.COM



Figura 21
Flyer Combo restaurante



La promoción que se llevará a cabo mediante el manejo de redes sociales serán acordes al manejo de producción que se tendrá a cargo el chef y el administrador principalmente, después de revisar el stock se concentrará en las principales ventas, como se puede observar en la ilustración se toma referencia el stock en cárnicos, legumbres, bebidas y guarniciones para el posteo de publicidad. Cabe mencionar que los precios son referenciales y dependerá del mercado consumidor la aceptación de los precios.

Paquetes Completos:

Los paquetes completos serán los que se promocionen a través de los distintos canales de comunicación; estableciendo en el mercado estos paquetes para la mejora de la experiencia al visitar la localidad de la Chimba. Los paquetes mencionados incorporarán todos los servicios y las facilidades de pago para una mejora de la adquisición de estos.

Paquete Full Day



- Habitación Compartida (Baño Caliente, área de libros, calefacción)
- Desayuno Del día: (+Bebida y Postre)
- Alquiler de Bicicleta 2 Hrs (Snack y Kit de Herramientas)

Paquete Recreativo



- Habitación Privada (Familiar) (Baño, área de libros, Calefacción)
- Desayuno del día: (+Bebida y Postre)
- Alquiler de Bicicleta: (Kit de herramientas y snack proteínico)

Paquete Deportivo



- Habitación compartida (Servicios incorporados, ducha, área de libros y calefacción)
- Desayuno del día: (+bebida y postre)
- Alquiler de Equipos deportivos: (MTB, Slackline, Escalada, Pack hidratación trekking, incluye)

Paquete High Up



- Alojamiento privado o compartido (Servicios básicos, ducha caliente, área de librería e información y calefacción)
- Desayuno del día: (+Postre y Bebida)
- Alquiler de Equipos deportivos + Snack nutritivo
- Servicio de Guianza + Lunch

Paquete Master



- Alojamiento compartido o privado (+servicios adicionales y acceso a las demás áreas)
- Desayuno y Cena incluidos (+postre y bebida)
- Alquiler de equipos si requiere y servicio de guianza incluido (solo hasta el escenario deportivo)

Figura 23
Flyer paquete deportivo

Figura 22
Flyer paquete full day

Promoción de los escenarios deportivos

Para el Refugio *Hatun Urcu*, la conformación de un ambiente deportivo, pero también amigable con la zona donde se encuentra ubicado es esencial, por esto se trata de promocionar todo acerca de cada uno de los escenarios deportivos con el fin de dotar la información necesaria y de la misma forma concientizar a los lectores y clientes en este caso sobre normas de comportamiento adecuado en la montaña. Es importante dar a conocer los atractivos en los cuales estará basada nuestra oferta de servicio y con esto alcanzar una publicidad adecuada y amigable para todos. De la misma forma se trata de fomentar los deportes por medios de *tips* de viaje y de entrenamiento, se considerará el uso de un convenio con deportistas destacados del cantón en donde expresen su opinión y experiencia dentro de las instalaciones del refugio y la conformidad de sus productos también.

Es así que se detalla información de las rutas deportivas promocionales dentro de los paquetes a ofertar en el alquiler de equipos por parte del Refugio *Hatun URCU*.

Figura 24
Flyer Full Day

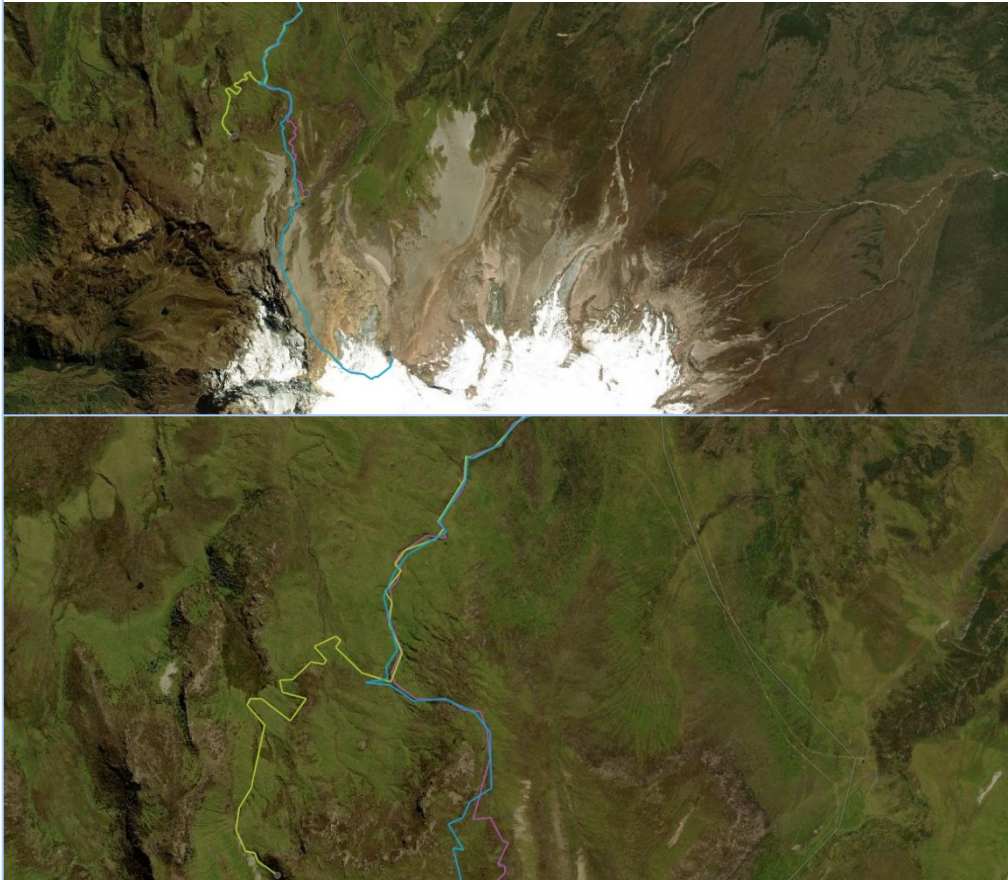


Figura 25
Rutas deportivas del Refugio



Las rutas establecidas han sido diseñadas en función de los distintos escenarios para la práctica de deportes de aventura. Dentro de las que se ha decidido realizar el proyecto de emprendimiento del refugio de aventura en las estribaciones del volcán Cayambe en la comunidad de la Chimba. Dicha localidad posee una serie de atractivos naturales a visitar para la práctica de deportes de aventura esenciales en el objetivo del refugio para el descanso de estas actividades

Figura 26
Rutas de MTB



Fuente: ArcGIS

Esta Ruta de trekking o MTB posee varias paradas para la admiración de flora y fauna que posee la localidad; conjunto las aguas termales que ofrecen un baño natural y relajante para quienes terminan la ruta y actividades deportivas.

Figura 27

Ruta a Termas Las Golondrinas

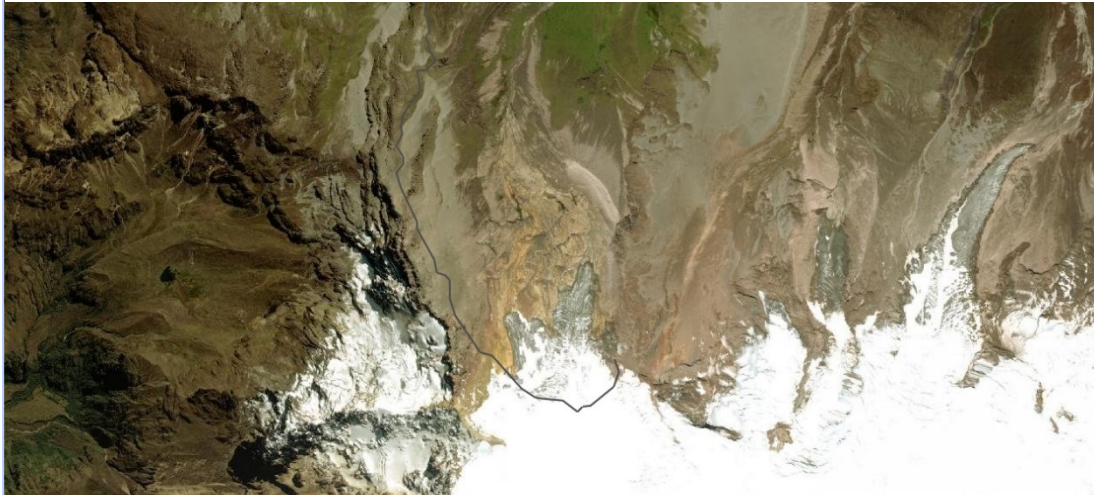


Fuente: ArcGIS

Las termas naturales de Golondrinas es un atractivo extraordinario para quienes quieren descansar con un buen baño natural de las entrañas candentes del nevado Cayambe. La ruta es de *tipo trekking, highking y mountain bike*; se puede divisar una variedad de flora de páramo como fauna característica del lugar.

Figura 28

Ruta opuesta del Glaciar hermoso



Fuente: ArcGIS

La ruta opuesta del Glaciar hermoso se constituye como una de las rutas más fuertes de la zona, con una altitud máxima de 5300msnm, se puede realizar práctica de hacking y trail running especialmente, aunque hay personas aventureras que realizan la ruta en modalidad MTB.

Nota: Para observar en el mapa las rutas:

<https://storymaps.arcgis.com/stories/c3571f9f00314ab8926485a6a6a468fc>

Decoración del interior del Refugio

Hatun Urcu contará con un diseño de interior rústico caracterizado por el uso de piedra y madera armonizado con el entorno natural. El fin de este estilo es que los visitantes logren sentir comodidad, confort y la belleza natural del refugio. Además el uso de textiles como el algodón o lana, texturas como el yute y la paja permiten mantener el calor dentro del refugio.





Decoración de la cafetería



La cafetería tendrá un estilo rústico pero elegante, con luces amarillas decorativas y un sinnúmero de souvenirs típicos y en su mayoría realizadas a mano para una mejora de la experiencia en el lugar de restauración. También contará con sillines para un mejor confort en los clientes y una promoción de las rutas con información básica pero relevante del lugar y de las rutas a visitar.



También poseerá una similitud en colores tanto de las habitaciones, pasillos y baños y que tenga predominancia las luces amarillas para dar una sensación de calor como es el refugio y sus instalaciones.

4.2.3. Procedimiento técnico usado en el proyecto para obtener los bienes o servicios.

Tabla 13
Obtención de bienes

Estado Inicial	Proceso Transformador	Producto Final
Insumos	Procesos	Productos
Inversión financiera	Planificación y estudio de diseño del refugio	Alojamiento
Terreno de 3800m ²	Nivelación del terreno	Restauración
	Excavaciones y fundiciones	Alquiler de equipos deportivos
Insumos alimenticios	Construcción de infraestructura	Subproductos
Suministros	Equipamiento y Montaje de obra	
Ban Ecuador	Actividades administrativos y operativos	Senderismo
	Equipo Productivo	Trekking
	Maquinaria y Equipos	Cicloturismo
	Muebles y enceres	Escalada
	Equipos de Cocina	Residuos
	Equipos de Protección Individual (EPI) y montaña	Residuos inertes
	Implementos de Bioseguridad (Covid-19)	Residuos no peligrosos y no especiales
	Equipos de construcción	Materiales de limpieza de terreno
	Electrodomésticos	
	Organización	Sobra de infraestructura
	Arquitecto/Topógrafo	
	Diseñador	
	Maestros de Obra	
	Albañil	
	Carpintero	
	Electricista	
	Administrador	
	Operadores	

4.3. Ingeniería del Proyecto

4.3.1. Distribución de la Planta

El refugio de aventura *Hatun Urcu* tiene a disposición 3800m², contará con una infraestructura de hormigón armado con madera laminada, caracterizando su resistencia, será forrado con pino predominante del lugar consiguiendo que las habitaciones sean de forma térmica.

Las infraestructuras serán 2 en total, la primera será de 2 plantas, de manera que el restaurante, el comedor y dos baños se encuentren en la primera planta, y las 8 habitaciones distribuidas en la planta alta con dos baños adicionales serán realizadas para los servicios de restauración y alojamiento.

La siguiente infraestructura ubicada hacia el lado derecho del refugio se destinará para el servicio de alquiler y resguardo de los equipos deportivos, bicicletas, implementos de rescate y primeros auxilios.

La zona de parqueadero estará situada en la parte diagonal del refugio de manera estratégica de las condiciones del terreno que presente.

El refugio contará con un personal de trabajo conformado por cuatro miembros y distribuidas en cada una de las áreas de responsabilidad, estos serán: administrador, chef, mesonero, técnico de mantenimiento y limpieza., guardia de seguridad.

La zona de cafetería tendrá un espacio considerable entre las mesas para por el motivo de restricción y protocolos de bioseguridad, también se cuenta con una barra y espacios de lectura y sala de estar. La cocina tendrá doble salida y contará con todos los implementos de seguridad para prevenir incendios como fugas de gas.

4.3.2. Diseño Planimétrico de la Planta

Figura 30
Vista planta baja



Figura 29
Vista planta alta

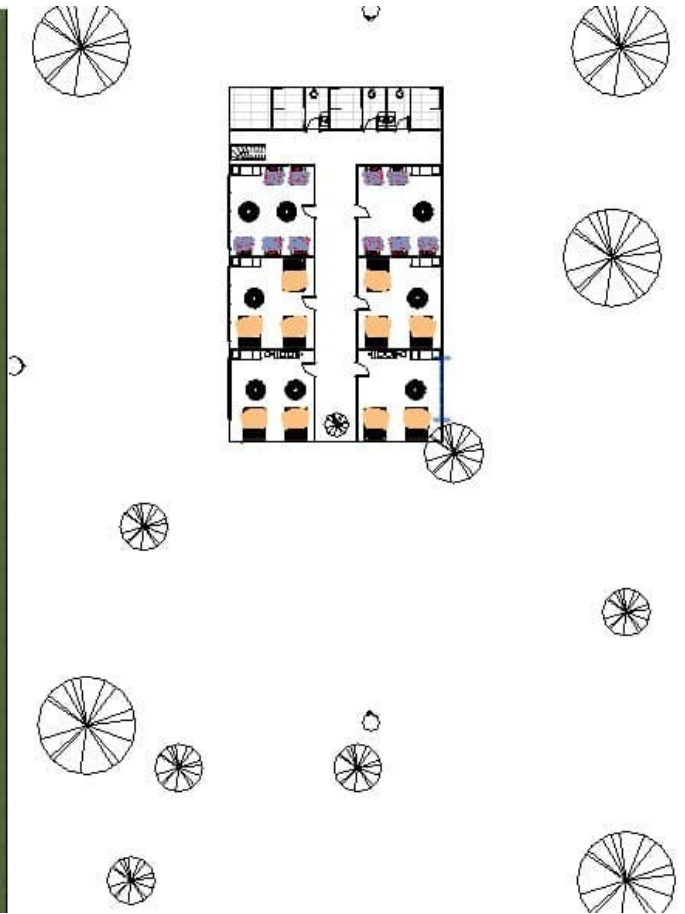


Figura 31
Vista Frontal del Refugio



Figura 33
Vista Interna planta baja



Figura 32
Vista interna planta alta

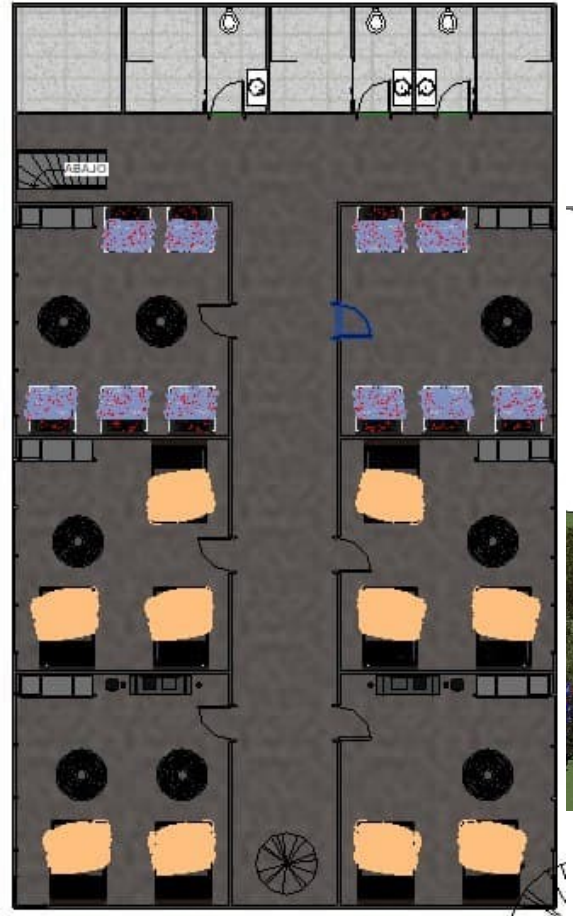


Figura 34
Vista Lateral del Refugio



Figura 35
Vista planta baja

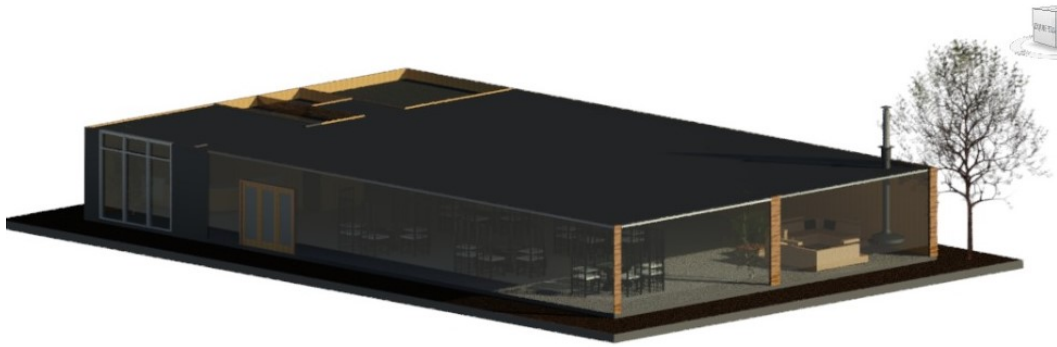


Figura 36
Vista lateral restaurante

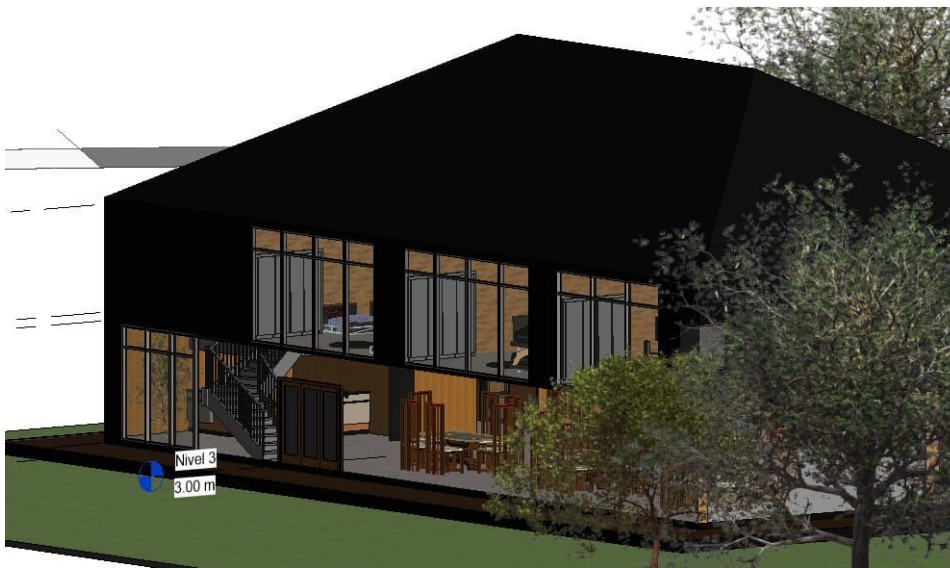


Figura 37
Vista aérea



4.3.3. Requerimientos por áreas

- **Recepción**

Tabla 14

Muebles y equipos necesarios recepción

Cantidad	Detalle
1	Mostrador
3	Teléfono celular y satelital, radio portátil
1	Computadora
1	Sistema de facturación
1	Caja registradora
2	Tomacorrientes
1	Cableado
1	Basurero

- **Bar Restaurante**

Tabla 15

Muebles y equipos necesarios bar - restaurante

Cantidad	Detalle
1	Cocina de acero inoxidable
1	Extractor de olores
1	Refrigerador 2 puertas
1	Frigorífico
2	Procesador de alimentos
2	Microondas
2	Cafeteras
1	<i>Kitchen</i>
1	Coctelera
1	Balanza digital
1	Horno de gas
4	Ollas 5 litros
2	Sartenes hondos
4	Sartenes normales
4	Pinzas
3	Cucharones
3	Mezcladoras
30	Cucharas
30	Tenedores
30	Cuchillos de mesa
30	Platos cuadrados tendidos
30	Platos Hondos
30	Vasos jugo

30	Tazas cafés
10	Jarras
4	Bandejas
15	Copas de vino
15	Vasos cervecedores
2	Estilador de vajilla
3	Focos de cocina
2	Alfombra antideslizante
1	Dispensador de gel antibacterial
1	Dispensador de papel de cocina
1	Sacacorchos
3	Basureros
10	Mesas
40	Sillas
5	Sillas barra
1	Mostrador
1	Equipo de sonido
1	Cableado
4	Tomacorrientes
2	Tanque de gas
2	Extintor de emergencia
1	Centralina de gas

- **Habitaciones**

Tabla 16
Muebles y equipos necesarios habitaciones

Cantidad	Detalle
8	Literas plaza ½
16	Colchones plaza ½
16	Protectores de colchón ½
32	Sábanas ½
4	Camas Queen
4	Cobertores
30	Cubrecamas térmicos
30	Toallas
8	Sábanas
30	Cobijas Polares
30	Almohadas
6	Calefactores infrarrojos
24	Alfombras
14	Cuadros
6	Espejos
6	Veladores
3	Dispensadores de gel antibacterial

12	Focos/lámparas
24	Lockers de seguridad
6	Basureros

- **Zona de Alquiler y resguardo de Equipos**

Tabla 17

Muebles y equipos necesarios zona de alquiler y resguardo de equipos

Cantidad	Detalle
20	Cascos de montañismo
20	Arneses de escalada
40	Crampones
20	Pioletes
10	Cuerdas Dinámicas
5	Cuerdas Rígidas
30	Mosquetones
10	Descensores/Bloqueadores
20	Linternas de cabecera
3	<i>Drybags</i>
4	Carpas 4 estaciones
5	Chompas Impermeables
5	Linternas de mano
8	<i>Walkie Talkies</i>
15	Bicicletas de montaña
15	Cascos de bicicleta
30	Rodilleras
3	Bombas de aire
10	Tubos de llantas
10	Parches
3	Destornilladores
2	Llave de Pico
2	Llaves hexagonales
2	Lubricantes
3	Repisas
4	Lockers
1	Armarios
2	Repisas Colgantes
1	Basurero
1	Computador
3	Focos

- **Cuarto de Baño**

Tabla 18
Muebles y equipos necesarios cuarto de baño

Cantidad	Detalle
4	Duchas eléctricas
4	Lavamanos
4	Inodoros
4	Espejos
4	Basureros
4	Cortinas de baño
4	Alfombras pequeñas
2	Dispensadores de gel antibacterial
4	Focos

- **Bodega**

Tabla 19
Muebles y equipos necesarios materia prima

Cantidad	Detalle
2	Focos
3	Escobas
3	Recogedores
2	Basureros
3	Trapeadores
1	Anaqueles 3x3
100	Shampoo/ Acondicionador
20	Papel industrial baño
100	Jabón de tocador
6	alcohol antiséptico
2	Jabón líquido
2	Cloro
2	Desinfectante
4	Mistermúsculos
4	Lava platos
4	Encendedores
10	Caja guantes
4	Basureros industriales
4	Fundas para basura
2	Limpiavidrios
2	Papel industrial cocina

- **Costos por área del refugio**

Tabla 20
Costos por áreas

Descripción	Costo total
Área 1	\$1727,00
Área 2	\$4279,00
Área 3	\$9834,00
Área 4	\$19425,80
Gran Total	\$35265.80

4.4. Inversiones y Capital de Trabajo

4.4.1. Obra Civil Necesaria

Para la implementación del refugio se destinará un área de 1.500m² de los cuales se encontrarán las instalaciones en cuanto a las 15 habitaciones, un restaurante con una zona de bar, comedor, baños, un área de equipos deportivos, un parqueadero con disponibilidad de 20 autos. Dentro del cual se manifiestan las siguientes etapas para la implementación de este:

- **Etapas 1 Planificación y Diseño de Infraestructura**

En esta etapa se desarrollan varias actividades en cuanto la organización del equipo de trabajo, la planificación de actividades con sus responsables y el diseño del alcance de los objetivos y metas que se proponen en el proyecto. Para la planificación previa mencionada se incorporan herramientas como Project para el control de las actividades por medio del diagrama de Gantt y Pert específicamente, también se estipulan las políticas de acciones para el personal de obra y el sistema de cumplimientos de las actividades. Con esta estructura organizativa de trabajo se plantean las ideas de diseño del refugio, los materiales óptimos para su construcción, el tiempo y el costo de los insumos a utilizar durante las fases de construcción y operación del refugio.

- **Etapas 2 Limpieza y Desbroce del Terreno**

En esta fase se consideran las primeras gestiones de maquinaria pesada para el removimiento de tierra, el retiro de árboles que obstaculicen el área de infraestructura, se utilizarán moto guadañas y retroexcavadoras, cabe mencionar

que el material removido se destinara con previa planificación hacia otra zona del proyecto.

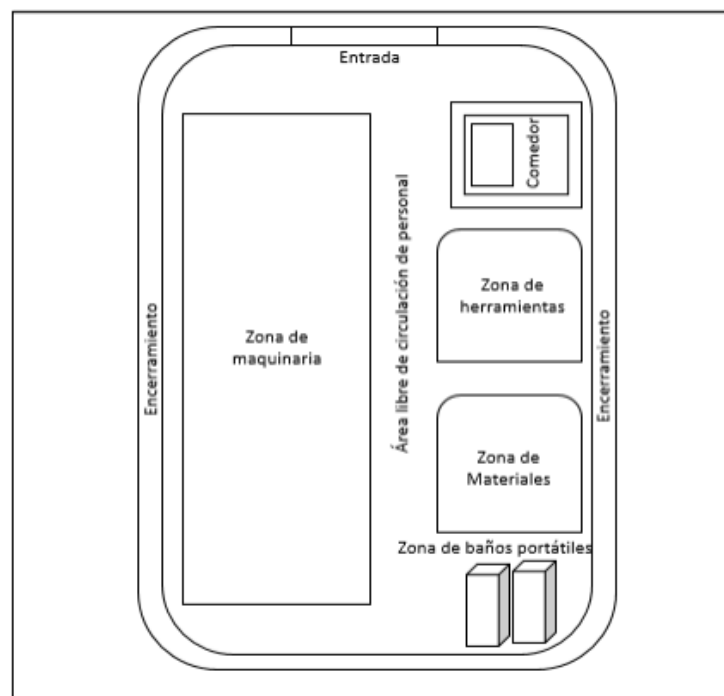
- **Etapa 3 Movimientos de tierras, excavaciones y fundiciones**

Se desarrollarán varias metodologías para las actividades de excavaciones siguiendo un estudio previo de la topografía existente del lugar, dependiendo de factores tales como la resistencia del terreno para la implementar cimientos, fundir columnas, o la presencia de cuerpos de agua son esenciales para el desarrollo óptimo del terreno a implementar la infraestructura planificada.

Etapa 4 Construcción, Montaje de Obra y Equipamiento

En esta etapa se desarrollan tanto la adquisición de insumos y materiales como la puesta en marcha y utilización de los mismos, el director técnico del proyecto en coordinación con el Ing. civil, delimitarán todas las actividades necesarias a llevar acabo para la construcción de la infraestructura de alojamiento, esta con una dimensión de 1900m² en la superficie de 3800m² , donde se montará desde los cimientos, columnas, paredes y techos, el sistema de servicios, calefacción y desfogue de residuos como la inserción de las áreas detalladas anteriormente. Sistema de alarma y las conexiones de paneles solares para la funcionalidad permanente en el refugio.

Figura 38
Distribución de área Bodega



Fuente: Nota. Se tendrá como base este modelo de distribución de áreas para la adecuación del campamento en la fase de construcción

4.4.2. Maquinarias y Equipos

Tanto para las etapas de construcción como de montaje de la obra se disponen los siguientes materiales a detallar:

- Retroexcavadora
- Volquetas
- Moto guadañas
- Montacargas
- Taladro manual
- Amoladora
- Generador Eléctrico
- Paneles Solares
- Madera de Pino
- Hormigón
- Varillas
- Mezcladora de cemento
- Reflectores/iluminarias
- Motosierra
- Materiales de construcción manual

4.4.3. Capital de Trabajo

Se detalla a continuación el capital necesario para poner en marcha el proyecto del refugio de aventura.

Tabla 21
Capital de trabajo necesario

N°	Descripción Cargo	Sueldo
1	Administrador	\$400,00
1	Diseñador gráfico	\$200,00
1	Chef	\$400,00
1	Mesero	\$400,00
1	Guardianía	\$100,00
1	Mantenimiento	\$200,00
Total Sueldos		\$1700,00

Impuestos de turismo a considerar

Tabla 22

Pago de Impuestos por turismo y servicios básicos

Patente Municipal	\$12,00
Licencia única Anual de Funcionamiento turístico	\$80,00
Pago del 1x1000	\$70,00
Pago del Impuesto Predial	\$69,00
Tasa de impuesto Cuerpo de Bomberos	\$26,70
Contribución especial de mejoras	\$30,35
Pago del Uso de Suelo	\$200,00
Tasa de seguridad ciudadana	\$10,00

Servicios Básicos

Abastecimiento de agua potable	\$80,00
Luz eléctrica	\$100,00
Transporte turístico	\$200,00
Internet y telefonía	\$75,00
Seguridad	\$60,00
Gas	\$20,00
Marketing	\$960,00

Materiales e Insumos de Construcción

- Cemento
- Madera de Pino
- Hormigón
- Arena
- Varillas
- Cable de 5 octavos
- Martillos
- Destornilladores
- Clavos
- Tornillos
- Taípe
- Mangueras
- SERRUCHO
- Segueta
- Nivel
- Ladrillos
- Barniz
- Emporador

- Pintura Acrílica
- Brea
- Vailejo

Materiales Eléctricos

- Cable de 10p
- Tomacorriente
- Interruptores
- Generador de Voltaje
- Paneles Solares
- Soldadora
- Breakers
- Varilla

Materiales de Sanitización

- Grifos
- Llaves de paso
- Mangueras
- Tubería de agua de 2 y 3 pulgadas
- Medidor de agua
- Lavamanos
- Inodoros
- Montaje de Tubería
- Codos de tubería
- Teflón
- Tubería de acero

Capacidad de Carga:

Este modo de estudio determina la capacidad que tiene un determinado territorio en el que se pueda ver afectado por la presencia humana, ya sea únicamente caminando o en otras actividades recreativas que afecten por la afluencia de visitantes a estos sitios. La mecánica básicamente está en determinar el área total de lo que se quiera medir y conjunto con la fórmula se puede llegar a una determinación en unidad de medidas de metros que nos establece la capacidad de carga efectiva o que puede llegar a utilizarse dentro del área de estudio.

Dentro de este estudio de capacidad de carga se toman en cuenta factores como el tamaño del área, el tiempo de apertura que se tiene al público, el tiempo estimado para poder visitar el área; por lo que es primordial establecer con prudencia las actividades detalladas a realizar en los escenarios deportivos de la zona de la Chimba.

Con la siguiente fórmula se establece la cantidad de factores determinantes y al mismo tiempo se obtiene la capacidad de carga real CCR y la capacidad de carga efectiva CCE.

$$CCR=CCF \times FC1 \times FC2 \times FCx\dots\dots$$

El estudio de la capacidad de carga se estimará por áreas, es decir se tendrá distintos cálculos tanto en la zona de cafetería, la zona de equipos deportivos, y las rutas de los escenarios deportivos a promocionar. Una vez determinada el porcentaje de capacidad de carga efectiva entonces se planificarán las estrategias necesarias para la consecución de la cantidad de turistas en grupo a vender los paquetes. De este modo se trata de conservar a cabalidad el recurso natural más aun con la práctica de deportes en los mismos escenarios deportivos.

Presupuesto Mensual de Insumos y Materia Prima para el Área de Alimentos

Tabla 23

Presupuesto de Materia Prima por 6 meses

\$ 1.376,70

PRODUCTO	CANTIDAD	TIPO DE PRODUCTO	CONTEO (PESO GR o UNIDAD)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ACEITE CANECA BIDON 20 LT	0.5	Materia Prima	La unidad es 1 Caneca	\$ 12,50	\$ 12,50
ACEITE OLIVA	1	Materia Prima	La unidad es 1 galón contar	\$ 3,50	\$ 3,50
ACEITUNA NEGRA GRAMOS	300	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,40	\$ 12,00
ACEITUNA VERDE RELLENA	300	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,26	\$ 8,00
ACEITUNA VERDE TAJADA	300	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,20	\$ 6,00
ACELGA GRAMOS	150	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,05	\$ 0,75
ACHIOTE GRANO	1	Materia Prima		\$ 1,50	\$ 1,50
AGUACATE	5	Materia Prima	Unidad de 200gr	\$ 0,20	\$ 1,00
AJÍ CASERO BOTELLA	1	Materia Prima	Unidad de 150gr	\$ 3,50	\$ 3,50

AJÍ PREPARADO	1	Producto	USO (la unidad es 1 kilo contar)	\$ 3,00	\$ 3,00
AJÍ SECO SOBRE	1	Materia Prima	Unidad	\$ 1,90	\$ 1,90
AJO ENTERO	1	Materia Prima	USO (la unidad es 1 dólar) (contar	\$ 1,00	\$ 1,00
ALBACA GRAMOS	1	Materia Prima	La unidad es 1 atado)	\$ 1,00	\$ 1,00
ALIÑO	1	Materia Prima	UND (la unidad es 1 litro contar)	\$ 2,50	\$ 2,50
APANADURA	2	Materia Prima	Unidad de 250gr	\$ 1,15	\$ 2,30
AROMÁTICA CANELA SOBRES	0.5	Producto	Unidad es Caja de 10 sobres	\$ 0,12	\$ 1,25
AROMÁTICA CEDRON SOBRES)	0.5	Producto	Unidad es Caja de 10 sobres	\$ 0,12	\$ 1,25
AROMÁTICA HIERBA LUISA SOBRES	0.5	Producto	Unidad es Caja de 10 sobres	\$ 0,12	\$ 1,25
AROMÁTICA HORCHATA	0.5	Producto	Unidad es Caja de 10 sobres	\$ 0,12	\$ 1,25
AROMÁTICA MANZANILLA	0.5	Producto	Unidad es Caja de 10 sobres	\$ 0,12	\$ 1,25
AROMÁTICA MENTA	0.5	Producto	Unidad es Caja de 10 sobres	\$ 0,12	\$ 1,25
AROMÁTICA ORÉGANO	0.5	Producto	Unidad es Caja de 10 sobres	\$ 0,12	\$ 1,25

AROMATICA TE NEGRO SOBRES	0.5	Producto	Unidad es Caja de 10 sobres	\$ 0,12	\$ 1,25
AROMATICA TE VERDE SOBRES	0.5	Producto	Unidad es Caja de 10 sobres	\$ 0,12	\$ 1,25
AROMATICA TORONJIL SOBRES	0.5	Producto	Unidad es Caja de 10 sobres	\$ 0,12	\$ 1,25
ARROZ DE CEBADA	250	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,02	\$ 0,55
ARROZ GRAMOS *USO	11350	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,01	\$ 14,50
ARVEJA	250	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,03	\$ 0,80
AVENA	350	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,02	\$ 0,65
BROCOLI	250	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,03	\$ 0,75
CAFE BUENDIA UND	4	Materia Prima	Unidad es frasco de 170 gr	\$ 1,50	\$ 6,00
CAFE PARA MAQUINA	1000	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,60	\$ 6,00
CANELA CASCARA	1	Materia Prima	Unidad es 1 kilo	\$ 2,50	\$ 2,50
CANELA MOLIDA	1	Materia Prima	Unidad es 1 kilo	\$ 2,50	\$ 2,50
CANGUIL	454	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,09	\$ 0,45
CARNE DE CERDO	2500	Materia Prima	GRAMOS	\$ 2,25	\$ 12,40
CARNE DE RES	2500	Materia Prima	GRAMOS	\$ 3,50	\$ 19,25
Cebolla larga UNIDAD	1	Materia Prima	Unidad es 1 atado	\$ 1,00	\$ 1,00
CEREZA ROJA)	20	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,50	\$ 2,50

CEREZA VERDE	20	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,50	\$ 2,50
CHAMPIÑÓN CRUDO	454	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,02	\$ 1,25
CHANTYPACK	1	Materia Prima	Unidad es la caja de 1000 ml	\$ 2,00	\$ 2,00
CHOC HOJA-V MARACUYA	10	Producto	Unidad es de 35g	\$ 0,80	\$ 8,00
CHOCHO	400	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,04	\$ 1,80
CHOCLO LATA	200	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,15	\$ 3,00
CHOCLO TIERNO	200	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,75	\$ 1,50
CHOCOLATE DE HOJA	1500	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,50	\$ 7,50
CHOCOLATE ESPECIAL GRAMOS *	1500	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,80	\$ 12,00
CHOCOLATE HOJA-V MENTA 35GR	1	Materia Prima	UNIDAD	\$ 8,00	\$ 8,00
CHUCHUCA GRAMOS	454	Materia Prima	GRAMOS	\$ 8,00	\$ 0,80
CHULETA AHUMADO	2500	Materia Prima	GRAMOS	\$ 2,50	\$ 13,75
CIRUELA	1	Materia Prima	Unidad es 1 kilo	\$ 4,50	\$ 4,50
CLAVO DE OLOR	200	Materia Prima	Unidad es 200 gr	\$ 0,75	\$ 1,50
COCO	200	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,03	\$ 2,75
COCO PULPA	1440	Materia Prima	GRAMOS	\$ 0,65	\$ 7,80

4.4.4. Total de inversión

Tabla 24

Detalle total de inversión por áreas

DETALLE DE ACTIVOS PARA LA CREACIÓN DEL REFUGIO HATUN URCU

ÁREA DE HABITACIONES	CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	TOTAL
6 habitaciones	8	Literas plaza ½	\$150.00	\$3,600.00
	16	Colchones plaza ½	\$80.00	\$1,920.00
	16	Protectores de colchón ½	\$20.00	\$480.00
	32	Sábanas ½	\$10.00	\$240.00
	4	Camas Queen	\$8.00	\$192.00
	4	Protectores de colchón	\$25.00	\$600.00
	30	Cubrecamas térmicos	\$8.00	\$192.00
	30	Toallas	\$3.00	\$36.00
	8	Sábanas	\$20.00	\$240.00
	30	Cobijas Polares	\$5.00	\$120.00
	30	Almohadas	\$25.00	\$150.00
	6	Calefactores infrarrojos	\$3.00	\$18.00
	24	Alfombras	\$20.00	\$120.00
	14	Cuadros	\$4.00	\$40.00
	6	Espejos	\$8.00	\$48.00
6	Veladores	\$60.00	\$240.00	

	3	Dispensadores de gel antibacterial	\$30.00	\$300.00	
	12	Focos/lámparas	\$18.00	\$72.00	
	24	Lockers de seguridad	\$20.00	\$200.00	
	6	Basureros	\$40.00	\$480.00	
	8	Literas plaza ½	\$3.00	\$18.00	
	16	Colchones plaza ½	\$88.00	\$528.00	\$ 9,834.
RESTAURANTE	6	mesas	\$55.00	\$330.00	
	30	sillas	\$18.00	\$540.00	
	1	sillas bebé	\$20.00	\$20.00	
	1	mostrador	\$150.00	\$150.00	
	1	parlantes	\$20.00	\$20.00	
	8	lámparas colgantes	\$20.00	\$160.00	
	6	bandejas para servir	\$4.00	\$24.00	
	30	cucharas soperas	\$0.50	\$15.00	
	30	tenedores	\$0.50	\$15.00	
	30	cucharas postres	\$0.40	\$12.00	
	30	Platos cuadrados corona	\$2.50	\$75.00	
	30	cuchillos	\$0.50	\$15.00	
	30	platos redondos corona	\$2.00	\$60.00	
	30	Platos hondos corona	\$2.00	\$60.00	

30	vasos Mustang	\$1.00	\$30.00
30	Tazas café americano	\$0.75	\$22.50
6	jarras	\$1.50	\$9.00
3	cafeteras	\$40.00	\$120.00
2	licuadoras	\$65.00	\$130.00
1	campana extractor	\$85.00	\$85.00
1	cocina industrial	\$340.00	\$340.00
1	congelador	\$245.00	\$245.00
1	microondas	\$70.00	\$70.00
1	batidora	\$135.00	\$135.00
1	balanza	\$12.00	\$12.00
3	sartenes	\$10.00	\$30.00
2	Ollas medianas	\$35.00	\$70.00
2	ollas presión	\$45.00	\$90.00
2	Sartenes tipo Wok	\$15.00	\$30.00
4	Cuchillos	\$7.00	\$28.00
4	Cernidores	\$3.00	\$12.00
1	Extractor de néctar	\$70.00	\$70.00
3	tablas de picar	\$6.00	\$18.00
4	batidores manuales	\$2.00	\$8.00

	2	ralladores	\$12.00	\$24.00	
	8	<i>Bowls</i>			
	3	cucharones	\$6.00	\$18.00	
	3	Tenazas	\$4.00	\$12.00	
	2	fregadero lavaplatos	\$150.00	\$300.00	
	8	Pírex	\$3.00	\$24.00	
	2	tanque de gas	\$40.00	\$80.00	\$ 3,572.5
BAR	1	Cocteleras	\$18.00	\$18.00	
	1	tabla de picar	\$4.00	\$4.00	
	2	cuchillos	\$4.00	\$8.00	
	1	escarchado	\$17.00	\$17.00	
	20	shots	\$0.45	\$9.00	
	10	copas cerveceras	\$1.00	\$10.00	
	10	copas margarita	\$1.00	\$10.00	
	10	vasos Turín	\$1.00	\$10.00	
	20	vasos cerveceros	\$1.00	\$20.00	
	10	copas vino	\$1.25	\$12.50	

	4	jarras	\$1.75	\$7.00	
	1	sacacorchos	\$3.00	\$3.00	
	2	destapadores	\$2.00	\$4.00	
	1	barra	\$200.00	\$200.00	
	5	sillas barra	\$12.00	\$60.00	
	2	sofás	\$100.00	\$200.00	
	2	mesas	\$45.00	\$90.00	
	1	parlantes	\$20.00	\$20.00	
	2	cucharas mezclador	\$2.00	\$4.00	\$ 706.5
CENTRO DE EQUIPOS DEPORTIVOS	20	Cascos de montañismo	\$110.00	\$2,200.00	
	20	Arneses de escalada	\$67.00	\$1,340.00	
	40	Crampones	\$154.00	\$6,160.00	
	20	Piolets	\$50.00	\$1,000.00	
	10	Cuerdas Dinámicas	\$165.00	\$1,650.00	
	5	Cuerdas Rígidas	\$160.00	\$800.00	
	30	Mosquetones	\$13.75	\$412.50	
	10	Descensores/Bloqueadores	\$25.00	\$250.00	
	20	Linternas de cabecera	\$35.00	\$700.00	
	3	Drybags	\$23.00	\$69.00	

4	Carpas 4 estaciones	\$6.00	\$24.00	
5	Chompas Impermeables	\$20.00	\$100.00	
5	Linternas de mano	\$20.00	\$100.00	
8	Walkie Talkies	\$15.00	\$120.00	
15	Bicicletas de montaña	\$220.00	\$3,300.00	
15	Cascos de bicicleta	\$30.00	\$450.00	
30	Rodilleras	\$12.00	\$360.00	
3	Bombas de aire	\$10.00	\$30.00	
10	Tubos de llantas	\$3.50	\$35.00	
1	Caja de Parches	\$10.00	\$10.00	
3	Destornilladores	\$2.10	\$6.30	
2	Llave de Pico	\$5.00	\$10.00	
2	Llaves hexagonales	\$3.50	\$7.00	
2	Lubricantes	\$15.00	\$30.00	
3	Repisas	\$20.00	\$60.00	
4	Lockers	\$15.00	\$60.00	
1	Armarios	\$25.00	\$25.00	
2	Repisas Colgantes	\$4.00	\$8.00	
1	Basurero	\$3.00	\$3.00	
1	Computador	\$100.00	\$100.00	
3	Focos	\$2.00	\$6.00	\$ 19,425.8

RECEPCIÓN				
1	sistema de facturación	\$800.00	\$800.00	
1	teléfono	\$20.00	\$20.00	
1	central telefónica	\$200.00	\$200.00	
1	timbre campana	\$8.00	\$8.00	
1	lámparas colgantes	\$20.00	\$20.00	
1	grapadora	\$4.00	\$4.00	
1	Computadora	\$450.00	\$450.00	
1	sistema de cámaras	\$225.00	\$225.00	\$ 1,752.0
1	Botiquín de emergencia	\$25.00	\$25.00	
TOTAL ACTIVOS			\$35,265.80	

CONSTRUCCIÓN	Tipo	Metros de c/u	Total	Costo
Están incluidos los materiales y la mano de obra	6 habitaciones	36m2	216m2	\$14,000.00
	Restaurante/Bar/baños/Recepción	25m2/30m2/20m2	75m2	\$12,000.00
	Zona de Equipos	30m2	30m2	\$5,000.00
		TOTAL CONSTRUCCIÓN	375m2	\$31,000.00
TOTAL INVERSIÓN:		\$66,265.800		

4.4.5. Plan de Financiación

Hatun Urcu iniciará sus actividades con una inversión de \$101.306.00 dólares americanos de los cuales \$22.096.75 comprenden el activo circulante, y un total de \$79.209.00 para activos fijos. Dentro de los activos se tiene \$68.006 que corresponde al crédito financiero que será solicitado a la entidad financiera BanEcuador la misma que tiene una tasa de interés del 10.21% con plazo a 60 meses y cuya cuota de pago mensual asciende a \$1473.19, por último el patrimonio asciende a \$33.300.00 correspondiente al capital social y algunos bienes inmuebles.

4.5. Estructura Organizativa y Administrativa

4.5.1. Misión.

Hatun Urcu es una empresa dedicada a la prestación de servicios de alojamiento y alquiler de equipos deportivos, presente en los páramos andinos, ofrece un servicio de calidad para quienes hacen turismo, enfocándose en el aprovechamiento del patrimonio natural y saberes culturales para fomentar el turismo de aventura dentro de los distintos atractivos turísticos del norte del Ecuador.

4.5.2. Visión.

Para el año 2030 ser un potencial turístico para la práctica de deportes de aventura en la Sierra Ecuatoriana, predominando la calidad de los servicios y la responsabilidad social, aprovechando los principales atractivos dentro la línea ecuatorial con la mejora continua e inserción de procesos.

4.5.3. Políticas.

Para el establecimiento de políticas del refugio de aventura *Hatun Urcu*, ha desarrollado una serie de postulaciones en base a aspectos fundamentales para el buen aprovechamiento de los recursos creando un ambiente de calidad y con el mejor confort para quienes hacen su visita al establecimiento, disposiciones que se detallan a continuación estarán delimitadas de la siguiente forma:

Tarifas y convenios de Pago

- Todas las tarifas se encuentran estipuladas en dólares americanos, y de manera estratégica se ofertan precios de mayor o menor cantidad en función de la temporada que se encuentre.
- Todos los precios de los servicios/productos incluyen impuestos en base a la reglamentación ecuatoriana.
- Toda Tarifa se encuentra especificada en base al precio y beneficios como restricciones cuente o no la adquisición del producto.
- Las tarifas no incluyen servicios o productos extras al ofertado en un principio, a menos que se lo requiera o llegue a un común acuerdo con el encargado de ventas.

Condiciones de cancelación y pago mediante reservas

- Si se desea modificar la fecha y los servicios reservados con anterioridad, se aceptarán los cambios siempre y cuando se lo realice dentro de los 15 días previos a la fecha pactada, se lo realizará sin ningún costo adicional a excepción de que se requiera mayores servicios en su modificación.
- Es obligatorio en *Hatun Urcu* la realización del *Check in* al ingreso de las instalaciones para alojarse en el establecimiento.
- Las reservaciones grupales poseen otras condiciones adicionales y se lo llega a mutuo acuerdo en el momento de la adquisición de los servicios.

Check In- Check Out

- Se establecerá el servicio de alojamiento con 30min posterior al Check in realizado.
- En el caso de montañistas o deportistas de alta frecuencia se poseerá de preferencias para la adquisición de las instalaciones, esto previo a convenio que se realice entre las partes
- El ingreso se registrará datos personales y de contacto para protocolos de seguridad y comunicación.

- La hora del Check Out serpa a partir de las 12:00h finalizado el tiempo de servicio, no obstante, se considerarán las actividades para el tiempo de llegada y retirada de las instalaciones por parte del huésped.

Uso de Instalaciones

- El uso de instalaciones se encuentra a disposición de los clientes de *Hatun Urcu* bajo términos y condiciones de cuidado de uso correcto de estas.
- Si las instalaciones sufren algún daño por parte del huésped se realizará los respectivos recargos al valor a pagar.
- En *Hatun Urcu* se promueve el deporte de aventura responsable con el ambiente, se encuentra prohibido el daño o modificación del recurso natural sin autorización previa a la práctica respectiva, tanto con las autoridades competentes de la comunidad como los miembros de *Hatun Urcu*.
- Se prohíbe el uso de las instalaciones de alojamiento a personas no registradas en el *Check in*, si se lo realiza se procederá a los respectivos recargos a pagar.
- Los implementos y equipos deportivos prestos al alquiler de los visitantes se lo realizan mediante un proceso planificado, con esto se prohíbe el acceso al área y el uso de los implementos de *Hatun Urcu* sin autorización previa.

Generales

- Se reserva el estricto derecho de admisión.
- Uso constante de mascarilla previa al servicio.
- Se prohíbe el hospedaje a menores de 18 años sin autorización de responsables.
- En *Hatun Urcu* se admiten las mascotas bajo términos y condiciones.
- En caso de quejas o reclamos dirigirse al administrador si no se resuelve de inmediato.
- Prohibido el ingreso de bebidas alcohólicas y estupefacientes al establecimiento.
- Se prohíbe el ingreso de armas blancas no pertenecientes a los implementos de aventura autorizados.

4.5.4. Valores

Entre los valores de *Hatun Urcu* se encuentran:

- Honestidad
- Calidad
- Respeto
- Hospitalidad
- Humanidad
- Actitud Proactiva
- Compromiso
- Trabajo en equipos
- Responsabilidad

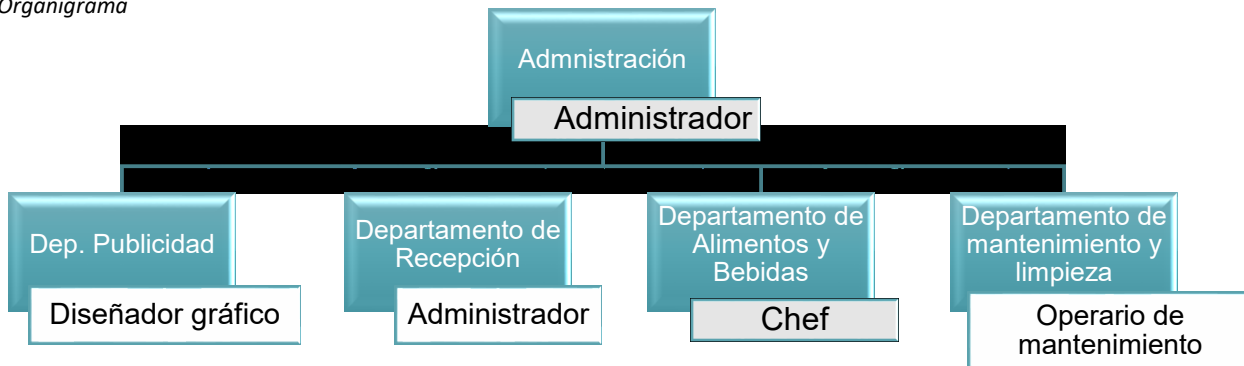
4.5.5. Imagen Corporativa

Figura 39
Imagen Corporativa



4.5.6. Organigrama

Figura 40
Organigrama



4.5.7. Manual de Funciones

En este punto se detallan las actividades y responsabilidades que tendrá el equipo de trabajo para la funcionabilidad eficiente de los procesos del servicio a ofertarse. Cabe recalcar que todo el personal de *Hatun Urcu* será proveniente de la comunidad de La Chimba, siendo capacitados previamente para la operación en cada una de las áreas, de manera polifuncional se realizará entre los procesos otras actividades que surgen en la prestación de los servicios por tanto la coordinación y comunicación constante será imprescindible en el desarrollo del personal del refugio.

Administrador:

Encargado de los procesos globales del establecimiento, este tendrá las principales responsabilidades en función al área de recepción, donde se interconectará con los clientes en el caso de reservas y llegadas para registro, aliados en actividades conjuntas, proveedores para la organización de la adquisición de insumos y pagos, socios para búsqueda de estrategias de venta y promoción e innovación y demás personal encargado, con el cual realizará en conjunto el control de los procesos en cada una de las áreas a realizar, estas actividades periódicas que tendrá el miembro son imprescindibles en el funcionamiento de *Hatun Urcu*.

Tabla 25
Administrador

Requiere Experiencia	Si
Relaciones Funcionales	Clientes Proveedores Socios Personal
Requiere Capacitación	Capacitación Periódica
Conocimiento ingles avanzado	Requerido
Valores	Líder Comprometido Versátil Transparente Amable

Director Financiero:

Este miembro de la organización se enfoca principalmente en el ámbito financiero del establecimiento, realiza varias gestiones en cuanto al manejo de los recursos para el ingreso de nuevos insumos, materiales, o a su vez pagos financieros, de personal, proveedores, entre otros. Es uno de los principales elementos para la toma de decisiones en cuanto a estrategias de venta e inversión de capital. También es responsable de presentar las cuentas correspondientes y gestionar el pago de las responsabilidades tributarias del establecimiento.

Tabla 26
Director Financiero

Requiere Experiencia	Si
Relaciones Funcionales	Proveedores Socios Personal
Requiere Capacitación	Capacitación Ocasional
Conocimiento en contabilidad avanzado	Requerido

Jefe de Alimentos y Bebidas

Este será responsable de todos los insumos alimenticios que tendrán el refugio, el debido registro de entrada y salida de estos, el proceso de transformación para la venta de un producto final en cuanto a restauración se refiere, establecer los menús y promociones en el área de alimentos y bebidas. Presentar las tarjetas Kardex para el pedido de nuevos insumos y es responsable de la innovación en la preparación o presentación de los platillos ofertantes y el manejo adecuado de los alimentos.

Tabla 27
Jefe de Alimentos y bebidas

Requiere Experiencia	Si
Relaciones Funcionales	Clientes (ocasional) Proveedores Personal
Requiere Capacitación	Capacitación Periódica
Conocimiento Manipulación y conservación de alimentos	Requerido
Valores	Líder Rapidez Capaz de responder ante adversidades Creativo

Operario de Mantenimiento

Será responsable del área de alquiler de equipos deportivos, ya sean en los equipos de escalada o montañismo o el área de bicicletas, ambas serán a cargo y mantenimiento periódico de estos materiales, también es quien coordinará la prestación de los equipos conjunto el administrador hacia los clientes. Será quien realice el respectivo mantenimiento y soporte técnico de las bicicletas y equipos rentados.

Tabla 28
Operario de mantenimiento

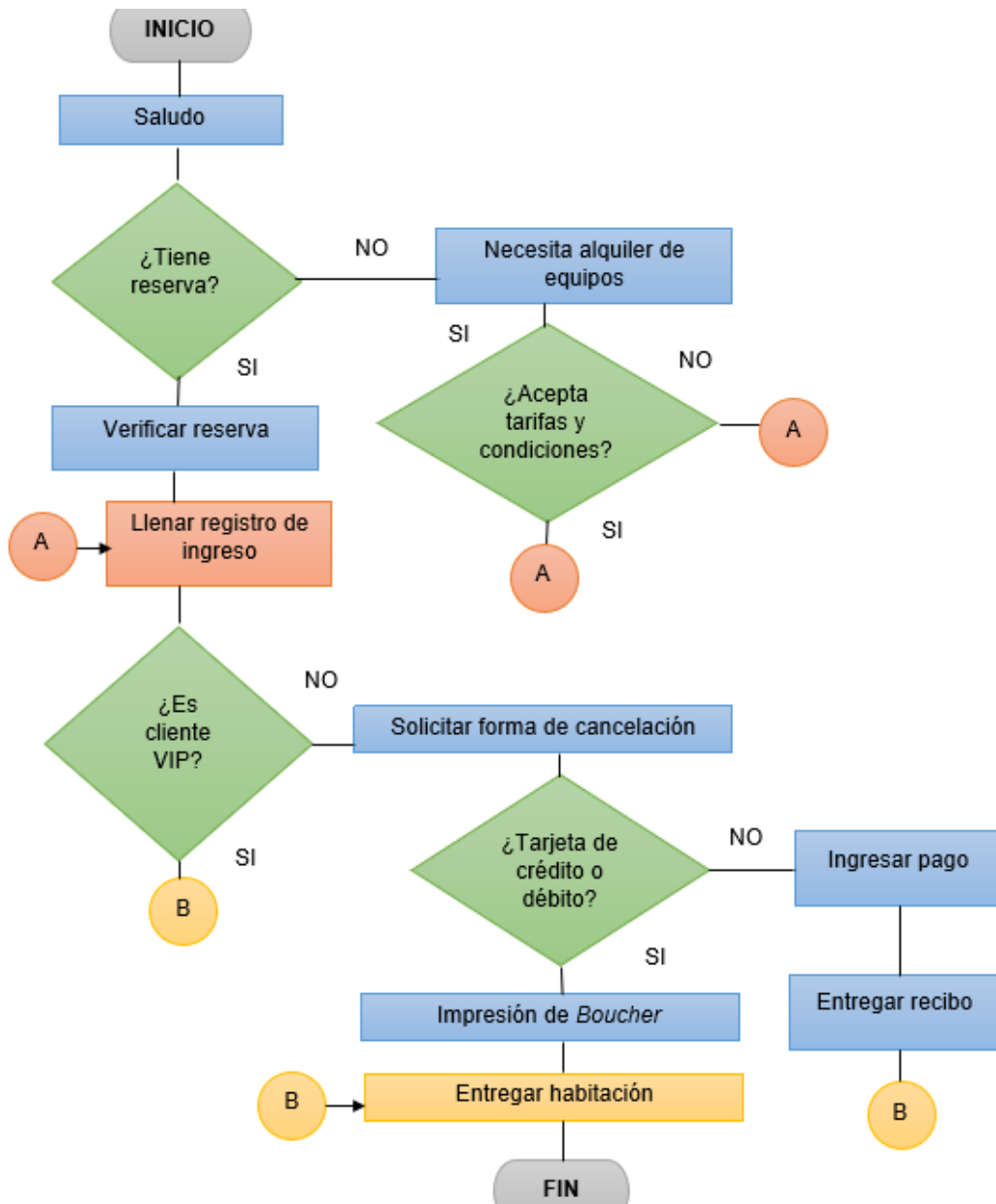
Requiere Experiencia	Si
Relaciones Funcionales	Clientes (ocasional) Proveedores Personal
Requiere Capacitación	Capacitación Periódica
Conocimiento en verificación y uso de EPI y equipamiento industria.	Requerido
Valores	Líder Rapidez Capaz de responder ante adversidades Constante

4.5.8. Flujograma de Actividades

A continuación, se presenta los distintos diagramas de flujo conforme a las áreas establecidas por el Refugio, estableciendo sobre todo para un protocolo ya planificado en cuanto al personal que se incorpore y que este mismo tenga todas las herramientas de trabajo, así como la consecución de la cada uno de los procesos a implementar.

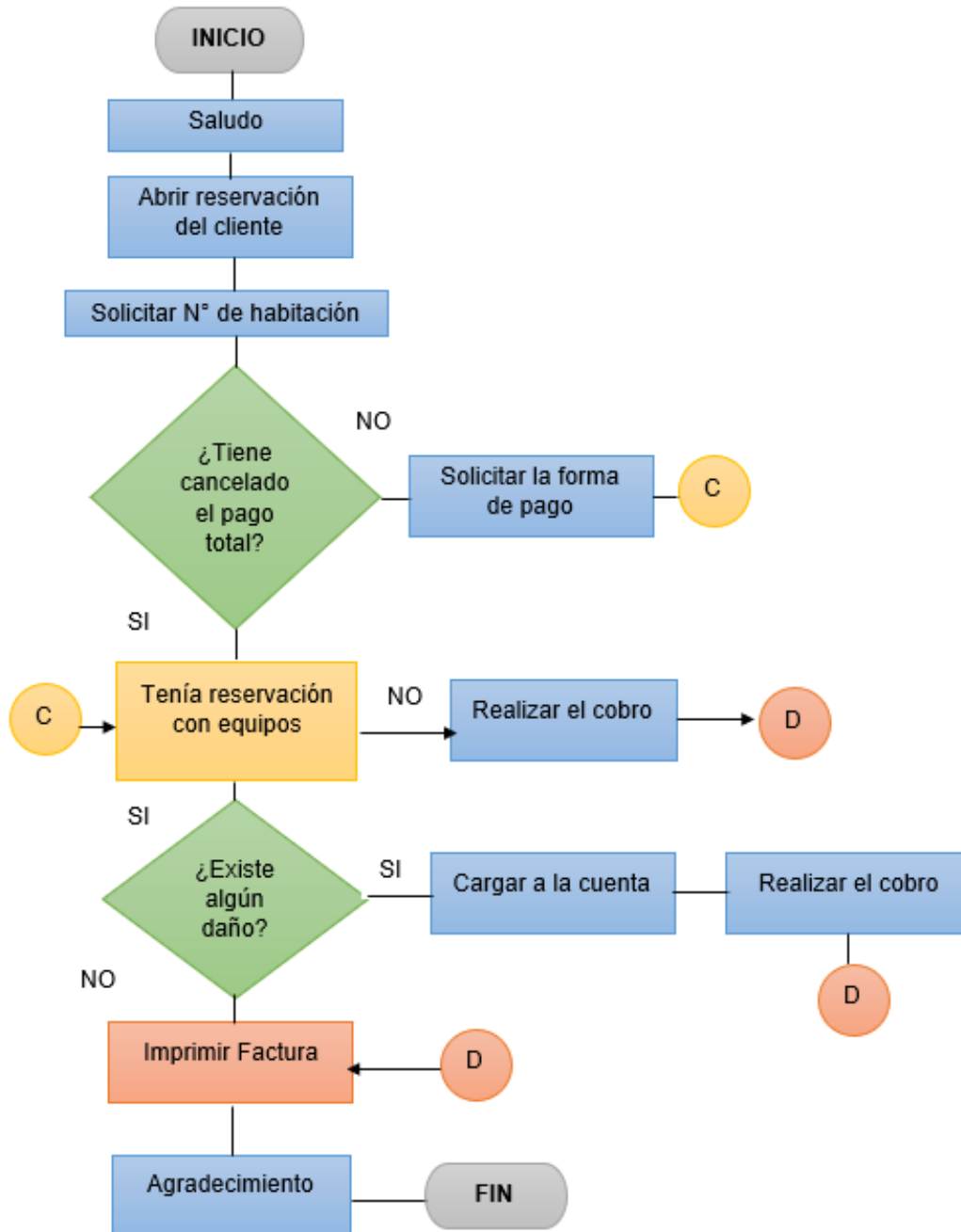
Check In

Figura 41
Organigrama Check In



Check Out

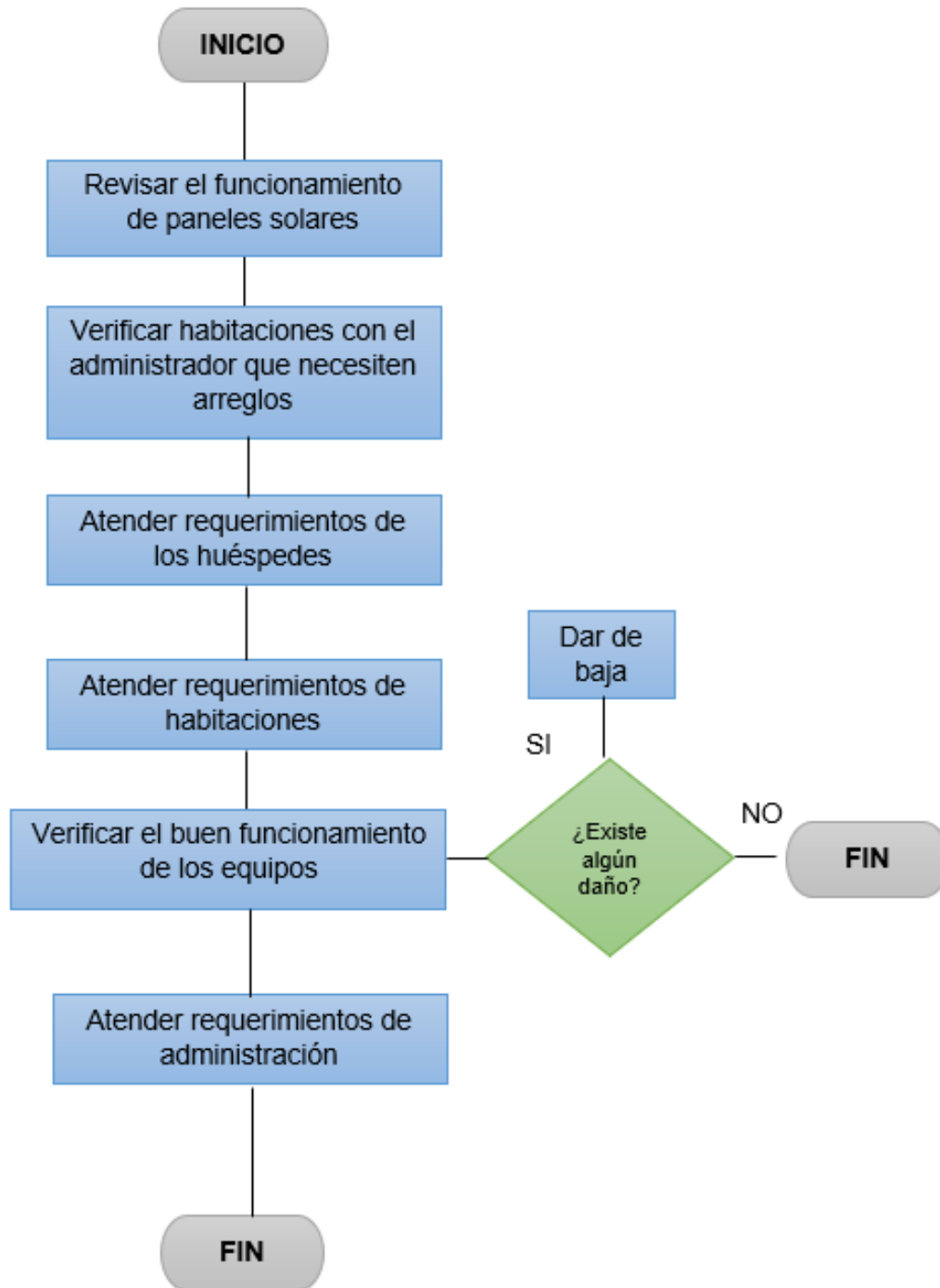
Figura 42
Organigrama Check Out



Mantenimiento

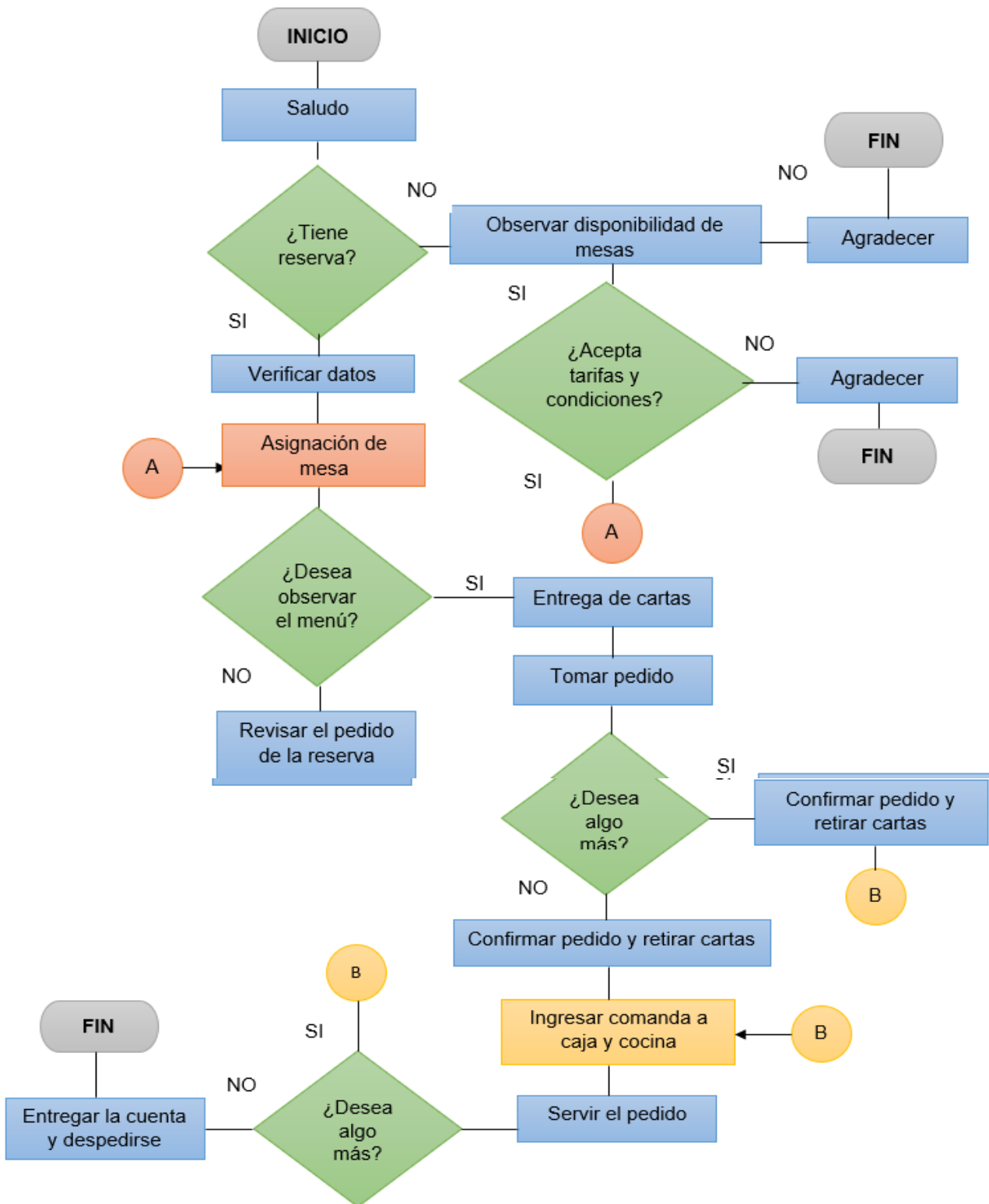
Figura 43

Organigrama mantenimiento



Restauración

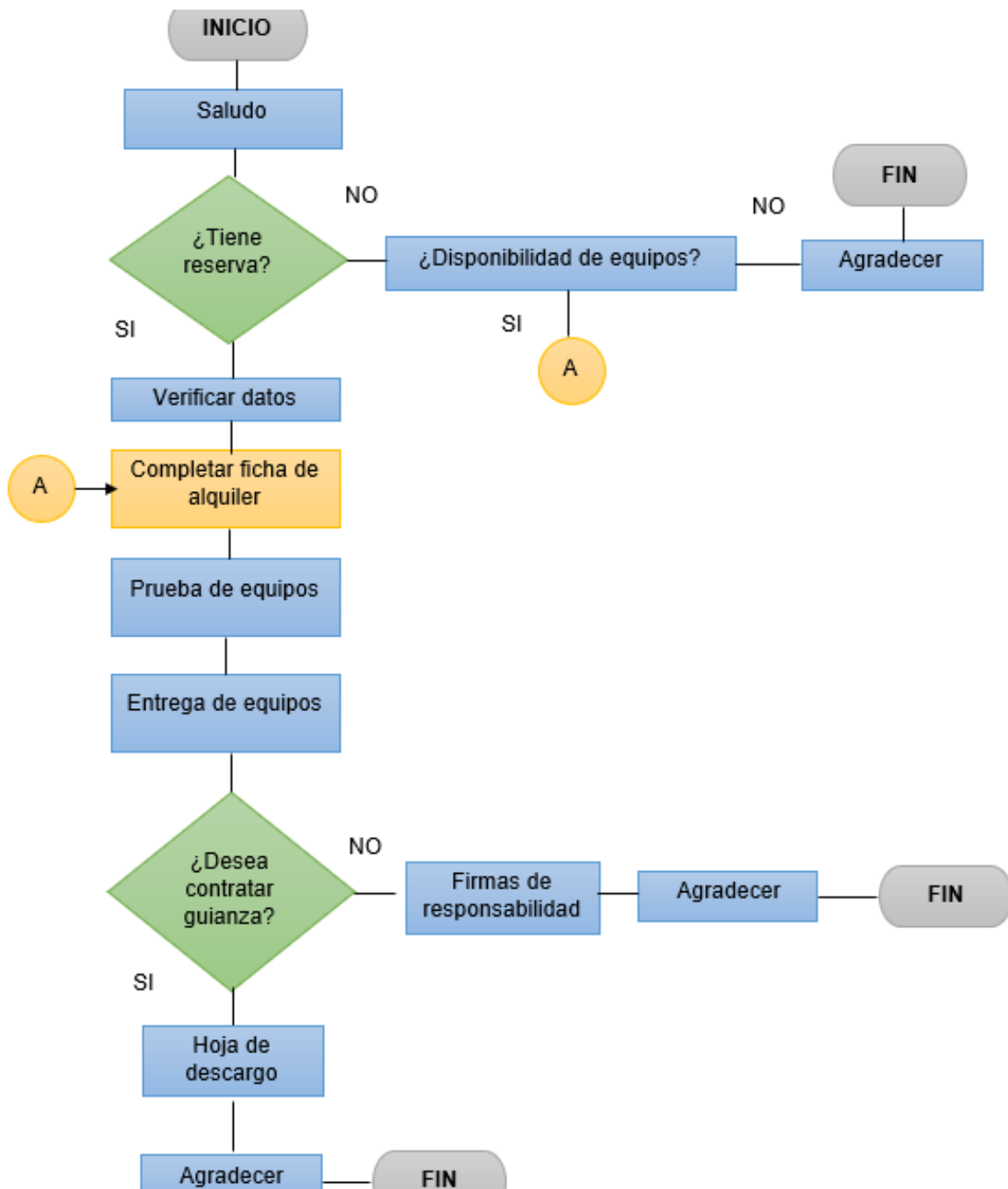
Figura 44
Organigrama Restauración



Alquiler de equipos

Figura 45

Organigrama Alquiler de equipos



4.5.9. Descripción del diagrama de flujo

Check In

El encargado del refugio turístico realiza el check in al instante que el turista ingresa, lo inicial es saludar y ofrecer el coctel de bienvenida. Si el turista no tiene reserva se debe ofrecer el servicio de hospedaje junto al alquiler de equipos si este los requiere. Si el cliente acepta las tarifas y condiciones, se procede a llenar el formulario con su respectiva forma de pago.

Posteriormente se indica la habitación y se brinda información correspondiente a todos los servicios que puede encontrar en el refugio. Si el turista realizo una reserva con anterioridad, el recepcionista debe estar al tanto de dicha reservación para que el ingreso sea de forma ágil y rápida.

Check Out

Inicia cuando el turista ha cumplido los días de estadía. Los turistas se dirigen a información y el recepcionista los recibe con un saludo, se confirma si esta cancelado el valor en su totalidad, y si es así se procede a revisar un chequeo rápido de la habitación para evitar daños. Si el cliente tenía equipos a su cargo se revisan y constatan que están en buenas condiciones, si por el contrario existiese algún desperfecto se carga a la cuenta. Luego se procede a entregar su factura, preguntar sobre su estadía y despedirse.

Mantenimiento

Al inicio de cada turno la persona encargada de mantenimiento revisa el funcionamiento de paneles solares, verifica las habitaciones con el administrador que necesiten arreglos, atiende los requerimientos de los huéspedes y las habitaciones, además verifica el buen funcionamiento de los equipos y si encuentra algún desperfecto los da de baja del mismo modo atiende los requerimientos de administración. Habitualmente tiene a su cargo el compromiso de realizar mantenimiento a jardines y espacios verdes del refugio.

Restauración

En el restaurante del refugio al momento de llegar un turista el mesero brinda la bienvenida con un saludo cálido y consulta si tiene reservación, si en el sistema

existe una reserva se confirman y se ubica al cliente en su lugar. Si por el contrario el turista no tiene alguna reserva se muestra el menú, las formas de pago y condiciones, y por supuesto la disponibilidad de mesas. Si el turista acepta se le ubica en una mesa y se procede a tomar la orden, ingresando la comanda a cocina y a caja, para ultimo entregar los platos y su cuenta.

Alquiler de quipos

El servicio comienza con la verificación de reserva y datos. Si no tiene alguna reserva se observa la disponibilidad de equipos para el alquiler, seguidamente si existen equipos disponibles se completa la ficha de alquiler en la cual se detallan los equipos y el tiempo de alquiler, se demuestra que los equipos estén en perfectas condiciones y completos para luego entregar los equipos y si desea guianza se llena una hoja de descargo en la cual se explica el deporte y el grado de complejidad que tiene. Para terminar, se agradece. Si por el contrario no desea guianza se pide llenar firmas de responsabilidad por cualquier eventualidad y se agradece.

4.6. Constitución Legal de la Empresa

Para la estructuración del refugio *Hatun Urcu* se conformará por dos principales accionistas quienes aportarán con la correspondiente mitad de la totalidad del capital a invertir lo cual se constituye como una compañía anónima detallando los siguientes pasos a continuación:

- Constatar que en la Superintendencia de Compañías no existe ninguna empresa con el mismo nombre.
- Realizar el contrato social previamente validado por un abogado profesional registrado.
- Apertura de la cuenta de integración de capital en BanEcuador B.P.
- Reserva de dominio
- Cedula de identidad/ pasaporte
- Dinero en efectivo/ cheque
- Elevar la escritura pública.
- Aprobación de los estatutos de la empresa.
- Solicitud de aprobación de estatutos al ministerio de trabajo.

- Acta constitutiva.
- Proyecto de estatuto.
- Nómina de la directiva provisional.
- Nómina de socios que constituyen la organización laboral.
- Publicar la resolución en un diario de circulación nacional.
- Obtención de permisos municipales como:
 - Registro de actividad turística.
 - Licencia de funcionamiento turístico (LUAF)
 - Permiso sanitario (ARCSA)
 - Certificados de salud de los empleados
 - Patente Municipal
 - Rótulos y publicidad exterior
 - Pago Permiso Cuerpo de Bomberos.
- Inscripción en el registro de la propiedad mercantil del cantón Cayambe.
- Tres ejemplares originales de la escritura pública.
- Reserva de denominación emitida por la Superintendencia de compañías.
- Pago de la cuantía \$25.00
- Realizar la Junta General de Accionistas.
- Registrar el nombramiento del administrador de la empresa en el Registro Mercantil.
- 3 ejemplares con firmas originales del nombramiento por cada uno de los cargos a inscribir.
- Copia del acta de junta
- Obtención del RUC.
- Cedula de identidad/ Certificado de votación
- Documento para registrar el Refugio

Para el registro del permiso de la Intendencia del Cantón Cayambe, se deberá presentar:

- Copia del Ruc/RISE
- Pago de Patente Municipal

- Permiso actualizado del Cuerpo de Bomberos de Cayambe
- Pago De Intendencia del año anterior
- Esperar el registro al sistema y generación del código
- Retirar el permiso firmado por el responsable y directivos

Para el registro de la marca *Hatun Urcu* en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) se deben cumplir con el siguiente proceso:

- Realizar una búsqueda fonética para constatar que no existe marcas idénticas o similares en el país.
- Ingresar al portal y completar las plantillas.
- Registro de logos y diseños de autoridad.
- Realizar los pagos correspondientes.
- Generación del comprobante.

CAPÍTULO IV

5. Plan de comercialización y marketing

5.1. Nombre comercial de la empresa.

Marca:

La marca está inspirada en el Taita Inti y la Mama Cayambe, que desde lo alto nos vigilan y nos dan la energía para preservar, admirar y cuidar la Pacha mama. *Hatun Urcu*, que significa “gran montaña” aprovecha las bondades de los paisajes de la Comunidad de la Chimba para ejercer actividades de aventura y calma, disfrutar del lugar de una forma sostenible y preservar los recursos naturales que se tiene el torno a los Andes Ecuatoriales.

Figura 46
Marca Hatun Urcu

construcción



Figura 47
Variaciones de la marca 1

variaciones



Se ha trabajado también en varias versiones para que se puedan ocupar según la necesidad visual que se quiere comunicar, en este sentido se presentan variaciones en cuanto a color, tamaño y forma

Figura 48
Variaciones de la marca 2



Variaciones en colores tanto cálidos y fríos para usar según la estación del clima, de esta manera advertir de la situación climática o temporada del lugar a los visitantes.

Figura 49
Variaciones de la marca 3

También se trabajó en versiones en positivo y negativo para que pueda ser utilizado en diferentes aplicaciones según la necesidad, logos en vinil adhesivo, lonas, flayers, serigrafía en ropa y menús, entre otras aplicaciones.



Figura 50
Tipografía

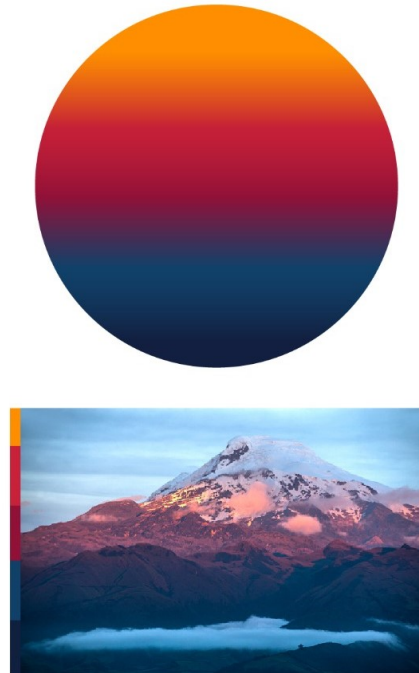


La tipografía puede variar su cromática de acuerdo a la paleta de colores de la marca, así podremos usarla sin importar donde sea el aplique requerido.

Figura 51
Cromática

En cuanto a la cromática está basada en la calma, frescura y energía de los atardeceres de Cayambe conocido como el Valle del Sol. La mezcla de colores cálidos y fríos da sensación del verano e invierno conjugándose para poder darnos la sensación de aventura y relajación que queremos.

cromática

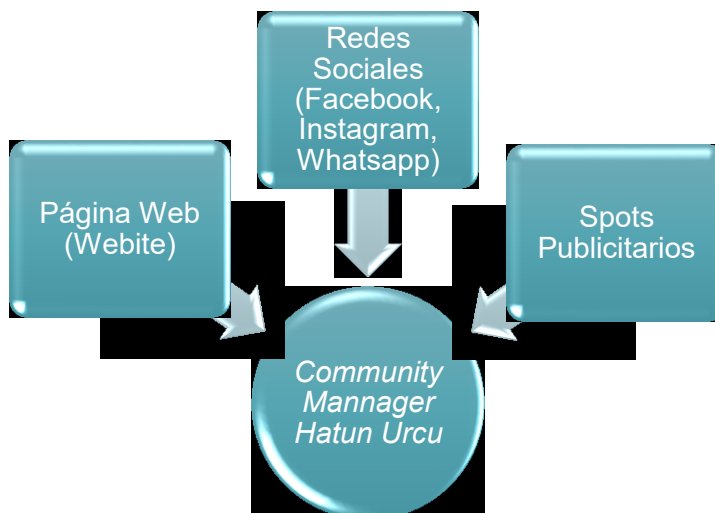


5.2. Canales de Distribución.

Para *Hatun Urcu* es esencial la traspotación de servicios que se quiere ofrecer por medio de intermediarios y por canales directos al cliente que se pueden establecer, por tanto, las alianzas estratégicas serán clave para la promoción de los paquetes establecidos por el] Refugio, asimismo se podrá constatar una relación amigable con demás emprendimientos que se tiene en cuenta para la publicidad del sitio.

De manera detallada los canales directos serán los siguientes.

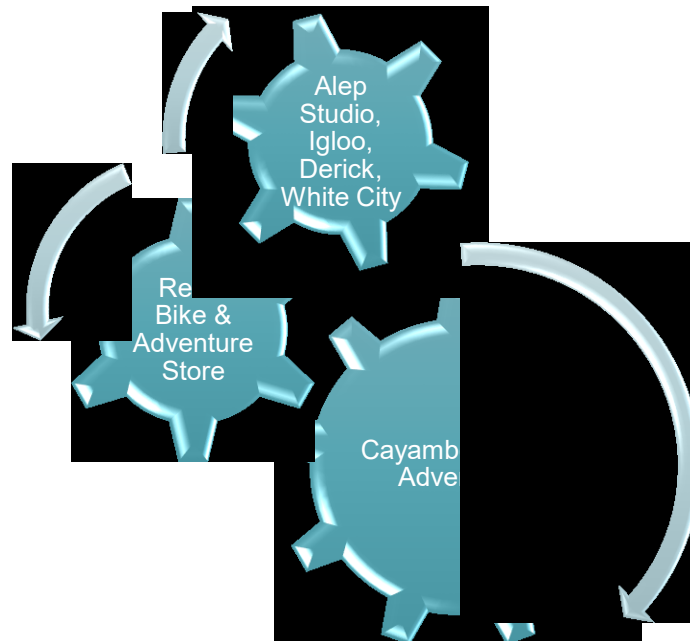
Figura 52
Canal Directo



Dentro de los canales indirectos se establecen como principales las Operadoras de las cercanías del refugio, tiendas de ropa deportiva de la ciudad, personajes y marcas en auge o reconocidas en el mercado.

Se trabajará conjuntamente con Alep Studio, quienes realizan trabajos de fotografía publicitaria y se llevará a cabo un convenio para fotografía profesional periódicamente, De la misma forma se pretende trabajar con marcas de ropa para un marketing cruzado con las marcas Igloo, Derick y White City respectivamente.

Figura 53
Canales Indirectos



5.3. Publicidad

Dentro de la publicidad especialmente se manejará con promociones en cuanto a los productos y servicios que se ofrecen por parte del establecimiento, por otro lado, el tema de la imagen corporativa y la identidad de marca realzarán un tema de promoción indirecta por medio de sus instalaciones remarcadas, utensilios de aseo y equipos deportivos con el logo, harán de las instalaciones un lugar único de *Hatun Urcu* en el cual.

Se puede apreciar la constancia de logo en los materiales de aseo para una mejora visual y permanencia de la marca en el cliente. El color negro es el que predomina y se adapta mejor a cualquier aplicación del logo.

Figura 54
Implementación de la marca en productos del refugio



De igual forma se presenta el logo de *Hatun Urcu* en los equipos deportivos sobre todo dando al realce del deporte por medio del uso de los equipos, la marca principal y el color original del logo constituyen parte importante para la adaptación a los instrumentos.

Figura 55
Implementación de la marca en equipos deportivos



Figura 56
Camisetas del personal



Para la línea de ropa se puede llevar como ejemplo en estas ilustraciones, tanto para el personal a cargo como de venta en el establecimiento como manera de promoción del refugio y manejo de cortesías en paquetes importantes, Cabe mencionar que el diseño del logo siendo original se podrá dar adaptaciones de rediseño si el caso se solicite.

Figura 57
Ropa con la marca del refugio



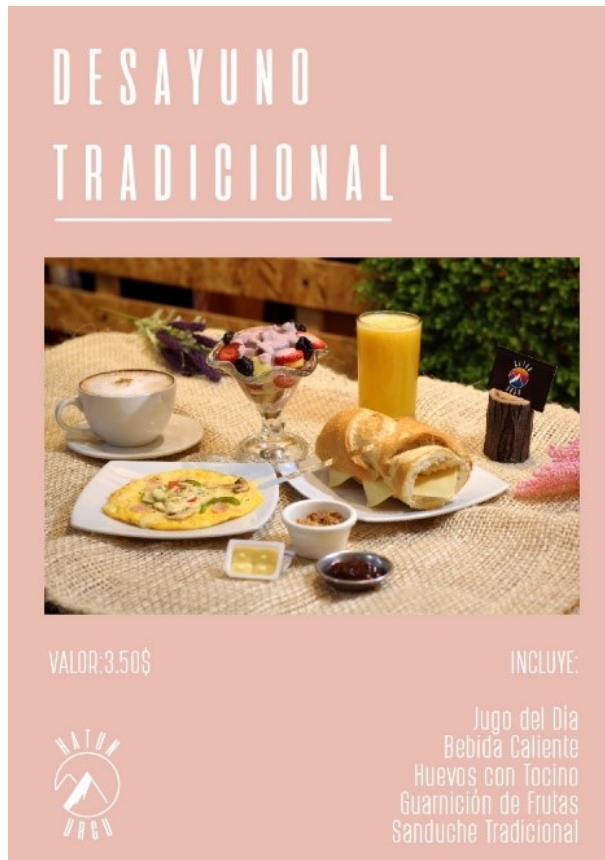
Figura 58
Señalética

señalética



Los letreros de igual forma se los acopla al estilo rústico de las instalaciones, se utilizará madera de pino que es predominante del lugar y que no afecta en gran proporción a la flora de la zona.

Figura 59
Flyer Desayuno Tradicional



La recopilación de información en cuanto a platillos se estima con prioridad al tema de cafetería ya que se mantendrá esa tendencia para quienes desean disfrutar de nuestras bebidas calientes como café, aromáticas, batidos entre otras bebidas frías, y alimentos que acompañen y sean versátiles de digerir para la actividad deportiva también, se ha tomado en cuenta la promoción en variedad de sandwiches y otras picaditas.

Promociones dentro de la Cafetería-Restaurante se harán conforme a la época y a los insumos que se utilice en su momento, ya que varios productos son de temporada para la incorporación de los platillos se tomará en cuenta el mencionado factor, al mismo tiempo se tratará de llevar un estilo *vintage* y que se genere un ambiente asimilable para los lectores. A continuación se presentan varios ejemplos.

Figura 60
Flyer Combo Frozen



Figura 62
Flyer Promocional restaurante



Para la promoción de paquetes incluido servicios se deberá ofertar en función de las temporadas que se sitúe así también con una proyección del segmento de emrcado consumidor que llegará a adquirir el *pack* , del mismo modo se conentrará en paquets que oferten los servicios que *Hatun Urcu* posee como un plus de confort para las excuriosns rurales que se tengan en la comundiad, pero también revalorizandoy fomentando los escenarios deportivos como el nevado Cayambe, zanja Rumi, El arenal del nevado y demás rutas establecidas para la práctica de *mountain bike*.

De igual manera se llevará a cabo las promociones de la semana dependendiendo del stock que se conserve en el área; para esta promoción se toma en cuenta los platillos principales o patillos estrella (recurrentemente los que más se vende) y ofrecerlos en un combo llamativo para la cobertura de la estrategia de mercadeo. La persepción visual en cuanto a colores debe cambiar en función de los flyers publicitarios pero sin quitar el estilo que se mantiene en cuanto a ilustraciones, fotografía y diagramación del mismo.

Figura 61
Flyer paquete full Day



Lo que se trata de fomentar especialmente es la práctica de deportes de aventura dentro de la comunidad de la Chimba, mediante la promoción de distintos servicios como es el caso del alquiler de equipos que se puede ofertar, a más de un kit de herramientas y un kit proteínico para la excursión, se conllevará en un futuro las guanzas técnicas para la práctica de personas principiantes. Al mismo tiempo se fomentará las buenas prácticas ambientales para el resguardo del recurso en caso de personas experimentadas en el uso de equipos deportivos.

5.4. Ampliación de la gama de productos en el futuro

Dentro de este planteamiento se puede llevar a cabo en el futuro como un complementno adicional a los servicios principales de l refugio sería la aportación de mayor material de equipos de proteccion individual para el entrenamiento de glaciarr por parte de los guías contratados.

También analizar la demanda de turistas extranjeros para la implementación de jacuzzi y baños de cajón como ua alternativa de actividades a llevarse a cabo dentro del refugio *Hatun Urcu*

Figura 64
Equipos



Figura 63
Idea futura



5.5. Investigación y Análisis de las estrategias y métodos de mercadeo más apropiadas a utilizar.

Dentro de las estrategias de mercadeo que se aplicarán para aumentar las ventas tanto de los paquetes como de los servicios por separado dentro del Refugio *Hatun Urcu* se detallan las siguientes:

Técnicas de Servicio al Cliente

Para ello se contará con una planificación de capacitación al personal de servicio para una mejora de la experiencia tanto del prestador como del cliente, a manera general el curso deberá detallar una variedad de mecánicas o herramientas y técnicas para la solución de problemas y la promoción de los productos que se genere mayor venta.

- Satisfacción de las Necesidades del Cliente.
- Expectativas del cliente.
- Aplicación y Campo de Acción del Servicio al Cliente.
- Aspectos relacionados con el servicio al cliente.
- • Características del Servicio de Atención al Cliente.
- Formas de Servicio al Cliente.
- Elementos del servicio al cliente.
- Propósito e Importancia del Servicio al Cliente.
- Estrategias de Servicio al Cliente.

Publicidad

Dentro del programa publicitario se llevará a cabo una amplia gama de ofertas de los servicios y productos que se tendrán en el Refugio, para esto la constatación del material fotográfico, así como las herramientas tanto físicas como digitales que se necesitarán para la promoción. Para ello se va a querer una planificación de la venta de productos por temporadas especificando sobre todo los servicios que se va a ofrecer para la venta tanto en paquetes completos como a manera individual.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO AMBIENTAL

5.1. Acciones del proyecto

Tabla 29
Acciones del proyecto

ETAPA DE CONSTRUCCIÓN	ETAPA DE EJECUCIÓN
Contratación mano de obra	Contratación del personal
Instalación del campamento	Servicio de alojamiento
Limpieza del área y desbroce	Servicio de alimentación
Nivelación del suelo	Servicio de alquiler de equipos
Uso de maquinaria	Servicio de parqueadero
Cimentación	Servicio de espacios verdes
Levantamiento de columnas	Servicio de alquiler de bicicletas
Construcción de losa	Mantenimiento de senderos
Construcción de refugio	Generación de residuos
Construcción de Bodega deportiva	Consumo de energía eléctrica
Construcción de áreas verdes	Consumo de agua potable
Limpieza del área	

5.2. Factores ambientales

Tabla 30
Factores Ambientales

Biofísico	Agua
	Suelo
	Atmósfera
Biótico	Flora
	Fauna
	Paisaje
	Ambiente
Cultura	Calidad de vida
Económico	Refugio

5.2.1. Identificación de los impactos ambientales

Figura 65
Identificación de Impactos

ACTIVIDADES		IMPACTO AMBIENTAL	FASE DE CONSTRUCCIÓN											FASE DE EJECUCIÓN														
			Contratación mano de obra	Levantamiento del campamen	Desbroce del terreno	Nivelar terreno	Perfilar la tierra con maquinaria	Cimentación	Levantamiento de columnas	Construcción de paredes y pis	Colocación de techos y vigas	Construcción de Bodega depo	Construcción de áreas verdes	Levantamiento de escombros	SUMA DE POSITIVOS	SUMA DE NEGATIVOS	Contratación del personal	Alojamiento	Bar - Restaurante	Alquiler de equipos	Parqueadero	Seneros y área de camping	Servicio de bicicletas	Jardinería	Residuos solidos y liquidos	Luz eléctrica	Agua potable	SUMA DE POSITIVOS
Medio abiótico	Agua	Contaminación del agua	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	5
	Suelo	Desertización del suelo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	2
		El deterioro físico, químico y biológico del suelo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	3
	Atmósfera	Contaminantes gaseosos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	2
Partículas en suspensión		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	3	
Medio biótico	Flora	Perdida de la cubierta vegetal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	2
		Degradación de tierras secas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	2
	Fauna	Alteración del habita de especies	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	2
		Cambios de hábitat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	5
	Paisaje	Alteración del paisaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	6
		Contaminación odorífera	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	4
Medio socio - cultural	Calidad de vida	Diversificación de las actividades económicas	+										1	0	+	+	+	+			+						5	0
		Involucramiento de la comunidad	+										1	0	+	+	+	+	+	+	+	+	+				8	0
		Desarrollo Local	+										1	0	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	+	+	10	1
Económico	Refugio	Creación de plazas de trabajo											1	0	+	+	+	+	+	+	+	+	+				7	0
		Beneficiarse de productos locales											0	0			+	+	+								3	0
		Encarecer de los atractivos locales											0	0			+	+	+	+	+	+	+	-			7	1
TOTAL		Suma de positivos	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4	6	6	6	4	3	5	4	0	1	1	40	39	
		Suma de negativos	0	9	9	10	9	8	3	4	9	7	6	9	0	0	5	4	0	10	6	4	2	7	0	0	38	

5.3. Definición Método EIA

5.3.1. Matriz de Leopold

Gómez (2017) menciona que:

La matriz de Leopold es un cuadro de doble entrada de relación causa-efecto empleado en la evaluación del impacto ambiental. Esta matriz sistematiza la relación entre las acciones a implementar en la ejecución de un proyecto y su posible efecto en factores ambientales (p.1).

Al ser un método sencillo para la evaluación es aplicable a la gran mayoría de proyectos, dentro de sus tablas se incluye la magnitud del impacto como la importancia asignado a cada impacto. Además, permite tener de forma esquemática las acciones y la valoración de los efectos.

5.4. Valoración de los impactos ambientales

Tabla 31
Valoración magnitud e importancia

MAGNITUD			
POSITIVO		NEGATIVO	
1	Local	-1	Local
2	Parcial	-2	Parcial
3	Total	-3	Total

VALOR DE IMPORTANCIA	
1	Bajo
2	Medio
3	Alto

5.5. Aplicación de la matriz de Leopold y valoración de impactos ambientales

Figura 66

Aplicación matriz de Leopold

ACTIVIDADES		IMPACTO AMBIENTAL	FASE DE CONSTRUCCIÓN											FASE DE EJECUCIÓN							IMPACTOS POSITIVOS	IMPACTOS NEGATIVOS	AFECTACIÓN TOTAL						
			Contratación mano de obra	Levantamiento del campamento	Desbroce del terreno	Nivelar terreno	Perfilar la tierra con maquinaria	Cimentación	Levantamiento de columnas	Construcción de paredes y pisos	Colocación de techos y vigas	Construcción de Bodega deportiva	Construcción de áreas verdes	Levantamiento de escombros	Contratación del personal	Alojamiento	Bar - Restaurante	Alquiler de equipos	Parqueadero	Senos y área de camping				Servicio de bicicletas	Jardinería	Residuos sólidos y líquidos	Luz eléctrica	Agua potable	
Medio abiótico	Agua	Contaminación del agua	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	0	11	11	
	Suelo	Desertización del suelo	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	8	8
		El deterioro físico, químico y biológico del suelo	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	12	12
	Atmósfera	Contaminantes gaseosos	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	0	5	5
Partículas en suspensión		-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	0	11	11	
Medio biótico	Flora	Perdida de la cubierta vegetal	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	10	10
		Degradación de tierras secas	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	8	8
	Fauna	Alteración del hábitat de especies	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	13	13
		Cambios de hábitat	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	16	16
	Paisaje	Alteración del paisaje	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	16	16
	Ambiente	Contaminación odorífera	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	0	9	9
Medio socio-cultural	Calidad de vida	Diversificación de las actividades económicas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6	0	6
		Involucramiento de la comunidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	0	9
		Desarrollo Local	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	2	12
Económico	Refugio	Creación de plazas de trabajo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0	8
		Beneficiarse de productos locales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	0	3
		Encarecer de los atractivos locales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	1	8

5.6. Aplicación de la matriz de interacción cromática

Figura 67

Aplicación matriz interacción cromática

ACTIVIDADES		IMPACTO AMBIENTAL	FASE DE CONSTRUCCIÓN												FASE DE EJECUCIÓN																			
			Contratación mano de obra	Levantamiento del campamento	Desbroce del terreno	Nivelar terreno	Perfilar la tierra con maquinaria	Cimentación	Levantamiento de columnas	Construcción de paredes y pisos	Colocación de techos y vigas	Construcción de Bodega deportiva	Construcción de áreas verdes	Levantamiento de escombros	SUMA DE POSITIVOS	SUMA DE NEGATIVOS	SUMATORIA TOTAL	Contratación del personal	Alojamiento	Bar - Restaurante	Alquiler de equipos	Parqueadero	Seneros y área de camping	Servicio de bicicletas	Jardinería	Residuos sólidos y líquidos	Luz eléctrica	Agua potable	SUMA DE POSITIVOS	SUMA DE NEGATIVOS	TOTAL DE INTERACCIONES			
Medio abiótico	Agua	Contaminación del agua	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-24	-24	-24	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-20	-20	
	Suelo	Desertización del suelo	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-18	-18	-18	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-4	-4	
		El deterioro físico, químico y biológico del suelo	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-27	-27	-27	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-7	-7	
Medio biótico	Atmósfera	Contaminantes gaseosos			-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-6	-6	-6																	-6	-6	
		Partículas en suspensión	-2	-4	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-6	-38	-38	-38	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-6	-6	
	Flora	Perdida de la cubierta vegetal	-1	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-22	-22	-22																	-4	-4
Medio biótico	Fauna	Degradación de tierras secas			-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-18	-18	-18																		-4	-4
		Alteración del hábitat de especies	-2	-2	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-31	-31	-31	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-7	-7	
	Paisaje	Cambios de hábitat	-2	-2	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-22	-22	-22	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-9	-9	
	Alteración del paisaje	-1	-2	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-3	-22	-22	-22	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-10	-10		
	Ambiente	Contaminación odorífera	-2	-2	-2	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-14	-14	-14	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-2	-10	-10	
Medio socio-cultural	Calidad de vida	Diversificación de las actividades económicas	3										3	-	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18	18	
		Involucramiento de la comunidad	3											3	-	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	21	21
		Desarrollo Local	3											3	-	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	33
Económico	Refugio	Creación de plazas de trabajo	3										3	-	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	21	21	
		Beneficiarse de productos locales												-	-	-																	15	15
		Encarecer de los atractivos locales												-	-	-																	15	15

Representación cromática

Severidad del Impacto	Escala	Coloración
Leve	0 -10	
Moderado	11-20	
Severo	21 - 30	
Crítico	31 - 50	
Positivo	0 -100	

5.7. Jerarquización de los impactos ambientales

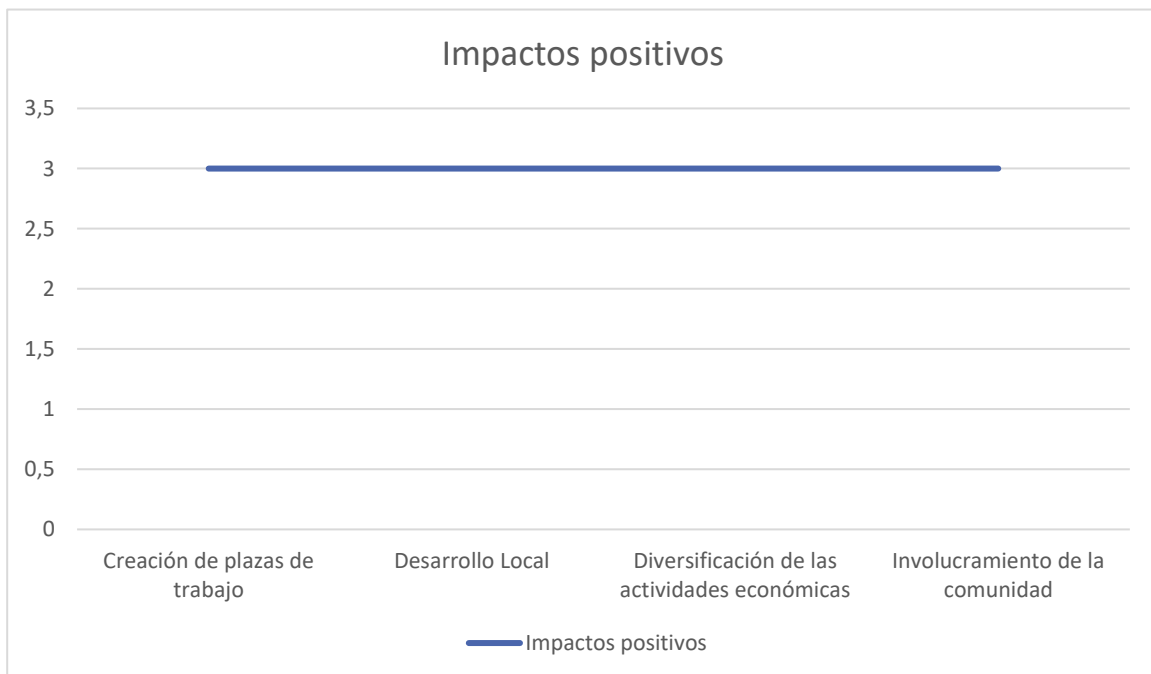
Fase de construcción

Impactos positivos

Tabla 32

Jerarquización de impactos positivos construcción

	Impacto ambiental	Jerarquización
Económico	Creación de plazas de trabajo	3IA
Calidad de vida	Desarrollo local	3IA
Calidad de vida	Diversificación de las actividades económicas	3IA
Calidad de vida	Involucramiento de la comunidad	3IA

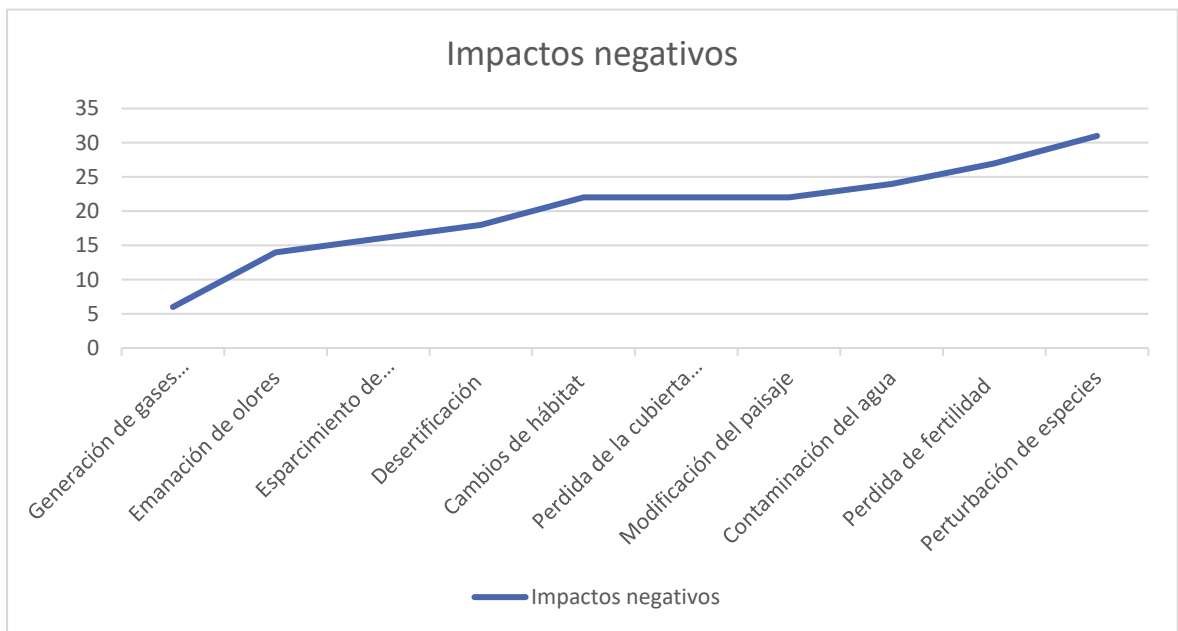


Impactos negativos

Tabla 33

Jerarquización de impactos negativos construcción

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Atmósfera	Contaminantes gaseosos	-6IA
Ambiente	Contaminación odorífera	-14IA
Suelo	Desertización del suelo	-18 IA
Flora	Degradación de tierras secas	-18IA
Fauna	Cambios de hábitat	-22IA
Suelo	Perdida de la cubierta vegetal	-22IA
Paisaje	Alteración del paisaje	-22IA
Agua	Contaminación del agua	-24IA
Suelo	El deterioro físico, químico y biológico del suelo	-27A
Fauna	Alteración del habita de especies	-31IA



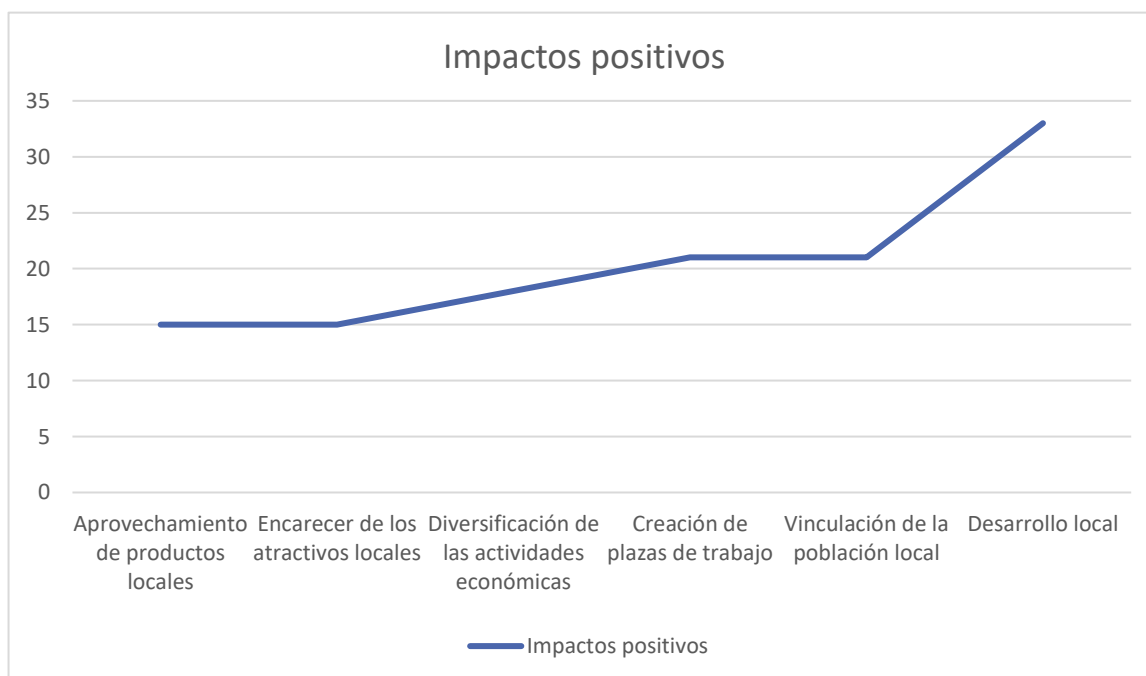
Fase de ejecución

Impactos positivos

Tabla 34

Jerarquización Impactos positivos ejecución

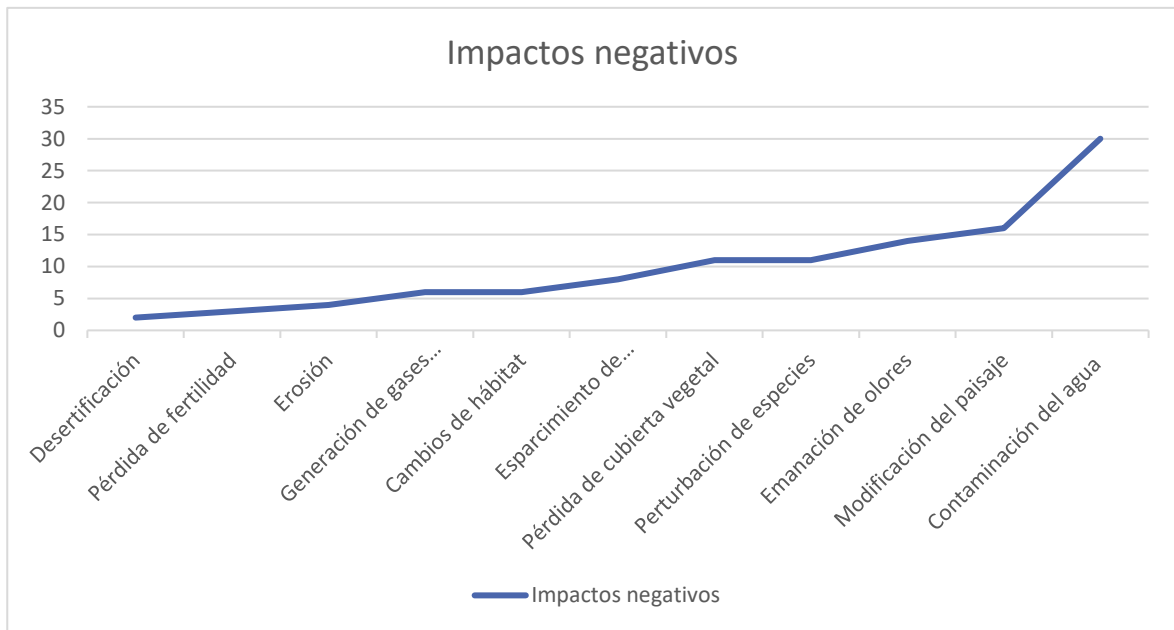
Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Económico	Beneficiarse de productos locales	15IA
Económico	Encarecer de los atractivos locales	15IA
Calidad de vida	Diversificación de las actividades económicas	18IA
Económico	Creación de plazas de trabajo	21IA
Calidad de vida	Involucramiento de la comunidad	21A
Calidad de vida	Desarrollo Local	33IA



Impactos negativos

Tabla 35
Jerarquización Impactos negativos ejecución

Factor ambiental	Impacto ambiental	Jerarquización
Flora	Degradación de tierras secas	-4IA
	Perdida de la cubierta vegetal	-4IA
Suelo	Desertización del suelo	-4IA
Suelo	Erosión	-4IA
Atmósfera	Partículas en suspensión	-6IA
	Contaminantes gaseosos	-6IA
Fauna	Alteración del habita de especies	-7IA
Suelo	El deterioro físico, químico y biológico del suelo	-7IA
Fauna	Cambios de hábitat	-9IA
Paisaje	Alteración del paisaje	-10IA
Atmosfera	Contaminación odorífera	-10IA
Agua	Contaminación del agua	-20IA



5.8. Plan de Manejo Ambiental

Tabla 36
PMA

IMPACTO AMBIENTAL	MEDIDAS DE PREVENCIÓN	MEDIDAS DE MITIGACIÓN	RESPONSABLE	TIEMPO	PRESUPUESTO
Perturbación de especies	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar un inventario forestal y faunístico ✓ Implementar un sistema de cercado ✓ Utilización de repelentes olfatorios ✓ Evitar las actividades ruidosas en periodos de cría o anidamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rescate y relocalización de fauna. ✓ Utilización de sistemas antinidos o aisladores verticales colgantes. 	Ingeniero Ambiental	Durante la fase de construcción (6 meses)	\$3000
Contaminación del agua	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Colocación de trampas de grasas en el área de alimentación. ✓ Evitar descargas de químicos y el uso de productos agresivos. ✓ Reducción del uso de aceites ✓ Evitar el consumo de plástico 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tratamiento de aguas residuales 	Administrador	Durante la fase de operación	
Perdida de fertilidad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Previo análisis del suelo ✓ Uso de materia orgánica para aportar nutrientes ✓ Guardar la capa superior del suelo para luego ser devuelta. ✓ Uso de barreras para evitarla escorrentía 		Ingeniero Ambiental	Durante la fase de construcción (6 meses)	\$3000
Perdida de la cubierta vegetal	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar circuitos durante la etapa de construcción. 		Ingeniero Ambiental	Durante la fase de	\$3000


Cambios de hábitat	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar un inventario forestal y faunístico ✓ Implementación de señalética 		Ingeniero Ambiental	construcción (6 meses) Durante la fase de construcción (6 meses)	\$3000
Desertificación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Preservar las cubiertas vegetales 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aportar nutrientes al suelo ✓ Reforestación de especies 	Ingeniero Ambiental	Durante la fase de construcción (6 meses)	\$3000
Erosión	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Agregar mantillo o material fino ✓ Construcción de muros de contención 		Ingeniero Ambiental	Durante la fase de construcción (6 meses)	\$3000
Emanación de olores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilización de Microdor para desintegrar los olores del área de alimentos 		Administrador	Durante la fase de operación	
Esparcimiento de partículas de polvo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ubicar la carga de materiales en zonas protegidas del viento ✓ Cubrir con lona los materiales ✓ Almacenar las materias en espacios cerrados 		Contratista	Durante la fase de construcción (6 meses)	\$3600
Modificación del paisaje	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Implementar una vista 3D ✓ Controlar la construcción 		Arquitecto	Durante el diseño	\$1500

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO FINANCIERO


6.1. Balance de situación inicial

El Refugio *Hatun Urcu* a través del estudio financiero destinara para el inicio de sus actividades una inversión total de \$101.306.00 dólares americanos correspondiente a los activos, los mismos que se dividen en \$22.096,75 para activos circulantes, y \$79.209,00 para activos fijos entendiendo los requerimientos necesarios para el funcionamiento es decir, terreno, construcción, equipos de computación, mobiliario y equipos, equipos deportivos, suministros de oficina e insumos de limpieza y aseo, como pasivo se calcula un total de \$68.006 los mismos que pertenecen al crédito financiero que será concedido por BanEcuador con interés del 10.21% a 60 meses plazo, la cuota mensual es de \$1473.19 y por otra parte, el capital asciende a \$33.300,00 desglosando \$20.000,00 para el capital social y \$13.300,00 los bienes inmuebles.

 HATUN URCU		
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2021		
ACTIVO		PASIVO
Activo Circulante		Pasivo Circulante
Caja	\$2.097	Total Pasivo Circulante
Bancos	\$20.000	
Total Activo Circulante	\$22.096,75	Pasivo a Largo Plazo
Activo Fijo		Préstamo con Ban Ecuador
Terreno	\$13.300	\$68.006
Contrucción	\$31.000	Total Pasivo Circulante
Equipos de computación	\$1.275	\$68.006
Mobiliario y equipo	\$14.300	
Equipos deportivos	\$18.763,80	SUMA DEL PASIVO
Insumos de limpieza y aseo	\$514,16	\$68.006
Suministros de oficina	\$56,00	67,13%
Total Activo Fijo	\$79.209	
Activo diferido		PATRIMONIO
Total Activo Diferido		Capital Social
		\$20.000
		Bienes Inmuebles
		\$13.300
SUMA DEL ACTIVO	\$101.306	Total Capital contable
		\$33.300
		SUMA DEL CAPITAL CONTABLE
		\$33.300
		32,87%
		SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO
		\$101.306
ACTIVOS	=	PASIVOS + PATRIMONIO
		100%

6.2. Tabla de amortización

El capital financiado asciende a 69.000,00 los mismos que serán obtenidos a través de un crédito con la entidad financiera Ban Ecuador a un plazo de 60 meses y un interés del 10,21% cancelando cuotas mensuales de \$1.473,19

 BanEcuador	
Plazo	60
Monto	69.000
Tasa anual	10,21%
Tasa mensual	0,85%
Pago mensual	\$1.473,19

6.3. Costo de capital

En el presente proyecto el costo de capital de la empresa es de 8,92% el mismo que se deriva de la inversión de \$101.306,00 donde el 33% corresponde a capital propio, es decir, \$33.300,00 a un interés del 6,28 % y el 67% el financiamiento proveniente de BanEcuador, siendo \$68.006,00 a un interés del 10,21%.

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA	COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN	
INVERSIÓN	101306	100%		8,92%		8,92%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	33300	33%	6,28%	2,06%		
FINANCIAMIENTO	68006	67%	10,21%	6,85%		

6.4. Plantilla Flujo Anual

Hatun Urcu tiene a la venta cuatro habitaciones compartidas con capacidad para cuatro personas y cuatro habitaciones independientes con capacidad para dos personas cada una que durante los primeros meses están contempladas a ser ocupadas en un 20% aumentando paulatinamente un 5%, además en los meses de junio y julio denominada temporada alta para ascender al Cayambe se calcula la ocupación del 40%. Las habitaciones compartidas tienen un valor de \$25,00 dólares por persona y las habitaciones independientes \$30,00.

Además, el refugio en su área de cafetería ofrece desayunos a un precio de \$4,00, almuerzos a \$4,50 y cenas \$5,00. Como actividades complementarias al refugio se puede rentar bicicletas por \$20,00 dólares el día, además de equipos de escalada y alta montaña por un valor de \$30,00 dólares.

Dentro de los egresos se observa que del valor de ingresos por habitaciones el costo de producción es el 30%, para el tema de alimentación es 65%, el alquiler de bicicletas el 52%, y dentro de los equipos de escala y montaña esta entre el 23%, por otra parte se detalla el pago de permisos anuales que tiene un valor de \$776,05 que será desembolsado en el mes de enero para el inicio de actividades y en diciembre el pago del 1x1000 en relación al pago de servicios básicos se estima un total de \$322,00 mensualmente en lo cual se detalla, luz eléctrica, agua potable, internet y telefonía. Para la seguridad se desembolsará \$60.00 mensuales, además en servicio de transporte se pretende cancelar \$200, 00, y por último en relación a marketing y publicidad se realizará un desembolso mensual de \$960,00 desde el inicio de la actividad para lograr alcanzar las ventas pronosticadas. Con respecto al pago del equipo de trabajo se desembolsará \$1600,00 contando con 5 trabajadores, además el pago correspondiente del décimo tercero y cuarto siendo un total de \$3.200,00, por otra parte, el pago al IESS que asciende a un valor de \$178,40 mensuales.

Como último gasto se puede observar el pago de la cuota mensual del préstamo de \$1.473,19. En conclusión el flujo anual muestra que los ingresos anualmente pueden alcanzar los \$153.600,00 dólares y egresos de \$124.851,08 asumiendo que se tendrá una ganancia diferente con respecto a los meses.

Figura 68
Flujo anual



HATUN URCU

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1

INGRESOS	Precio unid a la venta		mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL	
			20%	25%	25%	20%	20%	40%	40%	30%	20%	20%	20%	40%		
Habitación compartida (16)	25	480	2400	3000	3000	2400	2400	4800	4800	3600	2400	2400	2400	4800	38400	
Habitación independiente (4)	30	120	720	900	900	720	720	1440	1440	1080	720	720	720	1440	11520	
Desayunos	4	100	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800	
Almuerzos	4,5	120	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	6480	
Cenas	5	100	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000	
Alquiler de bicicletas (15)	20	450	1800	2250	2250	1800	1800	3600	3600	2700	1800	1800	1800	3600	28800	
Equipos de escalada (10)	30	300	1800	2250	2250	1800	1800	3600	3600	2700	1800	1800	1800	3600	28800	
Equipos de alta montaña (10)	30	300	1800	2250	2250	1800	1800	3600	3600	2700	1800	1800	1800	3600	28800	
TOTAL INGRESOS			9960	12090	12090	9960	9960	18480	18480	14220	9960	9960	9960	18480	153600	
EGRESOS																
Habitación compartida + desayuno (15)			720	900	900	720	720	1440	1440	1080	720	720	720	1440	11520	
Habitación independiente + desayuno (9)			216	270	270	216	216	432	432	324	216	216	216	432	3456	
Desayunos			260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	3120	
Almuerzos			351	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351	351	4212	
Cenas			325	325	325	325	325	325	325	325	325	325	325	325	3900	
Alquiler de bicicletas			936	1170	1170	936	936	1872	1872	1404	936	936	936	1872	14976	
Equipos de escalada			396	495	495	396	396	792	792	594	396	396	396	792	6336	
Equipos de alta montaña			414	517,5	517,5	414	414	828	828	621	414	414	414	828	6624	
Permisos			688,05	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	768,05	
Publicidad			960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	11520	
Servicio de Seguridad			60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720	
Servicio de Transporte			200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400	
Servicios Básicos			322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	322	3864	
Pago personal			1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	19200	
Pago IESS			178,4	178,4	178,4	178,4	178,4	178,4	178,4	178,4	178,4	178,4	178,4	178,4	2140,8	
Décimo tercero y décimo cuarto										1600				1600	3200	
Impuestos			597,6	725,4	725,4	597,6	597,6	1108,8	1108,8	853,2	597,6	597,6	597,6	1108,8	9216	
Pago de prestamo			\$1.473,19	\$1.473,19	\$1.473,19	\$1.473,19	\$1.473,19	\$1.473,19	\$1.473,19	\$1.473,19	\$1.473,19	\$1.473,19	\$1.473,19	\$1.473,19	17678,23	
TOTAL EGRESOS			9697,24	9807,49	9807,49	9009,19	9009,19	12202,39	12202,39	12205,79	9009,19	9009,19	9009,19	13882,39	124851,08	
FLUJO DE CAJA			262,76	2282,51	2282,51	950,81	950,81	6277,61	6277,61	2014,21	950,81	950,81	950,81	4597,61		
FLUJO ACUMULADO			262,76	2545,28	4827,79	5778,61	6729,42	13007,03	19284,65	21298,86	22249,68	23200,49	24151,30	28748,92	28748,92	
Costo Alquiler Bicicletas			2,579	%Costo de al 2,42055556		5	100%									
Depreciación			0,36	Depreciación 0,36666667			52%									
Mantenimiento			1,775													
Parches para llantas			0,9													
Limpieza			0,75													
Alineamiento			0,1													
Aceitada			0,025													
Costo Salarios			0,444													
Responsable de alquiler			0,444													
Costo Alquiler Equipos de Escalada			3,291	%Costo de al 11,7090972		15	100%									
Depreciación			0,346	Depreciación 0,34645833			22%									
Mantenimiento			2,5													
Verificación manual técnica			10													
Limpieza			0,6													
Costo Salarios			0,444													
Responsable de alquiler			0,444													
Costo Alquiler Equipos de Montaña			3,413	%Costo de al 11,5870139		15	100%									
Depreciación			0,469	Depreciación 0,46854167			23%									
Mantenimiento			2,5													
Verificación manual técnica			10													
Limpieza			0,6													
Costo Salarios			0,444													
Responsable de alquiler			0,444													

6.5. Flujo proyectado 5 años

Hatun Urcu en el primer año obtiene un total de \$153.600,00 en ingresos y \$124.851,08 de egresos dando como resultado un flujo de caja de \$28.748,92 y alcanzando el monto de inversión en el cuarto año.

Figura 69
Flujo proyectado 5 años

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Ingresos	153600	159744	166133,76	172779,11	179690,275	
Egresos	124851,08	129845,1244	135038,929	140440,487	146058,106	
Flujo de caja	28748,92	29898,87561	31094,831	32338,624	33632,169	
DATOS PARA LA TIR	-101305,71	28748,9189	29898,87561	31094,8306	32338,6239	33632,1688

6.8. Valor Actual Neto

Figura 70
Valor Actual Neto

Incremento anual	4%
Costo de capital	8,92%
Inversión	101305,71
VAN	19276,68
TIR	15,79%

Dentro del proyecto luego de medir los flujos de ingresos y egresos y descontar la inversión inicial el valor actual neto asciende a 19.276,68 evidenciando la viabilidad del proyecto.

6.6. Tasa Interna de Retorno

Figura 71
Tasa Interna de Retorno

Incremento anual	4%
Costo de capital	8,92%
Inversión	101305,71
VAN	19276,68
TIR	15,79%

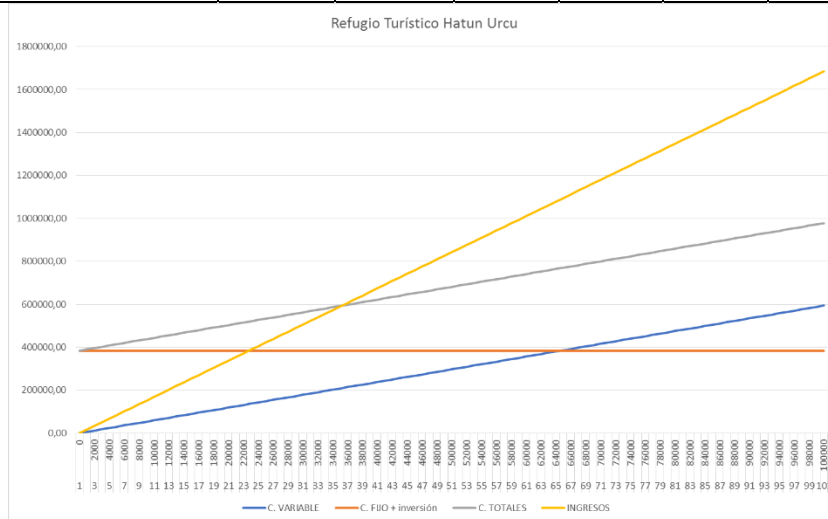
El proyecto refleja una tasa interna de retorno del 15.79 % anual, lo que determina que inversión inicial se recuperará y además exteriorizará un margen de ganancias, demostrando la rentabilidad del proyecto.

6.7. Punto de equilibrio

Hatun Urcu consigue al cuarto año con un monto de \$154.694,09 el punto de equilibrio por lo tanto; se debe alcanzar la venta total de unidades anualmente de un total de 36.480 unidades teniendo como precio ponderado \$16,84 y un costo promedio ponderado de \$5,94. Por otra parte el margen de contribución ponderado de cada producto es de \$10,91 lo que le permite obtener el punto de equilibrio en unidades al vender 35.225 que representan un valor por ingresos de \$593.257.00.

Figura 72
Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO MULTIPRODUCTO								
AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO 4								
	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	6.144	1.536	4.800	5.760	4.800	5.760	3.840	3.840
TOTAL UNIDADES	36.480							
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	16,84%	4,21%	13,16%	15,79%	13,16%	15,79%	10,53%	10,53%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$25	\$30	\$4,0	\$4,5	\$5,0	\$ 20,00	\$ 30,00	\$30
COSTO VENTA UNITARIO	\$7,50	\$9,00	\$2,60	\$2,93	\$3,25	\$10,40	\$6,60	\$6,90
PRECIO PROMEDIO PONDERADO	\$16,84							
COSTO PROMEDIO PONDERADO	\$5,94							
COSTO FIJO DEL PERÍODO	\$282.828							
INVERSIÓN	\$101.306							
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$17,50	\$21,00	\$1,40	\$1,58	\$1,75	\$9,60	\$23,40	\$23,10
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO	\$10,91							
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	35.225							
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS	\$593.257							
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	5.933	1.483	4.635	5.562	4.635	5.562	3.708	3.708
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / DOLARES	\$148.314	\$44.494	\$18.539	\$25.028	\$23.174	\$111.236	\$111.236	\$111.236



7. Conclusiones

- El refugio turístico será implementado en la Comunidad de la Chimba, Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha, Ecuador y se basa en la implementación de un refugio de aventura con disposición de equipos deportivos, que fomente la activación del turismo de aventura por medio de los escenarios naturales de la zona de la Chimba, lugar donde se han desarrollado varios deportes como cicloturismo, escalada, trekking, trail running, rappel, slackline y práctica de alta montaña.
- Se Identificaron aspectos históricos, geográficos y socioeconómicos del sector a través de un diagnóstico situacional.
- Se determinó la posible demanda potencial para el refugio por medio del estudio de mercado obteniendo el perfil del turista y sus preferencias del servicio.
- Se estableció el modelo organizativo, funcional y de gestión con el que el proyecto llevará a cabo sus actividades a través de un estudio técnico administrativo.
- Se identificaron los impactos naturales, sociales y económicos que genera el proyecto fortaleciendo la conservación de recursos por medio de un estudio ambiental y la aplicación de medidas mitigadoras o correctivas.
- Y por último se determinó mediante estudio económico y financiero la rentabilidad del proyecto y la proyección anual de ventas a fin de asegurar la permanencia en el tiempo y su rentabilidad.

8. Recomendaciones

- La situación macroeconómica del país muestra un escenario no tan favorable para una inversión de gran capital y desencadena una serie de adversidades que en la actualidad afectan a los proyectos de emprendimientos, no obstante, la política pública es la fundamental herramienta para la reactivación económica y el desarrollo de las comunidades con proyectos en zonas rurales y demás negocios locales.
- Se recomienda la participación directa de la comunidad de la Chimba para que la ejecución del proyecto sea de lo más próspera, analizando sobre todo la calidad en cuanto al servicio ofrecido y la consolidación de ideas y acuerdos para una buena convivencia entre la administración del establecimiento y la localidad.
- La implementación del Refugio turístico Hatun Urcu tiene como misión mejorar el desarrollo económico del sector de la Chimba, por lo que se recomienda la organización y gestión compartida con las autoridades estatales para la mejora de las condiciones de accesibilidad, así como la mejora de servicios y apoyo a emprendimientos del lugar.
- Por último, se recomienda la innovación y la mejora continua como un hábito empresarial, el alcance de los objetivos planteados y la alianza estratégica con los sectores involucrados para una mejora de la calidad en los servicios y mejora de la rentabilidad tanto del giro del negocio como de la comunidad aledaña.

9. Bibliografía

- Andrade, S. (2016). *Diccionario de Finanzas, Economía y Contabilidad*. Lima. Obtenido de <http://www.bibvirtual.ucb.edu.bo/opac/Record/236631/Details>
- Bedregal, P., Besoain, C., Reinoso, A., & Zubarew, T. (2017). *La investigación cualitativa: un aporte para mejorar los servicios de salud*. Chile: FONIS. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rmc/v145n3/art12.pdf>
- Cebrían, S. R. (2016). *Nociones fundamentales para entender el papel y la importancia de la economía en la vida social. Y parámetros con los que mejor diagnosticar la situación económica*. Madrid. Obtenido de http://espacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:500542/n1.2_Conceptos_e_indicadores_de_la_economia.pdf
- Constitución, E. (2008). *Constitución del Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador: Tribunal Supremo Electoral.
- Deporte, L. d. (2015). *Ley del Deporte*. Quito, Pichincha, Ecuador: Tribunal Supremo Electoral. Obtenido de <https://www.deporte.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/Ley-del-Deporte.pdf>
- Ecuador, M. d. (2014). *LEY DE TURISMO*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- FEDME. (2015). *¿Qué es el alpinismo?* España. Obtenido de <http://www.fedme.es/index.php?mmod=staticConte>
- FEDME. (2015). *¿Qué es la escalada?* España. Obtenido de <http://www.fedme.es/index.php?mmod=staticContent&IDf=148>
- García, I., & Solano, C. (2021). *8 definiciones para entender qué es el turismo*. México: Entorno Turístico. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/8-definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/>
- GRN. (2018). *Impacto Ambiental*. Chilee. Obtenido de <https://www.grn.cl/impacto-ambiental.html>

- Kotler , P., & Keller, K. (2016). *Dirección de marketing*. México: Pearson. Obtenido de https://www.academia.edu/42883847/Direccion_en_Marketing_Kotler_y_Keller20200428_5005_17yjdmy
- Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Martínez, V. (2017). *EL TURISMO DE NATURALEZA: UN PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE*. España. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/320882633_El_turismo_de_naturaleza_un_producto_turistico_sostenible
- MINTUR. (2019). *Plan Nacional de Turismo 2030*. Quito.
- MINTUR. (2021). *INICIA LA IDENTIFICACIÓN DE LA GASTRONOMÍA EMBLEMÁTICA DE LOS PUEBLOS MÁGICOS DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/inicia-la-identificacion-de-la-gastronomia-emblematica-de-los-pueblos-magicos-del-ecuador/>
- MITUR. (2015). *Reglamento General a la ley de Turismo*. Quito. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Navarro, D. (2015). *Universidad del Aconcagua, Argentina*. Obtenido de RECURSOS TURÍSTICOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS: CONCEPTUALIZACIÓN , CLASIFICACIÓN Y VALORACIÓN: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>
- Navas, A. (2016). *LA PLANTA TURÍSTICA DE ALOJAMIENTO EN ENTORNOS ECOLÓGICOS Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUÍA PASA, CANTÓN AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA*. Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/23290/1/TESIS-ANDREA%20NAVAS..pdf>
- Neill, D., & Cortez, L. (2017). *Procesos y Fundamentos de la investigación científica*. Machala: UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>

- OMT. (2019). *Definiciones de Turismo*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Perú, S. (2015). *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social*. Lima: Ministerio de Economía y Finanzas. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/capacita/2015/sector/turismo.pdf
- Ramírez, K. (2016). *Semana de Capacitación sobre técnicas cuantitativas para el análisis de opciones de políticas públicas frente al cambio climático*. Bogotá. Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/courses/files/kr_1_acb_energias_renovables.pdf
- Scholz, G. (2015). *Concepto del cicloturismo en Friedrichshafen, Alemania*. Segovia. Obtenido de <http://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/13004/TFG-N.215.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Senplades. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Quito.
- Vásquez , A., Matus, A., Cetina, V., Sangerman , D., Rendón , G., & Caamal, I. (2017). *Análisis de rentabilidad de una empresa integradora de aprovechamiento de madera de pino*. México: Revista mexicana de ciencias agrícolas.

10. Anexos










1. Reporte *Urkund*



Document Information

Analyzed document	Implementación de un Refugio Turístico que fomente la práctica de deportes de aventura (1).docx (D112881642)
Submitted	9/19/2021 12:47:00 AM
Submitted by	
Submitter email	nromeroo@utn.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	fecruzg.utn@analysis.urkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Estudio de factibilidad Sacha Yura Lodge.docx Document Estudio de factibilidad Sacha Yura Lodge.docx (D82470164) Submitted by: tjgarcesm@utn.edu.ec Receiver: vgruiz.utn@analysis.urkund.com	 16
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / TESIS ANDES TOURS 2021_ Imbaquingo Paola, Nepas Maritza.docx Document TESIS ANDES TOURS 2021_ Imbaquingo Paola, Nepas Maritza.docx (D112506059) Submitted by: mmnepast@utn.edu.ec Receiver: fecruzg.utn@analysis.urkund.com	 5
W	URL: http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/11034/2/02%20TUR%20184%20TRABAJO%20GRADO.pdf Fetched: 5/29/2021 5:02:43 AM	 1
W	URL: https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2591/1/T-UIDE-1855.pdf Fetched: 3/14/2020 5:54:07 AM	 1
SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO. CAMPAMENTO TURÍSTICO LA FLORIDA.docx Document PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO. CAMPAMENTO TURÍSTICO LA FLORIDA.docx (D112596802) Submitted by: amlarar@utn.edu.ec Receiver: fecruzg.utn@analysis.urkund.com	 1
W	URL: http://www.fedme.es/index.php?mmod=staticContent&IDf=148Garc Fetched: 9/19/2021 12:48:00 AM	 1
W	URL: https://docplayer.es/57998938-Universidad-central-del-ecuador-facultad-de-ciencias-agricolas-carrera-de-turismo-ecologico.html Fetched: 5/11/2020 6:06:47 AM	 1
W	URL: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13368/1/45509_1.pdf Fetched: 1/18/2021 1:02:33 AM	 1
W	URL: http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/11035/8/02%20TUR%20185%20TRABAJO%20GRADO.pdf Fetched: 9/17/2021 4:32:33 AM	 5

2. Ruta del Arenal

Modalidad:

MTB/Trekking/Trail Running

Muy buenos días con todos, espero estemos con toda la energía el día de hoy ya que será un momento de aventura, aprendizaje y salida de nuestra zona de confort que no podrán olvidar. Mi nombre es _____ y seré su guía el día de hoy en el trayecto hacia el arenal. Como habíamos solicitado es necesario contar con todos los implementos que nos facilitarán mucho trabajo y nos brindará seguridad en la práctica. Es indispensable que desde un principio se utilicen ya los EPI, Equipos de Protección Individual, como es el arnés, casco, bloqueadores O Descensores, linternas y nuestra indumentaria para el clima frío característico de los andes.

Para todo esto en primera instancia trabajaremos con un guía adicional para el control de todo el grupo; debemos tomar en cuenta ciertas medidas de seguridad que tendremos en el transcurso de la ruta y esta constará de 3 paradas para una retroalimentación e interpretación de la fauna y flora que veremos. Una vez en el sitio podremos recorrer por la trinchera principal que en ocasiones despega el ganado bravo hacia la parte inferior en los pastizales. Observaremos en Coloso del Nevado Cayambe y si la nubosidad no es moderada veremos más volcanes como el Taita Imbabura, Mama Cotacachi, Cubilche, Mojanda, Yanahurco de Piñan, entre otros de la parte centro norte.

Al estar a los 4100 msnm se presentará la típica flora de páramo que cotidianamente se menciona a la flor del andinista o flor de los Andes, la *Chuquirahua* o *Chuquiragua* que pertenecen al género de las fanerógamas tienen algunas propiedades según la forma en que se la prepare.

Por ejemplo, sirve de forma diurética o sudorífera a manera de infusión, y de forma tópica es antiinflamatoria y cicatrizante, por lo que muchos deportistas afirman que es de mucha utilidad para el resguardo de un accidente o percance. La mayor parte de estas plantas se las puede ver a partir de los 3400 msnm y cumplen como

alimento para cierto tipo de especies. Cuando nos encontremos en la cima de la montaña y empecemos el descenso hacia el sector del arenal, utilizaremos las cordadas que asegurarán a todo el grupo por si existe riesgo de caída. Tomar en cuenta la partida e indicaciones claves que les mencionará el guía para mejorar la experiencia en el rappel guiado. Se concentrará también una estación para anclar a los turistas que han terminado el descenso. Al llegar al sitio podemos observar el inigualable nevado Cayambe, que desde la cara nororiental podemos admirar el gran tamaño en la formación de roca volcánica, así como parte del Glacial que forma una de las rutas directas para el ascenso a la cumbre en los 5790 msnm. Desde este punto también es posible divisar la laguna de San Marcos, que ahora por el proyecto de captación de agua ya posee una infraestructura que no permite ver con naturalidad la laguna. Finalmente haremos un poco de fotografía de paisaje y retornaremos al refugio dado por terminada la ruta de trekking en el arenal del Cayambe.}

Rutas Termales de Golondrinas

Modalidad:

MTB/Trekking

Buenos días con todos, en este momento nos encontramos en la base y punto de encuentro del refugio *Hatun Urcu*, para el día de hoy tenemos una ruta ya establecida en modalidad *Mountain Bike*, que sin duda será una gran aventura para todos nosotros ya que podremos divisar el paisaje, la flora y fauna representativa de los páramos andinos y la adrenalina que generará el descenso al retorno de las termales. Iniciaremos a una altura de 3500msnm en picada/subida, y estableceremos puntos de descanso y verificación de neumáticos y frenos respectivamente.

Al mismo tiempo nos concentraremos en especificar los puntos críticos de la ruta para evitar algún accidente; como objetivo principal tenemos llegar a las termales de Golondrinas, aguas que provienen de las entrañas candentes del nevado Cayambe, mismas que se encuentran a casi a los 35°C por lo que resulta ser un escenario perfecto para degustar de un baño súper caliente dentro de los fríos páramos.

De la misma forma será un confortable premio después de una ruta de subida de 35km. EL camino es de tercer orden (lastre y tierra) por lo que tenderemos unos mínimos y máximos que establecer para las personas que no tiene una experiencia suficiente en este tipo de ruta.

Al llegar a las termales fijaremos también la hora del lunch para estar más a gusto con la permanencia en estas piscinas naturales, conocer un poco más acerca del tipo de aves representativas de la zona como mirlos y rapaces, y de igual forma admirar el paisaje que nos brinda desde este punto. La conservación del recurso que nos queda por proteger y conservarlo en especial trato es el pajonal, que si bien es cierto es utilizado por las comunidades para mantener el hielo, como recurso en parteras y como aislante térmico en los hogares, este últimamente se ve afectado por la quema indiscriminada y que termina con todo un ecosistema que tarda años en tener un desarrollo óptimo.

La adecuación de las termales ha sido gestionada por el grupo de turismo de la comunidad de La Chimba, actores locales y la minga respectiva que hicieron posible el proyecto de tener unas piscinas naturales y con mayor protección.

La generación de residuos siendo este un atractivo natural y que está alejado de la zona rural con viviendas, se maneja por parte y responsabilidad autónoma de quienes hacen la visita a las termales, por lo que se debe tomar en cuenta la forma de manejar actividades como camping y estadía en la piscina de agua termal. Cabe recordar que la garantía de permanencia de los recursos que tenemos y podemos palpar y disfrutar hoy en día es responsabilidad nuestra, que como seres humanos hemos desarrollado ese efecto de práctica de deportes de aventura debemos tener la conciencia de que vivimos como un todo, una sola correlación entre el recurso, la montaña, pared de roca, risco, árboles e incluso suelo o terreno y que debemos llevar una armonía y conexión para que este no se pierda con el tiempo. Por eso la importancia del generar actividades recreativas con el turismo de aventura siempre y cuando exista esa educación ambiental y respeto a los atractivos que nos permiten llenar nuestro ego y satisfacción a través de un deporte o actividad.

Ruta Zanja Rumi

Modalidad:
Escalada Libre/ Boulder

Buen día con todos, Mi nombre es _____ y conjunto mi compañero seremos sus guías el día de hoy dentro de la ruta Zanja Rumi, una de las más conocidas rutas de escalada en varios niveles para quienes son amantes del escalda libre y en modalidad Boulder. Tendremos varias sugerencias en cuanto al tipo de roca presente en la ruta y sobre todo los atajos o mecánicas de facilidad para llegar a la cima de la roca. Esta cuenta con una altura de 32m y posee 3n total 3 rutas establecidas ya con parabolts que fijan la seguridad de las estaciones en cada una de ellas. La garantía de diversión es 100% segura ya que la adrenalina que forma en esta práctica de escalda se realiza cuando en la mitad de la ruta podrás divisar al Cayambe desde una perspectiva diferente, existen muchas caras que el coloso se muestra cuando se está ya sea en el pueblo, en la ruta del asfalto o incluso a 20m de altura desde una roca volcánica nativa de en la zona nororiental.

Las condiciones de la roca determinarán cuales rutas estarán habilitadas para el ascenso, y al mismo tiempo el *rappel* será realizado con un seguro auto guiado para evitar el fraccionamiento de la cuerda cuando este roce con la roca. Debemos tomar en cuenta también la importancia de llevar el casco de seguridad como pilar fundamental en la práctica; es responsabilidad propia si se ha tenido experiencia dentro de la escalada para tomar la decisión de portar o no el casco de montaña. Cuando se trate de experiencia en modalidad Boulder es imprescindible llevar por lo mínimo 4 cintas express adicionales para poder cumplir con la permanencia en todas las estaciones establecidas, y que son distintas las cantidades de estaciones que se toman en cuenta en la modalidad libre a la de Boulder por la cantidad de maniobras y cambios de posición. El guía responsable en la zona inferior es quien brindará seguridad por medio de un ID y un Gri Gri para mayor tracción al caer el escalador. De esta forma y al finalizar la práctica se brindará el siguiente box lunch nutritivo para una experiencia completa en las rutas deportivas de *Hatun Urcu*.

3. FICHA DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL DESTINO



Ministerio
de Turismo

FICHA DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL DESTINO

1.DESTINO	2. CLIMA	3. TEMPERATURA	4. PRECIPITACIÓN PLUVIMÉTRICA	5. ALTURA (msnm)	6. LATITUD	7. LONGITUD	8.DESTINOS CERCANOS		
Cayambe	lluvioso	2°C - 14°C	1 (800-820 mm)	42 00m.s.n.m	1, 33° N	W 78,555°	Volcán Cayambe Parque Cayambe- Coca		
9.BREVE DESCRIPCIÓN DEL DESTINO									
<p>La parroquia Olmedo es una de las cinco parroquias rurales del cantón Cayambe, ubicada al nororiente de la provincia de Pichincha, a 90 Km. al norte de la ciudad de Quito. Las comunidades campesinas del ámbito local se ubican bordeando el nevado Cayambe sobre el eje marcado por la antigua carretera Quito-Olmedo-Zuleta-Ibarra. El idioma es el español y el Kichwa que se habla en algunas comunidades indígenas del pueblo Kayambi. El cantón Cayambe históricamente pertenece a la formación de la cadena montañosa de los Andes que se formó al final de la era secundaria, a finales del cretácico tardío por el movimiento de subducción de la placa de Nazca debajo de la placa latinoamericana.</p>									
10. DATOS RELEVANTES									
SUPERFICIE	LÍMITES	POBLACIÓN	MUJERES	%	HOMBRES	%	POBLACIÓN ECONÓMICA MUY ACTIVA (PEA)	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	POBLACIÓN PREDOMINANTE
351,24 Km2	Norte: Desde el Cerro Cusín a la quebrada Quintahuaico a la altura Sur: Desde la línea de cumbre del cerro Sarahurco hasta la línea de cumbre del Nevado Cayambe Este: Desde el nacimiento del río Pimampiro hasta su unión con el río Azuela	6772	3610	53%	3162	47%	2941	Primaria	Hombres

Oeste: Curso del río San José hasta la confluencia de sus quebradas formadoras Yanahuaico y San José

11. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS (%)

ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	COLECCIÓN DE DESECHOS	MANEJO DE DESECHOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA PÚBLICA	TELEFONÍA MÓVIL	CONEXIÓN A INTERNET	OBSERVACIONES
60%	60%	50%	40%	40%	20%	30%	0%	85%	75%	

12. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (#)

TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	OFICINAS BANCARIAS	AJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES/ CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS CON EN TURISMO	POLICÍA
1	0	0	1	1	1	1	3	2	1	0	1
BOMBEROS	DEFENSA CIVIL	FISCALÍA O JUZGADO	COOPERATIVAS DE TAXIS	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE URBANO	PARQUEADEROS	CASAS DE CAMBIO	MERCADOS Y/O TIENDAS ARTESANALES	OBSERVACIONES			
0	1	0		2	1	0	1				

13. ASENTAMIENTOS HUMANOS


- Muyurcu
- Santa Ana
- Caucho Alto
- El chaupi
- San Pablo Urco
- Pesillo
- La Chimba
- Turucucho
- Puliza
- Olmedo

14. CONECTIVIDAD Y ACCESOS											
11.1 TERRESTRE											
DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO							
Quito	Panamericana/favorable	3 horas	Auto/Buses	\$10.00							
Cayambe	Lastre/favorable	45 minutos	Auto/Buses	\$2.00							
Ibarra	Adoquinado/favorable	2 horas	Auto/Buses	\$5.00							
11.2 AÉREO											
DESDE	CIA, FRECUENCIA	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO							
x	X	X	X	X							
11.3 ACUÁTICO											
DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO							
x	x	x	x	X							
11.4 OTROS											
DESDE	VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO							
15. CONECTIVIDAD DEL DESTINO CON LOS PUNTOS DE MAYOR EMISIÓN TURÍSTICA											
DISTANCIA (KM)	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA	AMBATO	OBSERVACIONES						
	84.3km	519km	548km	234km	Cooperativas de Transporte Terrestre: Cita Express, Flor del Valle; Flota Imbabura						
16. INTERCONEXIÓN CON OTROS DESTINOS											
NOMBRE(S) DEL (OS) DESTINOS	SITIO DE INTERCONEXIÓN	CONFORMAN PRODUCTO TURÍSTICO	NOMBRE	OBSERVACIONES							
Zuleta	Pesillo	RUTA	x	Ruta de los bordados	Cada semana realizan ferias artesanales						
		CIRCUITO									
17. ATRACTIVOS TURÍSTICOS											
17.1 NATURALES				17.2 CULTURALES							
Nombre	Número	Jerarquía				Nombre	Número	Jerarquía			
		I	I	III	IV			I	II	III	IV
Volcán Cayambe					x	Comunidad La Chimba				x	
Laguna de San Marcos				x		Pucará de Zuleta					x

Laguna de Puruhanta				x		Centro Cultural Tránsito Amaguaña						x
Bosque del Panecillo				x								
Bosque El chalpar				x								
Llanos de Guayallambilla				x								
Cascada de Puliza				x								
Cascada de Chalpar						x						
Mirador de Ventanas						x						
El Arenal del Cayambe						x						
Termas de Golondrinas				x								
Peñas de Guanes						x						
Samana Yaku				x								
Cerro Cusin						x						
17.3 ATRACTIVOS MÁS REPRESENTATIVOS										14.4 OBSERVACIONES		
Nombre	Latitud	Longitud	Estado de Conservación	Afluencia (Nacional / Extranjera)	Tipo de Visitante (Turista / Excursionista)	Difusión del Atractivo (Local, provincial, Regional, Nacional, Internacional)						
Volcán Cayambe	-0.077530	77.655688	Conservado	6343	Excursionista/Turista	Local/Provincial/ Nacional						
Laguna de San Marcos	-0.102510	7.581876	Alterado	8560	Excursionista	Local/Provincial						
Laguna de Puruhanta	-0.016540	77.377979	Conservado	4320	Excursionista	Local						
Bosque del Panecillo	-0.000334	7.390312	Alterado	897	Excursionista	Local						
Bosque El chalpar	-0.003682	7.383531	Conservado	1897	Excursionista	Local						
Llanos de Guayallambilla	0.006464	7.387196	Conservado	850	Excursionistas	Local						

Cascada de Puliza	-0.001354	7.401659	Conservado	4460	Excursionistas	Local/Provincial	
Cascada de Chalpar	0.006897	7.387226	Conservado	1965	Excursionistas	Local	
Mirador de Ventanas	0.154537	7.483251	Conservado	1965	Excursionistas	Local/Provincial	
El Arenal del Cayambe	0.053491	7.305020	Conservado	4290	Excursionistas	Local	
Termas de Golondrinas	-0.012351	7.376023	Conservado	4190	Excursionistas	Local	
Peñas de Guanes	-0.012416	7.383818	Conservado	4260	Excursionista	Local	
Samana Yaku	-0.031432	7.330749	Conservado	4151	Excursionista	Local	
Cerro Cusín	-0.017406	7.371163	Conservado	4083	Excursionista	Provincial	
18.1	18.2 TIPOLOGÍA/ PLAZAS					18.4 OBSERVACIONES	
TOTAL ESTABLECIMIENTOS	Agencias de Viajes	Intermediación	Alojamiento	# Plazas	Alimentos y Bebidas	# Plazas	
0		x		X	x	x	
19. FACILIDADES TURÍSTICAS IMPLEMENTADAS EN EL DESTINO							
19.1 TIPO	SI/NO		UBICACIÓN		ESTADO	19.2 OBSERVACIONES	
SEÑALIZACIÓN	SI	0	Al entrar a la parroquia		favorables		
SEÑALÉTICA	NO	-	-		-		
PUNTO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	SI	1	Plaza comercial		favorable		
CENTRO DE INTERPRETACIÓN	NO	-	-		-		
CENTRO DE FACILITACIÓN	NO		-		-		
SENDEROS	SI	8	Distintos atractivos		favorables		
MIRADORES	SI		Distintos atractivos -		favorables		
20. MODALIDADES DE TURISMO QUE SE PRACTICAN							

20.1 TIPO		CANTIDAD	TEMPORALIDAD		LUGAR (ES) DONDE DE EJECUTA LA ACTIVIDAD		20.2 OBSERVACIONES			
ECOTURISMO		1	Julio - Agosto		Comunidad de Paquiestancia					
TUR. DE NATURALEZA		1	Julio - Agosto		Comunidad la Chimba					
TURISMO COMUNITARIO		x	x		x					
TURISMO CULTURAL		x	x		x					
TURISMO RELIGIOSO		1	Agosto		Parque Central					
TURISMO DE SALUD		x	x		x					
TURISMO DE DEPORTES		1	Agosto		Distintos Atractivos					
TURISMO DE AVENTURA		1	Julio		Distintas Atractivos					
CONVENCIONES		x	x		x					
FERIAS		2	Junio / Diciembre		Parque central					
21. INGRESO DE TURISTAS										
21.1 TURISTAS NACIONALES	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA USD	21.2 TURISTAS EXTRANJEROS	AÑO	TEMPORADA ALTA	MEDIA DE PERNOCTACIÓN	GASTO PROMEDIO POR DÍA	21.3 OBSERVACIONES
33415	2017	Julio- Agosto	0%	\$25	28793	2017	Octubre - Diciembre	90%	\$45	
22. INGRESOS POR TURISMO										
22.1 INGRESOS ECONÓMICOS POR TURISMO			22.2 INGRESO DE DIVISAS POR DESTINO			22.3 TOTAL INGRESOS POR TURISMO USD		22.4 OBSERVACIONES		
AÑO	TURISMO INTERNO (%)	TURISMO RECEPTIVO (%)	AÑO	TURISMO INTERNO USD	TURISMO RECEPTIVO USD					
2018	33.01	66.99	2018	611,225	1,240,380	1851605				
23. DESARROLLO LOCAL POR TURISMO										

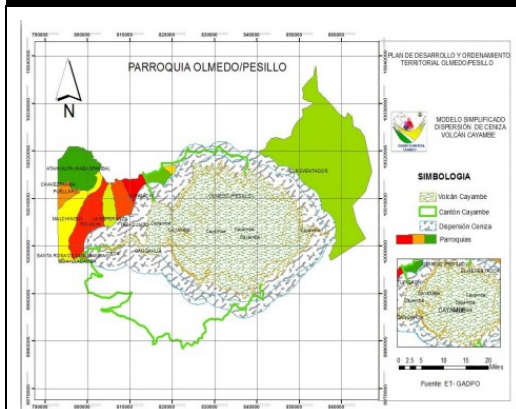
23.1 EMPLEO DIRECTO/ INDIRECTO (# DE PERSONAS)									23.2 OBSERVACIONES
ALOJAMIENTO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	TRANSPORTE	ESPARCIAMIENTO	GUIANZA	OPERACIONES TURÍSTICAS	COMERCIO	ARTESANIA	OTROS	
12	8	4	25	2	1	150	5		
23.3 POBLACIONES BENEFICIADAS POR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA			23.4 DECLARATORIAS EN EL DESTINO						23.5 OBSERVACIONES
FAMILIAS	COMUNIDADES	LOCALIDADES	ENTIDAD	FECHA	DETALLE		ESTADO		
15	7	5	MINISTERIO DEL AMBIENTE	x					
			MINISTERIO DE CULTURA Y PATRIMONIO						
24. DESCENTRALIZACIÓN TURÍSTICA/ ORGANIZACIONES EN TERRITORIO									
MUNICIPIO DESCENTRALIZADO	FECHA DE CONVENIO	ORGANIZACIÓN MUNICIPAL	# DE EMPLEADOS	IMAGEN CORPORATIVA DE TURISMO	ITUR	COMISIÓN DE TURISMO EN CONCEJO MUNICIPAL	CONSEJO CANTONAL DE TURISMO U OTRO	ORDENANZAS MUNICIPALES PARA DESARROLLO TURÍSTICO	AÑO DE EXPEDICIÓN
SI	1986	SI			SI	NO	NO	Ordenanza que regula la inversión municipal en emprendimientos turísticos, agro productivos y microempresariales en el cantón	2015

CÁMARA DE TURISMO	DE	ASOCIACIONES O AGRUPACIONES TURÍSTICAS	OFICINA MINTUR EN DESTINO	COORDINACIÓN ZONAL VINCULADA AL DESTINO	OTROS NIVELES DE ORGANIZACIÓN	24.1 OBSERVACIONES
0		1	0	Zona 1		
25. PROYECTOS TURÍSTICOS A DESARROLLARSE						
25.1 NOMBRE		25.2 LOCALIDAD		25.3 TIPO DE PROYECTO	25.4 OBJETIVO	25.5 RESPONSABLE
						25.6 MONTO
25.7 OBSERVACIONES	Falta de involucramiento de la ciudadanía y el sector público.					
26. PRINCIPALES NECESIDADES						
DETALLE	ARCAR	ESPECIFICACIONES				
CONSERVACIÓN URBANA		pavimentación de calles, aparcamientos, aceras, ciclovías, red peatonal y espacios libres				
SANEAMIENTO Y SALUBRIDAD						
MANEJO DE DESECHOS Y RESIDUOS						
CIRCULACIÓN VEHICULAR		Buses urbanos				
ACCESOS						
SEÑALIZACIÓN AL DESTINO	x	Reconocimiento de atractivos				
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS						
IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS						
CAPACITACIÓN EN MATERIA TURÍSTICA	X	Mejoramiento en los establecimientos y capacitación a la población dedicada a la actividad.				

27. FUENTES DOCUMENTALES Y OTRAS

FUENTE	TIPO	AÑO	VIGENCIA	24.1 OBSERVACIONES
Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Cayambe		2010	2015	
ESTATUTO ORGÁNICO – FUNCIONAL DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO INTERCULTURAL Y PLURINACIONAL DEL MUNICIPIO DE CAYAMBE		2015	2015	
Turismo Cayambe	Red Social	2019	-	

25. MAPA



CREDITOS INSTITUCIONALES	Levantamiento de información	Procesamiento	Revisión	Aprobación
Fecha	05/01/2020			
Nombre	Nicolás Romero			
Cargo	Estudiante			
Institución	UTN			