



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

**TEMA:**

**“OPERADORA ESPECIALIZADA EN CICLOTURISMO, COMO EJE DINAMIZADOR DE DESARROLLO TURÍSTICO Y SOCIOCULTURAL EN LA CIUDAD DE IBARRA, IMBABURA, ECUADOR.”**

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO.

**AUTOR:**

Mena Espinoza Miguel Alejandro

**DIRECTOR:** MSc. Cruz Góngora Fabio Elton

**Ibarra-2022**

## APROBACIÓN DE TRABAJO GRADO.

Certifico que el Trabajo de Grado "**Operadora especializada en cicloturismo, como eje dinamizador de desarrollo turístico y sociocultural en la ciudad de Ibarra, Imbabura, Ecuador.**", ha sido realizado en su totalidad por el señor/ o señorita: Mena Espinoza Miguel Alejandro, portadora de la cédula de identidad número: 100368587-0.



DOCENTE C.I. 100273758-1



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100368587-0	
APELLIDOS Y NOMBRES:	MENA ESPINOZA MIGUEL ALEJANDRO	
DIRECCIÓN:	RIO QUININDE 12-23 RIO CENEP	
EMAIL:	mamenae@gmail.com	
TELÉFONO FIJO:	062511543	TELÉFONO MÓVIL: 0990037215

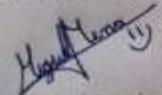
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"Operadora especializada en cicloturismo, como eje dinamizador de desarrollo turístico y sociocultural en la ciudad de Ibarra, Imbabura, Ecuador."
AUTOR (ES):	MIGUEL ALEJANDRO MENA ESPINOZA
FECHA: DD/MM/AAAA	10/01/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Cruz Gongora Fabio Elton

**2. CONSTANCIAS**

El autor (es) manifiesta (n) 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 (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 11 días del mes de noviembre de 2022

**EL AUTOR:**

  
Miguel Alejandro Mena Espinoza

## DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto a toda mi familia en especial a mi madre Silvia Espinoza que fue la persona que siempre confió en mí, la cual me apoyo en todo momento e hizo que esto se pudiera lograr , también dedico a todas las personas que confiaron en mí en todo el transcurso de mi vida académica como mi padre Carlos Mena, hermanos , amigos, amigas y todas las personas que con sus palabras de aliento y motivación fueron el motor de arranque para que concluya mi carrera universitaria y el presente proyecto.

Miguel Mena

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que confiaron en mi especialmente a mis padres por ser las personas que me ayudaron y motivaron a creer que todo se puede lograr si alguien se coloca una meta y tiene perseverancia en lo que se propone lograr, a mis hermanos que siempre estuvieron en los momentos precisos de mi vida, también a mis compañeros que me ayudaron en lapso de la carrera incondicionalmente

## Contenido

<b>APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO. ....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>AUTORIZACION DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD ...</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>III</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>IV</b>
<b>Resumen ejecutivo.....</b>	<b>12</b>
<b>Objetivo General .....</b>	<b>16</b>
<b>Objetivos específicos .....</b>	<b>16</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>17</b>
<b>1. ANTECEDENTES .....</b>	<b>17</b>
<b>1.1 Diagnóstico.....</b>	<b>17</b>
<b>1.1.1 Propuesta de la idea de negocios .....</b>	<b>19</b>
<b>1.2. Sustentar la innovación y pertinencia de la idea de negocios.....</b>	<b>19</b>
<b>1.3. Factores que intervienen en la puesta en marcha de la idea de negocio .....</b>	<b>20</b>
<b>1.3.1 Análisis de la industria.....</b>	<b>20</b>
<b>1.4 Riesgos y oportunidades de la idea de negocio .....</b>	<b>22</b>
<b>1.5. Fundamentos teóricos.....</b>	<b>24</b>
<b>1.5.1 Operadora turística.....</b>	<b>24</b>
<b>1.5.2 Funciones de operadora turística .....</b>	<b>24</b>
<b>1.6 Fundamentación legal .....</b>	<b>33</b>
<b>CAPITULO II .....</b>	<b>37</b>
<b>2. ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>37</b>
<b>2.1 Diseño de la investigación de mercado. ....</b>	<b>37</b>
<b>2.1.1 Tipo de investigación .....</b>	<b>37</b>
<b>2.3 Análisis de la oferta .....</b>	<b>56</b>
<b>2.4 Proyección de la competencia.....</b>	<b>58</b>
<b>2.5 Análisis de la demanda .....</b>	<b>60</b>
<b>2.6 Proyección de la demanda .....</b>	<b>61</b>
<b>2.7 Demanda insatisfecha .....</b>	<b>62</b>

2.8 Demanda objetiva proyectada .....	62
<b>3. ESTUDIO TECNICO ADMINISTRATIVO.....</b>	<b>64</b>
3.1 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....	64
3.1.1 Macro localización .....	64
3.1.2 Micro localización .....	65
3.2 Identificación y descripción de los procesos.....	67
3.2.1 Caracterización y diseño del producto/servicio.....	67
3.3.2 Diseño planímetro de la planta .....	101
.....	101
3.3.3 Requerimientos por áreas.....	101
3.4 Inversiones y capital de trabajo .....	103
3.4.1 Obra civil necesaria .....	103
3.4.3 Capital de trabajo.....	109
3.4.4 Total de la inversión .....	109
.....	110
.....	110
3.4.5 Plan de financiación .....	110
3.5 Estructura organizativa y administrativa .....	111
3.5.1 Misión .....	111
3.5.2 Visión.....	111
3.5.3 Terminos y condiciones.....	112
3.5.5 Imagen corporativa.....	115
3.5.6 Organigrama .....	116
3.5.5 Manual de funciones .....	116
3.5.9 Descripción del diagrama de flujo.....	125
3.6 Constitución legal de la empresa y propiedad intelectual .....	126
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>127</b>
<b>4. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION Y MARKETING.....</b>	<b>127</b>
4.2. Canales de distribución.....	129
4.2.1 Canal de distribución directo.....	129
4.2.2 Canal de distribución indirecto .....	130

4.2.2.1 Canal de distribución indirecto corto .....	130
4.2.2.2 Canal de distribución indirecto largo.....	131
4.3. Publicidad.....	132
4.3.1. Página Web .....	132
4.3.2 Redes sociales .....	133
4.3.3 Artículos de merchandasing.....	137
4.4. Ampliación posible de la gama de productos en el futuro.....	141
Capítulo V.....	142
5. ESTUDIO AMBIENTAL .....	142
5.1 Descripción de las acciones/actividades del proyecto o emprendimiento. ....	142
5.1.2 Identificación de impactos ambientas .....	144
5.2 Definición del método de EIA.....	145
5.2.1 Valoración de los impactos ambientales.....	145
5.2.2. Valoración de Impactos Ambientales .....	146
5.2.3 Valoración de Impactos Ambientales .....	148
5.2.4 Tabla de resumen .....	154
5.2.5 Tabla cromática.....	155
5.3 Jerarquización.....	156
5.4 Matriz de interpretación de resultados .....	157
5.5 Plan de manejo ambiental .....	158
Capítulo VI.....	162
6. ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO.....	162
6.1 Estado situación inicial .....	162
6.2 Tabla de amortización .....	164
6.3 Costo capital.....	166
6.4 Flujo de efectivo.....	167
6.5 Flujo del año 5.....	169
6.6 Evaluación del proyecto VAN y TIR.....	169
6.7 Punto de equilibrio.....	170
Conclusiones y recomendaciones .....	172

<b>Bibliografía.....</b>	<b>174</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>177</b>

### Índice de tablas

Tabla 1 FODA del emprendimiento .....	23
Tabla 2 Fundamentación legal que ampara el diseño del emprendimiento. ....	33
Tabla 3 Género.....	39
Tabla 4 Edad .....	39
Tabla 5 Lugar de procedencia.....	40
Tabla 6 Ocupación/Formación .....	41
Tabla 7 Nivel dhe instrucción.....	41
Tabla 8 Nivel de ingresos mensuales .....	42
Tabla 9 ¿Qué tipo de actividad realiza usted en áreas naturales y culturales? .....	42
Tabla 10 ¿Tiene algún conocimiento de lo que es el cicloturismo?.....	43
Tabla 11 ¿A usted le interesaría hacer cicloturismo?.....	44
Tabla 12¿Cuenta usted con bicicleta propia?.....	44
Tabla 13 ¿Le gustaría contratar paquetes de cicloturismo, con rutas establecidas, visitas a lugares de interés, seguridad, primeros auxilios y actividades completarías?.....	45
Tabla 14 ¿Usted preferiría contratar los servicios una operadora especializada en cicloturismo o en una operadora turística convencional para realizar cicloturismo?.....	45
Tabla 15 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un tour en bicicleta por día?.....	46
Tabla 16 ¿Cuándo usted realiza la actividad de cicloturismo, ¿Con que grupos le gusta/gustaría visitar?.....	47
Tabla 17 ¿Cuál es el medio de comunicación en el cual usted conoce acerca de tours en bicicleta, ciclo paseos, eventos ciclísticos, etc.?.....	48
Tabla 18 Datos informativos del establecimiento Intipungo .....	50
Tabla 19 Datos informativos del establecimiento Ecosierra.....	50
Tabla 20 Datos informativos del establecimiento Intipungo .....	51
Tabla 21 Datos informativos del establecimiento AIIEquatorialtravel.....	51
Tabla 22 Datos informativos del establecimiento Pasaporte.....	52
Tabla 23 Segmentación del mercado.....	54
Tabla 24 Atractivos turísticos de Ibarra .....	56
Tabla 25 Oferta de Operadoras .....	57
Tabla 26 Promedio de contrataciones de servicios en operadoras del sector. ....	58
Tabla 27 Oferta turística para el emprendimiento.....	59
Tabla 28 Demanda potencial.....	60
Tabla 29 Proyección de la demanda.....	61
Tabla 30 Proyección de la demanda insatisfecha del proyecto.....	62
Tabla 31 Proyección de la demanda objetiva .....	62
Tabla 32 Componentes de la bicicleta .....	68

Tabla 33 Niveles generales de dificultad de las rutas establecidas .....	71
Tabla 34 Nivel de dificultad de Ruta del Vapor.....	72
Tabla 35 Itinerario de ruta del vapor.....	74
Tabla 36 Elementos y costos de ruta del vapor .....	76
Tabla 37 Datos técnicos de la ruta del vapor.....	77
Tabla 38 Datos de la superficie de ruta del vapor.....	78
Tabla 39 Datos de perfil de elevación de la ruta del vapor.....	78
Tabla 40 Nivel de dificultad ruta de las haciendas.....	80
Tabla 41 Itinerario de ruta de las haciendas .....	81
Tabla 42 Costos de la ruta.....	83
Tabla 43 Datos técnicos de la ruta .....	84
Tabla 44 superficie de la ruta de las haciendas .....	85
Tabla 45 Perfil de elevación de la ruta de las haciendas.....	85
Tabla 46 Niveles de dificultad de la ruta de la sal.....	86
Tabla 47 Itinerario de ruta de la sal .....	88
Tabla 48 Niveles de dificultad de la ruta de la sal.....	90
Tabla 49 Elementos de la ruta de la sal .....	90
Tabla 50 de datos técnicos de la ruta .....	92
Tabla 51 Superficie de la ruta de la sal.....	92
Tabla 52 del perfil de elevación de la ruta.....	93
Tabla 53 Nivel de dificultad de la ruta cóndor yaku .....	94
Tabla 54 Itinerario de ruta condor yaku .....	95
Tabla 55 Elemento de la ruta Condor Yaku .....	96
Tabla 56 Ruta Condor Yaku .....	97
Tabla 57 datos técnicos de la ruta.....	98
Tabla 58 superficie de la ruta .....	98
Tabla 59 Perfil de elevación de la ruta condor yaku.....	99
Tabla 60 oficina de la operadora.....	101
Tabla 61 taller de la operadora .....	102
Tabla 62 bodega de la operadora.....	103
Tabla 63 muebles y enseres de la operadora.....	104
Tabla 64 herramientas y materiales de la operadora .....	105
Tabla 65 equipos de informáticos de la operadora .....	105
Tabla 66 maquinaria y equipos de oficina de la operadora.....	106
Tabla 67 suministros de oficina de la operadora.....	106
Tabla 68 Presupuesto de propaganda.....	106
Tabla 69 Recurso Humano.....	107
Tabla 70 Servicios básicos de la operadora .....	107
Tabla 71 Monto de internet.....	107
Tabla 72 Arriendo del local .....	108
Tabla 73 Gastos permisos de funcionamiento para la operadora.....	108
Tabla 74 Capital de trabajo.....	109

Tabla 75 Inversión total requerida para la implementación de la operadora .....	110
Tabla 76 Inversión propia.....	110
Tabla 77 Financiamiento del proyecto .....	110
Tabla 78 Condiciones y costo total del crédito (BanEcuador).....	111
Tabla 79 Políticas internas de la empresa .....	112
Tabla 80 Términos y condiciones .....	112
Tabla 81 Ficha de puesto de gerente.....	117
Tabla 82 Ficha de puesto de Publicidad y ventas.....	118
Tabla 83 Ficha de puesto de guía turístico .....	120
Tabla 84 Ficha de puesto de mantenimiento .....	122
Tabla 85 Actividades de la operadora.....	142
Tabla 86 Factores ambientales a evaluar .....	143
Tabla 87 Ponderación de resumen de la Identificación de impactos ambientales. ....	145
Tabla 88 Valoración de magnitud	
Tabla 89 Valoración de cobertura	
Tabla 90 Plazo de manifestación.....	146
Tabla 91 Valoración de duración	
Tabla 92 Valoración de reversibilidad	
Tabla 93 Recuperabilidad .....	146
Tabla 94 Valoración de periodicidad	
Tabla 95 Valoración de tendencia	
Tabla 96 Valoración de tipo .....	147
Tabla 97 Representación cromática	
Tabla 98 Escala de valores EIA.....	147
Tabla 99 Valoración ambiental de actividad de transporte.....	148
Tabla 100 Valoración ambiental de actividad de ingreso a fuentes de agua.....	149
Tabla 101 Valoración ambiental de actividad deportes de aventura (Canyoning).....	149
Tabla 102 Valoración ambiental de actividad de avistamiento de flora y fauna.....	150
Tabla 103 Valoración ambiental deportes de aventura (ciclismo) .....	151
Tabla 104 Valoración ambiental visita de emprendimientos de la zona.....	151
Tabla 105 Valoración ambiental de alimentación (Box lounch) .....	151
Tabla 106 Valoración ambiental de promoción .....	152
Tabla 107 Jerarquización de impactos .....	156
Tabla 108 Matriz de interpretación de resultados .....	157
Tabla 109 Ficha técnica del plan de manejo ambiental. ....	158
<i>Tabla 110 Ficha técnica del plan de manejo ambiental. ....</i>	<i>159</i>
Tabla 111 Ficha técnica del plan de manejo ambiental. ....	160
Tabla 112 Ficha técnica del plan de manejo ambiental .....	160
Tabla 113 Ficha técnica del plan de manejo ambiental.....	161

## Índice de figuras

Figura 1 Mapa del Ecuador.....	65
Figura 2 Mapa de Ibarra.....	66
Figura 3 Mapa de Ibarra.....	66
Figura 4 Prototipo de bicicleta.....	68
Figura 5 Ruta del Vapor .....	77
Figura 6 Perfil elevación ruta del vapor .....	78
Figura 7 Ruta de las Haciendas.....	84
Figura 8 Perfil elevación ruta de las haciendas.....	85
Figura 9 Ruta de la sal .....	91
Figura 10 Perfil elevación ruta de la sal.....	92
Figura 11 Perfil elevación ruta de la sal.....	98
Figura 12 Diseño planimétrico de vista superior .....	101
Figura 13 Logotipo empresarial .....	115
Figura 14 organigrama empresarial .....	116
Figura 15 Flujo grama del emprendimiento .....	124
Figura 16 Logo del emprendimiento.....	127
Figura 17 Canal directo.....	130
<i>Figura 18 Canal indirecto.....</i>	131
Figura 19 Canal de distribución indirecto largo .....	131
Figura 20 Página web oficial de “Ciclotours”.....	132
Figura 21 Página oficial de Facebook “Ciclotours” .....	133
Figura 22 Perfil oficial en Tiktok de “Ciclotours” .....	134
Figura 23 Perfil oficial en Instagram de “Ciclotours” .....	135
Figura 24 Perfil oficial en de WhatsApp Bussines “Ciclotours” .....	136
Figura 25 Gorra con logotipo original.....	137
Figura 26 Gorra con logotipo blanco y negro.....	137
Figura 27 Buff con logotipo blanco y negro.....	137
Figura 28 Buff con logotipo original .....	137
Figura 29 Camiseta con logotipo blanco y negro .....	138
Figura 30 Camiseta con logotipo original .....	138
Figura 31 Protectores de cadena con el logotipo de Ciclotours .....	138
Figura 32 Promoción de la ruta del vapor .....	139
Figura 33 Promoción de la ruta de las haciendas.....	139
Figura 34 Promoción de la ruta de las haciendas.....	140
Figura 35 Promoción de la ruta de las haciendas.....	140
Figura 36 Tabla de identificación de impactos ambientales.....	144
Figura 37 Tabla de resumen de impactos ambientales .....	154

Figura 38	Tabla cromática .....	155
Figura 39	Estado de situación inicial.....	162
Figura 40	Tabla de amortización .....	164
Figura 41	Costo capital.....	166
Figura 42	Flujo de efectivo.....	167
Figura 43	Flujo del año 5 .....	169
Figura 44	Evaluación del proyecto Van Y TIR.....	169
Figura 45	Punto de equilibrio.....	170
Figura 46	Grafico punto de equilibrio .....	171

## **Resumen ejecutivo**

La pandemia mundial del Covid-19 ha provocado que en la mayoría de los países del mundo opten por el confinamiento y esto ha logrado que la sociedad genere sentimientos de frustración ansiedad; a raíz de este fenómeno mundial las personas han optado por salir de sus hogares a lugares naturales en donde no exista demasiada afluencia de personas.

El proyecto de la operadora especializada en cicloturismo “Ciclotours” tiene como finalidad estudiar, diseñar, evaluar la factibilidad de la creación de una operadora, la cual ofrecerá servicios a los turistas para la reparación en áreas de índole natural y cultural.

“Ciclotours” será una operadora especializada en la actividad de aventura cicloturismo que se ubicará en la ciudad de Ibarra cabecera cantonal de la provincia de Imbabura.

La idea de negocio surge como una alternativa dirigida para los turistas que gustan de paseos en bicicleta en áreas alejados de la ciudad combinando con el aspecto sociocultural, con esto se busca dinamizar la economía y el turismo en la provincia.

Las rutas y paquetes establecidos por la operadora estarán dispersas por varios territorios del cantón en donde se encuentran asentados pueblos y nacionalidad del Ecuador, apoyando así al conocimiento de los mismos por parte de los turistas.

En la elaboración de este proyecto se plasmó varios capítulos en los cuales se desarrollaron diferentes estudios técnicos los cuales mostraron resultados positivos para la implementación de la operadora especializada en cicloturismo.

## **Abstract**

The global pandemic of Covid-19 has caused most countries in the world to opt for confinement and this has caused society to generate emotions of frustration and anxiety; as a result of this global phenomenon people have opted to leave their homes to natural places where there is not too much affluence of people.

The project of the operator specialized in cycling tourism "Ciclotours" aims to study, design, evaluate the feasibility of creating an operator, which will offer services to tourists for the repair in areas of natural and cultural nature.

"Ciclotours" will be an operator specialized in the activity of adventure cycling tourism that will be located in the city of Ibarra, cantonal head of the province of Imbabura.

The business idea arises as an alternative for tourists who like bike rides in remote areas of the city combined with the socio-cultural aspect, with this seeks to boost the economy and tourism in the province.

The routes and packages established by the operator will be dispersed throughout various areas of the canton where towns and nationalities of Ecuador are settled, thus supporting the knowledge of them by tourists.

In the elaboration of this project several chapters were developed in which different technical studies were developed, which showed positive results for the implementation of the operator specialized in bicycle tourism.

## **Introducción**

La elaboración del presente proyecto tiene como principal objeto el diseño de una operadora especializada en cicloturismo en la parroquia San Francisco, Ibarra, Imbabura, Ecuador, para llevar acabo dicho estudio se elaboró 6 capítulos.

El capítulo uno del estudio tiene como aspectos principales elementos que servirán para la viabilidad de la implementación del proyecto, también se detalla las ideas principales del producto a elaborar, junto a esto la fundamentación teórica y legal.

En el capítulo dos se estudia y detalla el posible segmento de mercado que podría tener la operadora, a través de metodologías de investigación y estudios de oferta y demanda, los cuales servirán para tener en cuenta el posible segmento de mercado que podría contratar el servicio.

El capítulo tres contiene el estudio técnico en donde se puede apreciar los requerimientos por área que necesitará el emprendimiento, también cuenta con el recurso humano, el concepto de la empresa, distribución arquitectónica de la empresa entre otros aspectos.

El capítulo cuatro contiene el concepto de la imagen empresarial, las estrategias para la comercialización de la empresa, los canales de distribución que utilizara la empresa y finalmente lo futuros productos con los que contara el emprendimiento.

El capítulo cinco tiene como finalidad la elaboración de un estudio ambiental, en donde muestre la viabilidad del proyecto en el tema ambiental, a través de la evaluación de impactos ambientales de las principales actividades de la empresa, y con ellos la elaboración de un plan ambiental.

El sexto y último capítulo es un estudio económico y financiero para determinar la viabilidad del proyecto mediante aspectos como el estado de situación inicial, proyecciones de ingresos y egresos, indicadores como el TIR Y Van , y por último el cálculo del punto de equilibrio.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Implementar una operadora especializada en cicloturismo, como eje dinamizador de desarrollo turístico y sociocultural en la ciudad de Ibarra, Imbabura, Ecuador.

### **Objetivos específicos**

- Diagnosticar la situación actual del mercado en operadoras turísticas e información de posibles rutas cicloturísticas del cantón Ibarra.
- Conocer el actual segmento de potenciales clientes en la actividad de cicloturismo mediante un estudio de mercado.
- Establecer la estructura organizacional de la operadora especializada en cicloturismo en áreas naturales y culturales mediante un estudio técnico administrativo.
- Identificar estrategias de marketing generando herramientas promocionales para el fortalecimiento y difusión de la operadora.
- Determinar los impactos ambientales que tendrá la operadora cicloturística en el entorno mediante un plan de manejo.
- Identificar la rentabilidad del emprendimiento a través de un estudio económico-financiero.

# CAPÍTULO I

## 1. ANTECEDENTES

### 1.1 Diagnóstico

Según PDYOT (2020) Imbabura es una provincia que está al norte de la sierra del Ecuador, popular en el país como provincia de los lagos, la misma que está conformada por seis cantones: Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí. La ciudad Blanca está ubicada a 126km de Quito, 70 km de Carchi y 185 km de San Lorenzo ciudad cerca del océano pacífico.

La ciudad de Ibarra es conocida como la “Ciudad a la que siempre se vuelve”, es la capital de la provincia de Imbabura, esta se identifica por los múltiples atractivos que posee de cuantiosa biodiversidad y con presencia de varias culturas que enaltecen a la misma.

El dialecto preponderante es el castellano, la urbe posiblemente posee la más significativa memoria de insurrección y prevalece principio de la identidad del Ecuador como en ninguna otra división de la nación, su cultura ha permanecido sublevados a lo largo de los siglos, ni los Incas, ni los españoles pudieron subyugar su brío y su herencia cultural, los ecuatorianos son una sociedad fuerte que tienen cultura marcada a lo largo de todo su territorio. (PDYOT, 2020)

El Cantón Ibarra está compuesto por siete parroquias rurales, y cinco urbanas; hacia el sur y sur-oriente en el grupo Ibarra-Cayambe-Quito, están los territorios rurales: la Esperanza y Angochagua, al sur occidente se encuentra San Antonio parroquia rural de la urbe; siguiendo la panamericana norte está el territorio rural de la parroquia Ambuquí conocida también como la tierra del ovo, y recorriendo la vía que se dirige a la provincia de Esmeraldas en donde predomina el pueblo afroecuatoriano, están los territorios parroquiales rurales

Salinas, La Carolina y Lita, las últimas parroquias mencionadas tienen una gran historia desde que se explotaban las minas del sal por la colonia hasta Lita, uno de los territorios con más biodiversidad de flora y fauna en la provincia. (PDYOT, 2020)

Ibarra se encuentra establecida en las faldas del Volcán Imbabura, en esta ciudad se presentan varios microclimas que se presentan desde el frío andino, el tropical seco y hasta cálido húmedo en la parroquia de Lita perteneciente a un hot spot mundial que es El Choco; en la ciudad de Ibarra presenta una población total de 221.149, la población en su mayor parte son mujeres con 113.753 a comparación de hombres con 221.149. (PDYOT, 2020)

Según el PDYOT (2020) el transporte de pasajeros de la población dispone la prestación de servicios a la comunidad a través de dos cooperativas de buses urbanos que realizan recorridos establecidos en frecuencias de 10 minutos entre cada compañía que conforman las 24 líneas operativas.

Ibarra es una ciudad que cuenta con varios atractivos naturales y culturales, como, la loma de Guayabillas, el complejo volcánico Cubilche con sus dos lomas adyacentes que es el Cunrru, Pangaladera junto al complejo volcánico se encuentra el imponente volcán Imbabura estos atractivos naturales pertenecen a la categoría de montañas, también existen lagunas estacionarias y permanentes como la de Yahuarcocha, las del Volcán Cubilche, La Pangaladera etc. Entre los atractivos culturales están las variadas culturas de la ciudad, también existen edificios y sitios patrimoniales. (PDYOT, 2020)

Entre las ciudades importantes del país históricas, natural y culturalmente se encuentra la urbe de Ibarra, la presente pertenece al primer Geoparque mundial del país la cual está presta para la recepción de turistas nacionales e internacionales, ofertando varias oportunidades de realizar turismo.

### **1.1.1 Propuesta de la idea de negocios**

Imbabura es una de las provincias del Ecuador que cuenta con diversos atractivos turísticos, en ella se encuentra el primer Geoparque del Ecuador el cual engloba varios sitios naturales y en ellos las diferentes expresiones culturales de la provincia; perteneciente esta provincia se encuentra Ibarra, el cual es uno de los cantos que posee diferentes recursos naturales y culturales, por lo cual es un sitio propicio para realizar cicloturismo.

La idea de negocio surge para dinamizar y potenciar el turismo en la provincia de Imbabura, ya que las personas debido a la pandemia del Covid-19 han optado por utilizar con más frecuencias la bicicleta como medio de transporte y también como una forma de recreación; esta idea también propone que la gente se incentive por hacer ejercicio y conocer nuevos lugares de una forma muy divertida, alternativa y sostenible, el cual es andar en bicicleta. El emprendimiento propuesto es una operadora especializada en cicloturismo, como eje dinamizador del desarrollo turístico y sociocultural; dicho emprendimiento dispondrá de varias alternativas para los usuarios que adquieran el servicio, desde aventuras por la mañana en las rutas establecida, hasta paseos por la noche en la naturaleza con la debida seguridad y equipos, siempre teniendo en cuenta que el turista disfrute de los atractivos naturales y culturales que dispone la provincia de Imbabura.

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

El emprendimiento de una operadora especializada en cicloturismo, como eje dinamizador del desarrollo turístico y sociocultural, es una idea en donde pretenderá que las personas puedan disfrutar de experiencias rodeados de la naturaleza y conociendo de la cultura que posee la provincia y los diferentes cantones. La bicicleta es un medio que permite visitar lugares de interés, tener más experiencias locales y disfrutar de gastronomía deliciosa y auténtica, en donde el turista tenga la posibilidad de hospedarse en hoteles de alta calidad,

emprendimiento de hospedaje locales, turismo vivencial, turismo cultural, con el encanto de cada ruta propuesta.

Dicho emprendimiento tendrá una marcada diferencia con las operadoras convencionales, ya que en la ciudad de Ibarra hay escasas de operadoras que brinden el servicio de cicloturismo, el emprendimiento expuesto mostrará la mayoría de atractivos naturales y culturales del cantón Ibarra, así como los emprendimientos comunitarios de la misma, lugares de hospedaje y sitios de pernoctación en las diferentes comunidades. Y por último será uno de los primeros o los pioneros en brindar el servicio de cicloturismo de una forma competente en la ciudad.

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

#### **1.3.1 Análisis de la industria**

- **Político-Legal**

La base legal en la que se sustenta la idea de negocio, son varios documentos determinantes para el diseño de la operadora especializada en cicloturismo, como el documento principal que rige las leyes del país está la Constitución de la República del Ecuador, Ley de turismo, Reglamento de Operación e intermediación turística y Reglamento de operación turística de aventura, de dichos documentos se han recopilado varios títulos y artículos de respaldo para la implementación.

- **Socio cultural**

El presente proyecto se basa en el dinamizar el tema socio cultural de la provincia de Imbabura con sus respectivos cantones como Ibarra, y así que las personas conozcan y valoren todo lo que refiere al ámbito cultural;

en la provincia existen pueblos, nacionalidades que están asentadas en varios atractivos naturales que son muy importantes y los cuales se busca que se beneficien también con la creación de dicho emprendimiento.

- **Económico**

En el ámbito económico la implementación de esta idea de negocio beneficiara a varios mercados y principalmente a la población que se encuentra en el área rural del cantón Ibarra y de la provincia de Imbabura, incrementando el consumo de los servicios que en estos lugares se oferta por parte de los pobladores y con ello lograr el aumento en la economía de las familias y de los sectores rurales y urbanos.

- **Tecnológico**

La ciudad de Ibarra cuenta con la facilidad de acceso a herramientas tecnológicas ya que existe una amplia oferta, en este aspecto la presente idea de negocio contará con todos los servicios tecnológicos como: internet, GPS, con el cual se trabajará para la geolocalización de cada ruta establecida, también contará con herramientas de promoción y difusión. Las ventajas tecnológicas en el lugar en donde estará el emprendimiento será un beneficio para la operación, esto es posible ya que el establecimiento estará ubicado en el centro de la ciudad Ibarra.

- **Medio ambiental**

La presente idea de negocio se encontrará en la ciudad de Ibarra la capital de la Provincia de Imbabura pionera en el Ecuador por tener el primer Geoparque en el país, la operadora también contará con una orientación sostenible y con el cuidado de los servicios ecosistematicos que haya en cada ruta establecida en la ciudad y en la provincia al momento de realizar la actividad de cicloturismo.

- **Infraestructura**

La infraestructura de la idea de negocio tendrá será algo diferente ya que poseerá una temática basada a la actividad que se realiza y también enlazando las riquezas naturales y culturales que posee la provincia y la ciudad de Ibarra.

- **Inversiones de la industria**

En la provincia de Imbabura en los últimos meses se está apoyando a la actividad ciclística entre estas se realizan competencias, también eventos patrocinados por los GADS de los cantones. En la ciudad de Ibarra la municipalidad realiza programa de incentivo a que la gente use la bicicleta como transporte sostenible dentro de la ciudad; un evento con enfoque cicloturístico en la ciudad tuvo el propósito de recreación y ocio llamado “Bike Lita” con dicho programa se dinamizo la economía de las parroquias especialmente Lita.

- **Número/competidores**

En la ciudad de Ibarra existe operadoras turísticas, sin embargo, no existe una operadora especializada en cicloturismo; esto será de gran ayuda para el desarrollo de la idea de negocio ya que no existe competencia en este ámbito y se podría lograr ser los pioneros en plasmar la idea en la Ciudad de Ibarra.

#### **1.4 Riesgos y oportunidades de la idea de negocio**

Tabla 1 FODA del emprendimiento

<b>Fortaleza</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Única operadora especializada en cicloturismo</li> <li>-Guías locales bilingües</li> <li>-Equipos de calidad y certificados aptos para la actividad.</li> <li>-Posicionamiento de la sede de la empresa.</li> <li>-Óptimos recursos económicos</li> <li>-Amplia área en la oficina para el almacenamiento correcto de equipos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Recursos naturales en la provincia (Geoparque Imbabura).</li> <li>-Ubicación geográfica.</li> <li>-Alianzas estratégicas con locales de servicio técnico y establecimientos turísticos.</li> <li>- Progreso turístico de la provincia de Imbabura.</li> <li>-Recursos culturales de la provincia.</li> <li>-Apoyo de instituciones públicas y privadas</li> <li>-Incremento de turistas nacionales e internacionales</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Emprendimiento nuevo en el mercado</li> <li>-Falta de experiencia en el sector</li> <li>-Establecimiento de la sede arrendada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Competencia desleal.</li> <li>-Escases de clientes</li> <li>-Disminución de turistas por crisis económica del país.</li> <li>-Leyes impuestas por el GAD que afecte al sector turístico.</li> </ul>

Nota Elaborado por el autor, 2021

## **1.5. Fundamentos teóricos**

### **1.5.1 Operadora turística**

Como expresa, Guerrero y Mendoza (2015) una operadora turística:

Es una empresa intermediaria que crea, integra y opera sus propios programas o paquetes turísticos (productos o servicios), de toda la oferta de establecimientos turísticos para venderlos directamente a los consumidores o a través de otras agencias mayoristas o minoristas por un precio global en el que regularmente se incluyen diversos servicios turísticos como transporte, alojamiento, alimentos, tours.

### **1.5.2 Funciones de operadora turística**

Las operadoras turísticas tienen varias funciones, Guerrero y Mendoza (2015) plante algunas funciones puntuales como:

- La creación y planeación de productos turísticos que son ofertados como circuitos en autobuses, estancias de playa o de ciudad, cruceros, tours con experiencias de viaje distintas, entre otros. '
- Manejar la comercialización de las mismas: seleccionando puntos de ventas, acciones de promoción o publicidad.
- Administrar: gestionando el sistema de reservas, documento de viaje, pagos y cobros, entre otros.
- Vender a agencias minoristas o mayoristas: éstas funcionan mediante un contrato que se negocia con un pago anual por estos servicios. Apoyan a las agencias minoristas con libros, folletería o trípticos de los servicios o productos turísticos que manejan; así mismo algunas de estas operadoras disponen de sistemas propios de reservas vía Internet, para que a las agencias les sea más fácil el manejo y disposición de esa información al momento de realizar una reserva.

- Se manejan a través de paquetes turísticos donde se comercializa en forma global dos o más servicios que son pagados antes de prestarse. Por lo general, esta combinación contiene estancia, transporte y otros servicios que constituyen una parte significativa del viaje. (p134)

### **1.5.3 Tipo de turismo**

#### **Ecoturismo**

En el mundo existen varios tipos de turismo que se fueron desarrollando con el paso del tiempo gracias a las motivaciones del viajero, Según OMT (2019), afirma que el Ecoturismo:

Es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. (p.31)

#### **Turismo rural**

OMT (2019), expone que el turismo rural:

Es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. (pag.35)

#### **Turismo de aventura**

El turismo de aventura como expresa OMT(2019) 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. (p37)

### **Turismo de salud**

Según la OMT (2019), se refiere al turismo de salud tiene como objetivo:

La contribución a la salud física, mental y/o espiritual gracias a actividades médicas y de bienestar que incrementan la capacidad de las personas para satisfacer sus propias necesidades y funcionar mejor como individuos en su entorno y en la sociedad. (p39)

### **Turismo de bienestar.**

OMT (2019), menciona que el turismo de bienestar a nivel mundial es

Es un tipo de actividad turística que aspira a mejorar y equilibrar los ámbitos principales de la vida humana, entre ellos el físico, el mental, el emocional, el ocupacional, el intelectual y el espiritual. La motivación primordial del turista de bienestar es participar en actividades preventivas, proactivas y de mejora del estilo de vida, como la gimnasia, la alimentación saludable, la relajación, el cuidado personal y los tratamientos curativos. (p41)

### **Turismo de negocios**

De acuerdo con OMT (2019), menciona que turismo de negocios:

El turismo gastronómico, es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina. (p.43)

### **Turismo costero**

La OMT (2019) se refiere a turismo costero como “actividades turísticas que tienen su base en tierra costera, como la natación, el surf, tomar el sol y otras actividades costeras de ocio, recreo y deporte que tienen lugar a orillas de un mar, un lago o un río” (p.47).

### **Turismo urbano**

La OMT (2019), expone que el turismo urbano que

Es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio urbano con sus atributos inherentes caracterizados por una economía no agrícola basada en la administración, las manufacturas, el comercio y los servicios y por constituir nodos de transporte. Los destinos urbanos ofrecen un espectro amplio y heterogéneo de experiencias y productos culturales, arquitectónicos, tecnológicos, sociales y naturales para el tiempo libre y los negocios. (p.49)

### **Turismo de montaña**

La OMT (2019), sostiene que el turismo de montaña:

Es un tipo de actividad turística que tiene lugar en un espacio geográfico definido y delimitado como son las colinas o montañas, con características y atributos inherentes a un determinado paisaje, una topografía, un clima, una biodiversidad (flora y fauna) y una comunidad local. Engloba un amplio espectro de actividades de ocio y deporte al aire libre. (p.50)

### **Turismo educativo**

El turismo educativo engloba varios aspectos importantes en el ámbito, económico, intelectual, cultural, etc.; según la OMT (2019), expone que:

Cubre aquellos tipos de turismo que tienen como motivación primordial la participación y experiencia del turista en actividades de aprendizaje,

mejora personal, crecimiento intelectual y adquisición de habilidades. El turismo educativo representa un amplio espectro de productos y servicios relacionados con los estudios académicos, las vacaciones para potenciar habilidades, los viajes escolares, el entrenamiento deportivo, los cursos de desarrollo de carrera profesional y los cursos de idiomas, entre otros. (p.53)

### **Turismo deportivo**

El turismo deportivo según OMT(2019), “se refiere a la experiencia viajera del turista que o bien observa como espectador, o bien participa activamente, en un evento deportivo que implica por lo general actividades comerciales y no comerciales de naturaleza competitiva” (p.55)

#### **1.5.4 Cicloturismo**

Han et al (2017) señala que el cicloturismo es “ciclismo que se realiza por motivos de ocio y en períodos de tiempo inferiores a 24 horas entre un lugar del origen y un destino concreto” (María Moral-Moral,2016, p3).

#### **1.5.5 Modalidades de cicloturismo**

Mato y Troyano (2014) expresan que existe 4 tipos de modalidades cicloturísticas:

- La primera modalidad recibe la denominación de “vacaciones en bicicleta o cicloturismo en alforjas” en la que la duración del viaje incluye una noche o más fuera del domicilio habitual del turista. La principal motivación y objetivo de la actividad vacacional es la práctica del ciclismo pudiendo considerarse que representa al cicloturista en sentido estricto. Si bien, en algunas investigaciones recibe el nombre de “cicloturista itinerante” cuando se desplaza en bicicleta de un alojamiento a otro, no incluyéndose dentro de esta categoría a aquellas personas que utilizan otro medio de transporte para

desplazarse entre alojamientos a pesar de poder utilizar la bicicleta de forma diaria.

- La segunda modalidad se denomina “ciclismo en vacaciones”. En esta categoría la práctica ciclista forma parte de las vacaciones del turista, pero no se considera la actividad principal. Incluye desplazamientos en bicicleta desde el lugar del alojamiento o desde cualquier otra ubicación.
- En tercer lugar, se encuentra la categoría denominada “excursiones en bicicleta de un día”. Esta modalidad consiste en la realización de paseos en bicicleta con una duración superior a 3 horas desde el domicilio habitual realizados por motivos recreativos o de ocio.
- Por último, el “ciclismo deportivo o recreativo” es el realizado por el ciclista que emplea un equipamiento específico realizando desplazamientos en una jornada con distancias relativamente elevadas, normalmente superiores a 50 kilómetros. Esta modalidad la integran el ciclismo practicado en carreteras convencionales como aquel que se realiza en zonas de montaña. En ambos casos, queda excluido el ciclismo de competición. (María Moral-Moral,2016, p4)

### 1.5.6 Antecedentes de cicloturismo

Fanlo (2014), da a conocer la historia del ciclotuismo y expresa que:

El francés Paul de Vivie (Saint Étienne, 1853-1930), conocido con el sobrenombre de “Velocio”, es considerado el padre del cicloturismo, palabra que él mismo acuñó “ciclotourisme”. Su pasión despertó como consecuencia del desafío que le propuso uno de sus amigos: recorrer en su bicicleta 100 Km. en 6 horas. Fue tal la satisfacción que obtuvo de aquella experiencia que acabó fabricando sus propias bicicletas y cerrando su fábrica de seda. Fundó el club “Les Cyclistes Stéphanois” y la revista “Le Cycliste”. En esta revista, Paul de Vivie, promocionaba el uso recreacional de la bicicleta relatando sus hazañas en recorridos de larga distancia. Además de ser uno de los primeros ciclistas de larga distancia, haciendo rutas de hasta 40 horas, fue uno de los padres de las pruebas no competitivas de esta modalidad. Reivindicó también que en bicicleta, se disfrutaba más y se recordaba mejor el paisaje que yendo en tren o en coche. Durante el comienzo del siglo XX el mundo del cicloturismo fue aumentando, pero no fue hasta la década de 1920 cuando los viajes en bicicleta empezaron a crecer. En cambio, en la década de los años 60, la bicicleta quedó relegada a un segundo término debido al incremento de los vehículos a motor. Después, ya en los años 80, se vuelve a recuperar como elemento lúdico y deportivo, apoyado también por movimientos ecologistas. Pero debemos esperar hasta los inicios de 1990 para hablar del “renacimiento” del cicloturismo en sus diferentes modalidades (bicicleta de montaña, de carretera, de paseo...). (p10)

### **1.5.7 Ciclismo en Latinoamérica**

Según los autores Alberto y Taddia (2015), exponen que:

Bogotá, Ciudad de México, Río de Janeiro, Rosario y Santiago de Chile, son algunas de las ciudades pioneras en la implementación y fortalecimiento de políticas ciclo-inclusivas con muy buenos resultados. Disponen de indicadores suficientes que muestran un panorama amplio y claro del uso de la bicicleta y de los factores relacionados, facilitando de esta forma la planificación e integración de la bicicleta dentro del sistema de transporte urbano. Las ciudades con indicadores del uso de la bicicleta muestran un mejor panorama para desarrollar políticas ciclo-inclusivas. (p.28)

### **1.5.8 Áreas protegidas**

Dundley & Stolton (2008) exponen que:

Las áreas protegidas son esenciales para la conservación de la biodiversidad. Son la piedra angular de prácticamente todas las estrategias nacionales e internacionales de conservación, están destinadas a mantener ecosistemas naturales operativos, actuar como refugios para las especies y mantener procesos ecológicos incapaces de sobrevivir en los entornos terrestres y marítimos con un mayor nivel de intervención. (p.2)

### **1.5.9 Clasificación de áreas protegidas**

Ponce (2012). Establece la clasificación de áreas protegidas conceptualizando que objetivo tendrán, el auto expone que se clasifica en:

- Reserva Natural Estricta: área protegida principalmente para la ciencia
- Área Silvestre: área protegida principalmente para la protección de áreas silvestres.

- Parque Nacional: área protegida manejada principalmente para la protección de ecosistemas y para la recreación
- Monumento Natural: área protegida manejada principalmente para la conservación de cualidades naturales específicas
- Áreas de Manejo de hábitat/especies: área protegida manejada principalmente para la conservación a través de manejo intervenido
- Paisaje terrestre/marino protegido: área protegida manejada principalmente para la conservación de paisajes terrestres/marinos y para la recreación
- Paisaje terrestre/marino protegido: área protegida manejada principalmente para la conservación de paisajes terrestres/marinos y para la recreación. (pag14)

#### **1.5.10 Impacto ambiental**

Según, Español Echaniz (2016) expresa que impacto ambiental es “La alteración inducida en el medio ambiente por una determinada actuación, tal y como es y tal como se percibe; El término alteración se refiere al desarrollo de un cambio en el complejo sistema” (p.18), por lo tanto, un impacto ambiental puede ser producido por factores externos e internos en la mismas.

Otros autores como Gutiérrez y Sánchez (2009), expone que:

Por impacto ambiental se entiende el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural catastrófico. Técnicamente, es la alteración de la línea de base (medio ambiente), debido a la acción antrópica o a eventos naturales. (p.1)

## 1.6 Fundamentación legal

En la pertinente fundamentación legal establecida para la presente idea de emprendimiento se ampara, en la Constitución de la República del Ecuador, Ley de Turismo, el Reglamento de Operación e Intermediación Turística y Reglamento de operación turística de aventura, y así tener un base legal en la que la idea de negocio pueda sustentarse

*Tabla 2 Fundamentación legal que ampara el diseño del emprendimiento.*

NORMA	ARTICULO	RELACIÓN
<b>CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR</b>	<p><b>TITULO II DERECHOS</b>  <b>Capítulo segundo Derechos del buen vivir</b></p>	<p>Dentro del proyecto el articulo veinticuatro garantiza a las personas el derecho a la recreación y la práctica de deporte.</p>
	<p><b>Art. 24.-</b> Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.</p>	
<p><b>Decreto Legislativo Registro Oficial 449 de 20-oct-2008 Ultima modificación: 13-jul-2011 Estado: Vigente</b></p>	<p><b>TITULO VI REGIMEN DE DESARROLLO</b>  <b>Capítulo sexto Trabajo y producción</b>  <b>Sección tercera</b>  <b>Formas de trabajo y su retribución</b></p>	

---

**Art. 325.-** El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

El presentes artículo ampara a la implementación del proyecto, ya que respalda el derecho al trabajo que pueden ser ejercidos por personas naturales y jurídicas enfocando el sustento, cuidado humano, actores productivos

---

**Art. 74.-** Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

El artículo setenta y cuatro ampara a la creación del proyecto ya que todas las personas del Ecuador tienen el derecho a los beneficios del ambiente y riquezas naturales.

---

**LEY DE TURISMO**

***CAPITULO II DE LAS  
ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE  
QUIENES LAS EJERCE***

**Ley 97 Registro  
Oficial Suplemento  
733 de 27-dic.-2002  
Ultima modificación:**

<b>29-dic.-2014 Estado: Vigente</b>	<b>Art.5.-</b> Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: <b>Literal d)</b> Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.	El artículo cinco de la Ley de turismo respalda a la elaboración del proyecto porque permite la implementación de operadoras turísticas a personas naturales o jurídicas.
<b>REGLAMENTO DE OPERACION E INTERMEDIACION TURISTICA</b> <b>Acuerdo Ministerial 21 Registro Oficial 783 de 24-jun.-2016</b> <b>Estado: Vigente</b>	<b><i>CAPITULO II DE LAS AGENCIAS DE SERVICIOS TURISTICOS</i></b>	
	<b>Art. 15.-</b> Clasificación. - Para la ejecución de las actividades de operación e intermediación turística, se reconoce la siguiente clasificación de agencias de servicios turísticos <b>Literal C)</b> Operador turístico	El artículo quince presenta que es viable realizar la ejecución de Operadora turística.
	<b>Art 18.-</b> Operador turístico. - Es la persona jurídica debidamente registrada ante la autoridad nacional de turismo que se dedica a la organización, desarrollo y operación directa de viajes y visitas turísticas en el país. Sus productos podrán ser comercializados de forma directa al usuario o a través de las demás	El artículo manifestado establece que una persona jurídicamente registrada puede ser operador turístico, dicho artículo abala a la creación del emprendimiento.

---

clasificaciones de agencias de servicios turísticos.

---

<b>REGLAMENTO DE OPERACIÓN TURISTICA DE AVENTURA Acuerdo 20140001, MINISTERIO DE TURISMO</b>	<b><i>CAPITULO IV - MODALIDADES TURÍSTICAS DE AVENTURA DE TIERRA.</i></b>
	<b><i>Seccion-3 de Cicloturismo</i></b>
	Art.23.- Modalidad turística de aventura que consiste en el recorrido de un área urbana rural o ambiente natural en bicicleta, generalmente por caminos o senderos rústicos o campo traviesa
	El presente artículo respalda totalmente en la creación de una operadora turística especializada en cicloturismo

---

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## CAPITULO II

### 2. ESTUDIO DE MERCADO

#### 2.1 Diseño de la investigación de mercado.

##### 2.1.1 Tipo de investigación

Según Martínez (2018), las encuestas sirven para entender mejor las creencias, comportamientos y pensamientos del grupo de personas entrevistadas. De esta forma, se elige a un número determinado de participantes, que se supone que son representativos de toda la población relevante para el investigador.

Mediante el apoyo de encuestas se intenta saber la perspectiva del turista que llega a contratar los servicios del emprendimiento, así como sus gustos y necesidades, y con dichos resultados intentar poder satisfacer en la gran mayoría de la forma correcta y así brindar un servicio de la mejor calidad, constantemente buscando el gozo del cliente, cumpliendo con ofrecer un servicio de calidad que genere buenas expectativas para el visitante.

#### **Investigación descriptiva.**

Jimenez (1998) menciona que:

Los estudios descriptivos se sitúan sobre una base de conocimientos más sólida que los exploratorios. En estos casos el problema científico ha alcanzado cierto nivel de claridad pero aún se necesita información para poder llegar a establecer caminos que conduzcan al esclarecimiento de relaciones causales.(p.12)

### **2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra**

El presente estudio la muestra de población que se tomará en cuenta son los turistas que acuden al Ibarra en un año, que aproximadamente es de 185.28, según el dato proporcionado por la cámara de turismo del GAD de la ciudad de Ibarra.

#### **Fórmula para el cálculo de la muestra:**

Turistas que visitan la ciudad de Ibarra en el periodo del año 2018: 185.28

Nivel de confianza 95%

Margen de error del 5%

Muestra 377.

### **2.1.3 Instrumentos de recolección**

Para la investigación de mercado se utilizará los siguientes instrumentos de recolección de datos.

Como expone Casas Anguita, Repullo Labrador, & Donado Campos (2002), "La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz." (p.1)

La encuesta es una de las herramientas que se tomó en cuenta para obtener resultado del posible segmento de mercado que podría adquirir los servicio que se ofertará a través de la operadora especializada en ciclo turismo.

Díaz, Torruco, Martínez, & Varela, (2013) expone que "La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar."(p.162)

Otra herramienta elegida para la recolección de datos que ayudará a la posible segmentación de mercado será la entrevista a diferentes entes, directivos, competencia.

#### 2.1.4 Resultados y discusión

*Tabla 3 Género*

<b>Pregunta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	190	50%
Femenino	177	47%
LGBTIQ	10	3%
Total	377	100%

Nota. Elaborado por el autor,2021.

De acuerdo a los datos brindados por la encuesta se puede señalar una prominente proporción de hombres encuestados a diferencia con el género femenino y LGBTIQ, los cual implica que, algunos servicios estarían enfocados levemente en el género masculino.

*Tabla 4 Edad*

<b>Pregunta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
18-25	175	46%
26-40	132	35%
41-65	68	18%
Mas de 65	1	0%
Otras	1	0%
Total	377	100%

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada en Microsoft forms a un total de 377 personas se puede divisar que, los resultados basados de la investigación refleja que existe un postura diversa en los cuatro ponderaciones de edad, por consiguiente, cabe recalcar que es de suma importancia establecer diversas rutas y paquetes enfocados para cada segmento de edad, igualmente esto contribuye a la determinación de actividades que se podría instaurar en cada ruta o paquete turístico ofertado por la operadora.

*Tabla 5 Lugar de procedencia*

<b>Pregunta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Ibarra	193	51.19%
Antonio Ante	28	7.42%
Cotacachi	14	3.71%
Pimampiro	13	3.44%
Otavalo	31	8.22%
Quito	48	12.73%
Cayambe	14	3.71%
Otro	36	9.55%
Total	377	100%

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Análisis

En la presente tabla se muestra que un gran número de la población encuestada son habitantes de la ciudad de Ibarra, Quito, de acuerdo a estas cifras es pertinente hacer énfasis a la oportunidad de mercado para dirigir el producto ofertado.

*Tabla 6 Ocupación/Formación*

<b>Pregunta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Empleado Público	53	14%
Empleado Privado	103	27%
Estudiante	157	42%
Otro	64	64%
Total	377	100%

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **Análisis**

En referencia con los resultados logrados en la encuesta revela que, existe una elevada cifra de personas que son estudiantes de pregrado y también de personas que poseen un empleo privado, esto es una ventaja por la oportunidad de tiempo libre que posee estos segmentos de mercado.

*Tabla 7 Nivel de instrucción*

<b>Pregunta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	4	1%
Secundaria	73	19%
Tercer nivel-Superior	266	71%
Cuarto nivel / otro	34	9%
Total	377	100%

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Análisis

En la sección de nivel de instrucción existe un alto rango de encuestados que en la actualidad se encuentran cursando estudios de pre grado; es decir que puede ser un excelente segmento de mercado ya que buscaran actividades de recreación en áreas naturales y culturales para dispersar su mente de la rutina diaria, y también siempre teniendo en cuenta los otros segmentos, ya que son parte importante de un segmento de mercado para realizar actividades de cicloturismo,

*Tabla 8 Nivel de ingresos mensuales*

<b>Pregunta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de \$ 400	169	45%
De \$ 401 a \$ 700	95	25%
De \$ 701 a \$ 1000	49	13%
De \$ 1001 a \$1500	50	13%
Más de \$ 1500	14	4%
Total	377	100%

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Análisis

Tomando en cuenta los resultados de la encuesta, la idea de negocio tiene que existir precios aptos, tomando en cuenta la capacidad de consumo de las personas, basándose en la tabla propuesta a fin de que todos los segmentos puedan obtener el producto planteado por la operadora.

*Tabla 9 ¿Qué tipo de actividad realiza usted en áreas naturales y culturales?*

<b>Pregunta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Trekking	46	12.20%
Cicloturismo	73	19.36%
Escalada	31	8.22%

Pesca	19	5.04%
Canyoning	24	6.37%
Cabalgata	27	7.16%
Otro	157	41.64%
Total	377	100%

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **Análisis**

En referencia a los datos revelados por la encuesta se puede indicar que hay actividades distintas (otros) que realizan las personas en áreas naturales, sin embargo, esto permite deducir que se podría realizar paquetes turísticos con varias temáticas y actividades al momento de realizar cicloturismo en áreas naturales.

Tabla 10 ¿Tiene algún conocimiento de lo que es el cicloturismo?

<b>Pregunta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	234	62%
No	143	38%
Total	377	100%

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **Análisis**

A partir de los resultados, se puede evidenciar que un elevado porcentaje de personas encuestadas tienen conocimiento de lo que es el cicloturismo, esto permite a que se facilite la introducción del emprendimiento en el mercado ya que las personas sabrán el concepto de la empresa y lo que ofrecen en producto y servicio.

*Tabla 11 ¿A usted le interesaría hacer cicloturismo?*

<b>Pregunta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	353	94%
No	24	6%
Total	377	100%

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **Análisis**

Mediante la aplicación de las encuestas ha resultado que la mayoría de personas, si estarían interesados en realizar la actividad de cicloturismo y es posible que tenga una gran aceptación la implementación de la operadora.

*Tabla 12 ¿Cuenta usted con bicicleta propia?*

<b>Pregunta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	196	52%
No	181	48%
Total	377	100%

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **Análisis**

En la presente tabla se evidencia que la disponibilidad tanto el no poseer una bicicleta propia en los encuestados es casi igual, sin embargo, estas cifras permiten tomar en cuenta este factor y así elaborar paquetes basados en los resultados obtenidos.

*Tabla 13 ¿Le gustaría contratar paquetes de cicloturismo, con rutas establecidas, visitas a lugares de interés, seguridad, primeros auxilios y actividades completarias?*

<b>Pregunta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	331	88%
No	46	12%
Total	377	100%

Fuente Elaborado por el autor,2021

### **Análisis**

De acuerdo con los resultados obtenidos se puede observar que un gran número de encuestados estarían dispuestos a contratar paquetes turísticos enfocados en cicloturismo, por esta razón se elaboraría paquetes turísticos meticulosamente, tomando en cuenta todo el factor antes analizado.

*Tabla 14 ¿Usted preferiría contratar los servicios una operadora especializada en cicloturismo o en una operadora turística convencional para realizar cicloturismo?*

<b>Pregunta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Operadora especializada en cicloturismo	329	87%
Operadora turística convencional	48	13%
Total	377	100%

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **Análisis**

Gracias a los datos obtenidos mediante la aplicación de encuestas se dedujo que un prominente segmento de personas considera que contratarían los servicios de una operadora especializada en cicloturismo, ya que pueden considerar que un

establecimiento de este tipo tiene más aptitudes y conocimientos sobre la actividad establecida.

*Tabla 15 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un tour en bicicleta por día?*

<b>Pregunta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
30 a 35 dólares-Vehículo de soporte, bicicleta incluida, box lunch, entradas lugares de interés, souvenir, almuerzo tradicional, cena, camping(incluido)	180	47.74%
35 a 45 dólares-Desayuno, Vehículo de soporte, bicicleta incluida, box lunch, entradas lugares de interés, almuerzo tradicional, souvenir, Hospedaje, cena	63	16.71%
45 a 55 dólares-Desayuno, Vehículo de soporte, bicicleta incluida, box lunch, entradas lugares de interés, almuerzo tradicional, souvenir, Hospedaje(medio), cena	105	27.85%
Mas de 60 dólares Desayuno, Vehículo de soporte, bicicleta incluida,	29	7.69%

box lunch, entradas  
lugares de interés y  
actividades, almuerzo  
tradicional, souvenir,  
Hospedaje(medio-alto),  
cena

Total	377	100%
-------	-----	------

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### Análisis

La población considera en su mayoría que estaría dispuestos a pagar por un paquete de cicloturismo en un rango de 30 a 35 y 45 a 55 dólares, teniendo en cuenta los posibles detalles de los paquetes cicloturisticos, también no hay que dejar a un lado la población que estaría dispuesto a pagar por un servicio un poco mas alto.

*Tabla 16 ¿Cuándo usted realiza la actividad de cicloturismo, ¿Con que grupos le gusta/ gustaría visitar?*

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Familiares	98	26%
Amigos	196	52%
Pareja	55	55%
Solo	28	8%
Total	377	100%

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Análisis

A continuación, según los resultados obtenidos se identifica que las personas encuestadas prefieren viajar con amigos, esto quiere decir que la idea de negocio debe crear paquetes turísticos teniendo en cuenta el factor amigos en cada una de las pertinentes salidas.

*Tabla 17 ¿Cuál es el medio de comunicación en el cual usted conoce acerca de tours en bicicleta, ciclo paseos, eventos ciclísticos, etc.?*

Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales (Facebook, Instagram, etc.)	301	80%
Páginas web	30	8%
Agencia/operadoras de Viaje	29	8%
Radio	4	1%
Otros	13	3%
Total	377	100%

Nota. Elaborado por el autor, 2021.

## Análisis

En los resultados obtenidos, entre los medios de comunicación que las personas utilizan para saber acerca de eventos ciclísticos, ciclo paseos etc, en su gran mayoría se ha destacado la redes sociales, esto apunta a que los medios digitales son los más idóneos para realizar publicidad.

## Discusión

De acuerdo a los datos recolectados a través de la encuesta se deduce que el grupo tanto masculino y femenino pueden ser el segmento de mercado al que se puede dirigir la idea de negocio, tomando en cuenta que el rango de edad entre

estas dos partes oscila alrededor de 18 a 40 años, un gran porcentaje de personas encuestada pertenecen a las ciudad de Ibarra, Quito, entre otras partes del Ecuador, es claro que una prominente cantidad de personas locales pueden ser el consumidor más fuerte de los servicios que la operadora especializada en cicloturismo brindara a los consumidores, sin embargo no toca dejar de lado a los habitantes de las demás ciudades de la provincia de Imbabura y ciudades de las provincias aledañas que pueden ser un mercado estratégico al momento de la implementación de la idea de negocio. Cabe recalcar que la condición económica de los encuestados está en un rango de 400 a 700 dólares, ya que la mayoría de personas son estudiantes con un margen de porcentaje menor al de trabajadores públicos y otros, pero considerando que es casi similar al de empleados privados, estas cifras se relacionan con el nivel de instrucción que la mayoría de personas poseen que es de tercer nivel. La muestra de población encuestada refleja que realizan otras actividades de las mencionadas en la encuesta, consiguiente a esto se refleja que el cicloturismo es una actividad que está en tendencia entre la población encuestada esto puede ser causa por la emergencia sanitaria que está pasando mundo, en consecuencia las personas han optado por visitar áreas naturales, las cifras arrojadas por la encuesta evidencia que las la población estaría dispuesta a contratar paquetes enfocados en cicloturismo y así recorriendo distintas rutas de la ciudad y la provincia disfrutando de la naturaleza y la cultura de los lugares destinados por las rutas, esto quiere decir que casi toda la totalidad de personas están dispuestas a contratar los servicios de una operadora turística especializada en brindar el servicio de cicloturismo en la ciudad de Ibarra, teniendo en cuenta que la edad de los ciudadanos esta entre 18 a 40 años, dicho grupo conoce sobre eventos, ciclopaseos, mediante redes sociales, esto quiere decir que es idóneo enfocarse en una promoción del emprendimiento por diferentes herramientas digitales para así tener una mayor demanda de personas interesada en adquirir los servicios de la operadora.

## 2.1.4 Entrevistas

### Intipungo

#### Datos personales

*Tabla 18 Datos informativos del establecimiento Intipungo*

<b>Datos</b>	<b>Respuestas</b>
Nombre	Alexandra Minda
Cargo	Contadora General
Experiencia laboral	10
Edad	32
Profesión	Magister en Contabilidad

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### Ecosierra

#### Datos personales

*Tabla 19 Datos informativos del establecimiento Ecosierra*

<b>Datos</b>	<b>Respuestas</b>
Nombre	Jhonatan Rueda
Cargo	Gerente
Experiencia laboral	3 años
Edad	25 años
Profesión	Ing en Turismo

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Recotur

### Datos personales

*Tabla 20 Datos informativos del establecimiento Intipungo*

<b>Datos</b>	<b>Respuestas</b>
Nombre	Margarita Mantilla
Cargo	Gerente general
Experiencia laboral	35 años
Edad	55 años
Profesión	Maestría en planificación turística

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## AllEquatorialtravel

### Datos personales

*Tabla 21 Datos informativos del establecimiento AllEquatorialtravel*

<b>Datos</b>	<b>Respuestas</b>
Nombre	Soila Villaruel
Cargo	Jefe de operaciones
Experiencia laboral	34 años
Edad	57 años
Profesión	Licenciada en empresas turísticas

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Pasaporte

### Datos personales

*Tabla 22 Datos informativos del establecimiento Pasaporte*

<b>Datos</b>	<b>Respuestas</b>
Nombre	Mauricio Casanova
Cargo	Asesor comercial
Experiencia laboral	12 años
Edad	36 años
Profesión	Lic Ecoturismo

Nota. Elaborado por el autor, 2021.

### Discusión

En este apartado se interpretan y se examinan los resultados obtenidos al momento de realizar las entrevistas de algunas operadoras y agencias de viajes de la ciudad de Ibarra; las ideas de negocio han tenido sus inicios de varias razones, partiendo de una necesidad, evolucionando en el mercado, asociaciones e ideas a razón del conocimiento y experiencia en el medio; los presentes emprendimientos tienen como misión de ofertar un servicio de calidad a los turistas que contratan su servicio, con ello esperan brindar un servicio por el cual los visitantes regresen y estén a gustos de viajar con ellos brindando experiencias de las cuales mencionan que son lo más importante al momento de realizar la actividad turística, teniendo en cuenta la experiencia de la mayoría de directivos de los negocios y la trayectoria que las empresas poseen en el medio son potenciales competencias en el sector.

Los dirigentes de las entidades entrevistadas hacen hincapié que las actividades de ocio y recreación son las más importantes e interesantes al momento de brindar su servicio, ya que con dichas actividades los turistas tienden a activar sus sentidos y con ello las personas disfrutan de realizar actividades al aire libre, y

recalcan que a consecuencia de la pandemia de Covid-19 que el mundo esta pasando las personas optan por realizar actividades al aire libre, teniendo momentos de disipación y salud mental a través del contacto con la naturaleza y así evitando las aglomeraciones. El segmento de mercado de las operadoras y agencias entrevistadas en su mayoría son Nacional, y a causa de la pandemia se están dedicando a diseñar paquetes y ofertas para que los turistas nacionales realicen actividades turísticas internamente , intentando fomentar y activar la economía del país, que a sido brutalmente golpeada a causa de la pandemia, las personas encargadas de los establecimientos de operación turísticas han notado una importante disminución de personas que contraten sus servicios y reflejando sus ganancias que han rebajado sustancialmente.

Los directivos entrevistados, mencionan que la actividad del cicloturismo en Ibarra e Imbabura a aumentado proporcionalmente a causa de la emergencia sanitaria y piensan que esta actividad tomara fuerza en el futuro ya que las personas a través de esta tienen momentos de disfrute y con ello está cuidando su salud para evitar un contagio y cosas aún peores.

## 2.2 Segmentación de mercado

Tabla 23 Segmentación del mercado

<b>SEGMENTACIÓN DE MERCADOS</b>			
<b>Producto turístico: Implementación de una operadora especializada en cicloturismo, como eje dinamizador turístico y sociocultural, Ibarra, Imbabura, Ecuador.</b>			
<b>Segmentación Geográfica</b>			
<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>País:</b>	Ecuador	1615692	100%
<b>Región:</b>	Sierra	7416102	45,9%
<b>Provincia:</b>	Imbabura	81576	11%
<b>Ciudad:</b>	Ibarra	18528	22%
<b>Análisis</b>			
La segmentación geográfica emite los resultados en donde se observa la cifra de visitantes que tiene el país, subdividido por la región, provincia y ciudad, teniendo en cuenta que la región sierra tiene un gran porcentaje de visitantes en el Ecuador, en donde la ciudad establecida para implementar el proyecto posee visitas de turistas alrededor de 18528 que será de ayuda para la segmentación del mercado.			
<b>Segmentación Demográfica</b>			
<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Género:</b>	Masculino	9.264	50%
	Femenino	8.708	47%
<b>Edad:</b>	18 a 25 años	8.522	46%

	26 a 40 años	6.484	35%
<b>Estado civil</b>	Soltero	14.377	77%
<b>Ocupación:</b>	Estudiante	7.781	42%
	Empleado privado	5.002	27%
<b>Nivel de ingresos:</b>	Menor o igual 400 dólares	8.337	45%

### **Análisis**

La tabla de segmentación demográfica da como resultado 17972 personas de género masculino y femenino son el promedio que visitan la ciudad de Ibarra, la mayoría de género masculino, con una edad que oscila entre de 18 a 40 años de edad, con la ocupación de estudiantes y empleados privados, los presentes segmentos cuentan con ingresos menores o iguales a 400 \$.

### **Segmentación Psicográfica**

	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Nivel Socioeconómico</b>	Medio-bajo	8.337	45%

### **Análisis**

Las personas tomadas en cuenta en la encuesta son estudiantes y empleados en el ámbito privado que cuentan con ingresos menores o iguales a 400\$ y estos son de un nivel socioeconómico Medio-bajo, es decir que los paquetes diseñados para los posibles visitantes serán de precios acorde al segmento.

### **Segmentación Conductual**

	<i>Variable</i>	<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Estilo de vida</b>	Aventurero	12.580	67%

---

## Análisis

El estilo de vida del posible mercado meta es aventurero, ya que las personas encuestados han dado visto bueno la implementación de la operadora a través de las preguntas realizadas, esto es posible ya que existe un gran porcentaje de personas que muestra que el emprendimiento tiene viabilidad.

---

Nota. Elaborado por el autor, 2021.

### 2.3 Análisis de la oferta

Centralmente en el estudio del mercado se hará un recalque en los atractivos turísticos que tengan más relevancia de la ciudad de Ibarra, los que serán de gran importancia para el desarrollo de proyecto.

*Tabla 24 Atractivos turísticos de Ibarra*

<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>
<b>Catedral de Ibarra</b>	Manifestación cultural	Históricas	Arquitectura religiosa
<b>Cerro Cubilche</b>	Sitio natural	Montaña	Montaña
<b>Volcán Imbabura</b>	Sitio natural	Montaña	Volcán
<b>Bordados de Zuleta</b>	Manifestación cultural	Manifestación artística	Artesanía a mano.
<b>Mirador Muchanajo Rumi</b>	Sitio natural	Montaña	Mirador
<b>Cerro en Cunro</b>	Sitio natural	Montaña	Cerro
<b>Cascada Sisa Paccha</b>	Sitio natural	Lacustre	Cascada
<b>Laguna de Yahuarcocha</b>	Sitio natural	Lacustre	Laguna

---

Nota.Elaboración por del autor a partir de información recolectada del catastro turístico del GAD cantonal de Ibarra,2021

## **Análisis**

La provincia de Imbabura y la ciudad de Ibarra poseen una gran diversidad de atractivos y recursos turísticos naturales y culturales que serán de gran apoyo al momento de ofrecer el servicio en la operadora, teniendo en cuenta cada uno de ellos al momento de armar las posibles rutas y así que puedan servir como destinos al momento de realizar la actividad turística con las personas que contraten los servicios de la operadora turística.

*Tabla 25 Oferta de Operadoras*

<b>Nombre</b>	<b>Tipo de producto</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Observaciones</b>
Pasaporte	Operadora turística	Ibarra	Privado
Intypungo	Operadora turística	Ibarra	Privado
Recotur	Operadora turística	Ibarra	Privado
Ecosierra	Operadora turística	Ibarra	Privado
Allequatorial travel	Operadora turística	Ibarra	Privado
Esitour	Operadora turística	Ibarra	Privado
Arcotur	Operadora turística	Ibarra	Privado

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Análisis

En la presente tabla se hace relación a la oferta de operadoras y agencias de viajes que están establecidas cerca de la zona de la elaboración del emprendimiento y son establecimientos referentes internamente del cantón y sus alrededores, los cuales son operadoras que tienen gran trayectoria y también que están posicionándose en el mercado, pero con los datos brindados de cada una de ellas se podrá llegar a calcular la posible demanda de la operadora cicloturística.

### 2.4 Proyección de la competencia

La proyección de la competencia para la idea de negocio planteada se realiza basándose en el número de individuos que hacen utilización de servicios de contrataciones de paquetes en las operadoras turísticas cercanas

*Tabla 26 Promedio de contrataciones de servicios en operadoras del sector.*

<b>Nombre del establecimiento</b>	<b>Cantidad de turistas del año 2019</b>	<b>Promedio anual</b>
Operadora Intipungo	20000	-
Operadora Ecosierra	2000	-
Operadora Ecoturin	1000	-
Operadora Allequatorial travel	400	
Operadora Pasaporte	600	-
<b>Total</b>	<b>26700</b>	<b>5340</b>

Nota. Elaborado por el autor, 2021.

## Análisis

De acuerdo a la indagación que se realizó se presume que la principal competencia es la Agencia y operadora Intipungo que tuvo una cantidad de 20000 visitantes los cuales contrataron los servicios de la misma en el 2019, debido a la trayectoria profesional y brindado servicios turísticos se considera una competencia muy fuerte.

Oferta futura para una proyección de 5 años

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

Dónde:

C<sub>n</sub>= Oferta futura

C<sub>o</sub>= Oferta actual

I= Tasa de crecimiento

N= Año proyectado

*Tabla 27 Oferta turística para el emprendimiento.*

<b>Año</b>	<b>Oferta <math>C_n = C_o(1 + i)^n</math></b>
0	5340
1	5927
2	6579
3	7303
4	8106
5	8998

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Análisis

Con el empleo de la fórmula de Muñoz se cree que a lo largo de 5 años la proyección de la oferta será de 8998 personas que se adquirieran los servicios de la operadora, con esto se tiene un enfoque en cuanto a la oferta que podría haber en la idea de negocio cuando se prepare para poner en marcha sus funciones.

### 2.5 Análisis de la demanda

*Tabla 28 Demanda potencial*

Segmento de la población que visitara la ciudad de Ibarra	Población: 18528
% de intención de compra del producto	% 88
<b>Demanda potencial</b>	<b>16304</b>

Nota. Elaborado por el autor, 2021.

## Análisis

En la tabla sobre la demanda potencial se divisa que existe un 88% que equivale a 16304 personas que puede ser la futura demanda potencial para la operadora por año, se prevé que esta será la cantidad de usuarios que contrataran los servicios de cicloturismo en la operadora.

La proyección de la demanda para la presente idea de negocio se esboza para los próximos 5 años, para esto se ha empleado la fórmula del aumento poblacional.

## 2.6 Proyección de la demanda

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

Donde:

**C<sub>n</sub>** = Incremento compuesto

**C<sub>o</sub>** = Número de clientes iniciales (18528\*88%) /100%

**C<sub>o</sub>** = 16304

**i** = Índice de crecimiento turístico (11%) 0,11

**n** = Años a proyectar (2019- 2024)

*Tabla 29 Proyección de la demanda*

<b>Año</b>	<i>Demanda <math>C_n = C_o(1 + i)^n</math></i>
0	16304
1	18097
2	20088
3	22297
4	24750
5	27473

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **Análisis**

Según el empleo de la fórmula se pronostica que entre 5 años, por consiguiente para el 2024 se espera una demanda de alrededor de 27473 de visitantes para el quinto año, de los que se prevé que contratarán los servicios de la operadora, esperando un disfrute total y satisfacer todas sus necesidades.

## 2.7 Demanda insatisfecha

Tabla 30 Proyección de la demanda insatisfecha del proyecto

<b>Año</b>	<b>Demanda potencial</b>	<b>Proyección de Competencia</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
<b>Año1</b>	18097	5927	12170
<b>Año 2</b>	20088	6579	13509
<b>Año 3</b>	22297	7303	14994
<b>Año 4</b>	24750	8106	16644
<b>Año 5</b>	27473	8998	18475

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Análisis

La demanda insatisfecha es la proporción de turistas que resulta que no pudieron contratar un servicio por alguna razón, se observa que es una cantidad media alta en cada año, esto representa a que puede existir un gran número de turistas que esperarían contratar el servicio, con los presentes datos se plantea realizar la demanda objetiva proyectada.

## 2.8 Demanda objetiva proyectada

Tabla 31 Proyección de la demanda objetiva

<b>Año</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Demanda objetiva</b>
<b>Año 1</b>	12170	1947
<b>Año 2</b>	13509	2161
<b>Año 3</b>	14994	2399
<b>Año 4</b>	16644	2663
<b>Año 5</b>	18475	2956

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## **Análisis.**

En la tabla expuesta se da a conocer que la demanda objetiva para el quinto año que es el año 2024 será de 2956 turistas los cuales contrataran los servicios de la operadora para satisfacer sus necesidades y tener un momento de ocio y recreación en espacio naturales, el presente calculo se lo realizo a base de la capacidad que tendrá la operadora al momento de realizar los tours, la cual contara con 14 bicicletas, que podría acoger el 16% de la demanda insatisfecha dando como resultado por cada año una demanda que aumentara alrededor de 250 turistas por cada año proyectado.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO TECNICO ADMINISTRATIVO**

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

##### **3.1.1 Macro localización**

Los aspectos que se tomaron como referencia en el momento de establecer la ubicación de la propuesta de una operadora turística en la provincia de Imbabura ciudad de Ibarra parroquia San Francisco fueron los siguientes en el ámbito de macro localización.

##### **Ubicación**

Ecuador una nación ubicada en la parte noroccidental de la región de Sudamérica, y el octavo país con un territorio de los más pequeños del subcontinente. La capital de dicho país es Quito, y la ciudad más poblada es Guayaquil. Su idioma oficial es el castellano, con otras trece lenguas indígenas reconocidas, incluyendo kichwa y Shuar. Es una patria con una exuberancia cultural y natural. La variedad de sus cuatro regiones ha dado espacio para que cientos de miles de especies de flora y fauna se desarrollen. Considerado como uno de los 17 países donde está la mayor concentración de biodiversidad en el planeta. Ofrece varios atractivos turísticos y una gran variedad de culturas y tradiciones. (Noren, 2020)

##### **Vías de acceso**

Para acceder a la ciudad de Ibarra desde Quito la capital del Ecuador es por la panamericana E35 dicha vía de acceso conecta a todo el territorio ecuatoriano, dentro de la ciudad las vías son de segundo orden ideoneas para poder movilizarse sin ningún inconveniente.

Figura 1 Mapa del Ecuador



Nota. Elaborado por el autor desde la plataforma Argis ,2021.

### 3.1.2 Micro localización

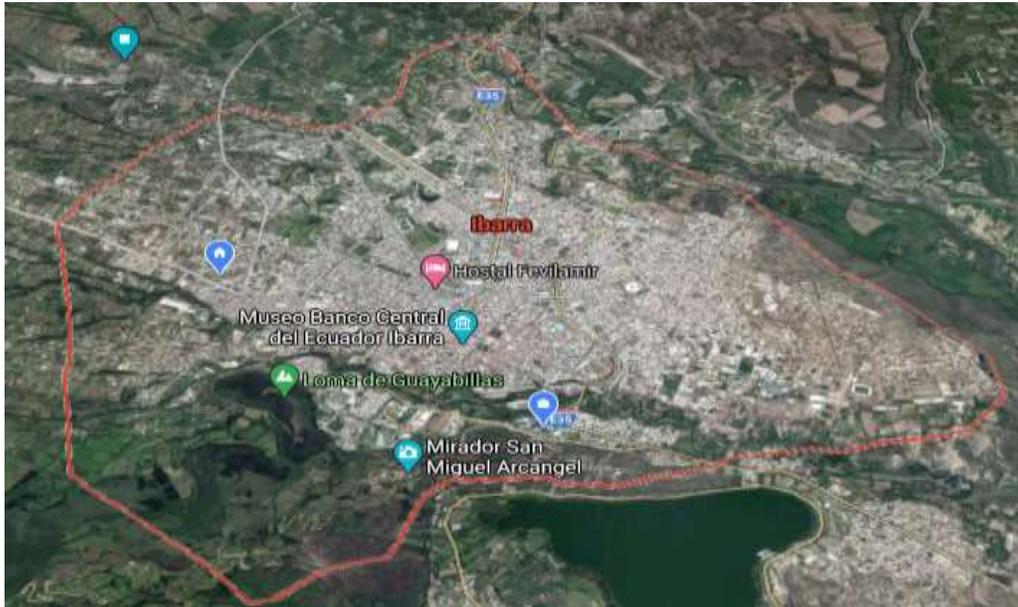
#### Tipo de lugar

El lugar escogido para la realización del proyecto se encuentra ubicado en el barrio central de la parroquia San Francisco de la cual hasta la actualidad no cuenta con un establecimiento que ofrezca los servicios de operación en cicloturismo y ningún tipo de servicio relacionado con el presente proyecto.

La parroquia en su totalidad cuenta con servicios de energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, servicios de internet.

Este emprendimiento estará ubicado en la ciudad de Ibarra capital de la provincia de Imbabura, en el sector de Yacucalle en las calles Av. Teodoro Gómez de la Torre y Prof. Lucila Benalcázar Beltrán 1119.

Figura 2 Mapa de Ibarra



Nota. Elaborado por el autor,2021.

Figura 3 Mapa de Ibarra



Nota. Elaborado por el autor,2021.

## **3.2 Identificación y descripción de los procesos**

### **3.2.1 Caracterización y diseño del producto/servicio**

Los servicios que brindará la operadora cicloturística están enfocados en la el disfrute y recreación de los usuarios que contraten los servicios en cada una de las rutas establecidas, existirá atractivos naturales y culturales, permitiendo así que las personas tengan un contacto con la naturaleza y el entorno sociocultural de varios lugares. Por esta razón se ofertará algunas rutas cicloturisticas alrededor de la ciudad y de la provincia, y así permitiéndole al turista disfrutar de la gastronomía, manifestaciones culturales, atractivos naturales etc. Cada una de las actividades ofertadas podrá ser adquirida por el visitante dependiendo de las necesidades a satisfacer del cliente o consumidor.

Cada cliente contará con un servicio calidad el cual tratará de cubrir todas las necesidades y expectativas del visitante además de ser uno de los pocos Tour Operadores especializados en cicloturismo. Los tours siempre se organizarán en grupos reducidos, permitiéndonos así ofrecerles la más íntima y auténtica experiencia de visitar los diferentes atractivos turísticos de la provincia y del cantón Ibarra.

### **3.2.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio**

Los circuitos de cicloturismo que se brindará a los usuarios que contraten el servicio de la operadora se complementará con otras actividades como gastronomía, alojamiento, emprendimientos comunitarios y visitas a las poblaciones que componen las rutas, cautivando al turista a conocer estos sitios de una forma sostenible el cual es andar en bicicleta.

## Prototipo de bicicleta

Figura 4 Prototipo de bicicleta



Nota. Elaborado por el autor,2021.

En la presente tablas se expondrá los componentes que tendrán las bicicletas las cuales serán destinadas para el uso por los turistas en las rutas establecidas por parte de la operadora.

Tabla 32 Componentes de la bicicleta

Componentes de la bicicleta	
<b>Cuadro o marco</b>	
El GW es un marco de aluminio óptimo para realizar la actividad de cicloturismo con una resistencia y durabilidad de gran magnitud.	
<b>Suspensión u horquilla</b>	
La horquilla SR suntour xcm32 es una horquilla con gran durabilidad de origen	

---

japonés, que tiene 100mm para amortiguar el impacto del camino.



---

### **Volante**

Volante Hawk, un componente que ayudará al manejo de la bicicleta con su extensión alargada será de beneficio para un mejor manejo.



---

### **Frenos**

Los frenos hidra marca Hawk delantero y trasero de la bicicleta, servirán para dar seguridad al turista cuando este en la bicicleta.



---

### **Transmisión**

La transmisión que las bicicletas tendrán será Shimano alivio, es una transmisión con características y funciones aptas para el uso en la rutas pre-establecidas.



---

### **Sillín y tija**

Estos elementos es algo fundamental al momento de realizar la actividad de cicloturismo, el sillín antiprostatico Venzo ayuda a la postura correcta de los huesos isquios del ciclistas al momento de pedalear evitando incomodidades y lesiones.



---

### **Aros y cubierta**

Aros de doble pared marca Giant, brindará más protección a la cubierta de pinchazos

Cubierta Chaoyang: Una cubierta que está posicionándose en el mercado con relación función, calidad, precio que brindara una buena tracción en caminos pavimentados tercer orden y senderos.



---

Nota. Elaborado por el autor,2021.

Las rutas establecidas en los paquetes elaborados por parte de la operadora turística tendrán una tabla marcando los niveles de dificultad de la ruta elegida por los clientes que contrate los servicios.

Tabla 33 Niveles generales de dificultad de las rutas establecidas

### Niveles de dificultad

Niveles	Simbología	Tipo	Edad recomendada	Condición física recomendada
<b>Principiante</b>		Trail	6 años en adelante	Bajo
<b>Intermedio</b>		Trail	12 años-65 años	Regular
<b>Avanzado</b>		All Mountain	17 años-50 años	Alto

Nota. Elaborado por el autor,2021.

A continuación, se presentará las rutas y paquetes que contará la operadora turística.

#### Ruta 1: Ruta del Vapor (Ibarra- Chachimbiro)

Los diferentes rincones de nuestra provincia tienen cualidades que lo hacen único, y hay un lugar en el que se han fusionado bellos paisajes, aguas medicinales, naturaleza, gastronomía cultura y un clima privilegiado. El abrigo de su gente se nota a cada pedaleada de la bicicleta, ellos han logrado que la estadía de los visitantes sea muy agradable, con piscinas, comida deliciosa, hecha de la forma más usual de la localidad; aquí se respira paz, es el área ideal para renunciar al ritmo acelerado de las grandes ciudades de nuestro país, está situado al norte de nuestra nación y a menos de 3 horas de la capital, nos embarcamos en una aventura de total descanso hacia Chachimbiro.

Tabla 34 Nivel de dificultad de Ruta del Vapor

### Niveles de dificultad

Niveles	Simbología	Tipo	Edad recomendada	Condición física recomendada
Intermedio	★ ★	Trail	12 años-65 años	Regular

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### Información

- **Punto de Inicio:** Sede de la Operadora
- **Hora salida:** 8:00 am
- **Hora de Llegada (Retorno):** 9:00 am al siguiente día siguiente
- **Guía turístico**
- **Lugar de Llegada:** Termas Chachimbiro

### Que llevar

- Protector solar
- Repelente antimosquitos
- Gorra
- Terno de baño, gorra de baño
- Documentos
- Ropa cómoda
- Dinero en efectivo

### Descripción

La ruta del vapor establecida desde Ibarra a Chachimbiro, lleva este nombre por las propiedades curativas que posee las piscinas, las cuales es el principal atractivo, de la presente ruta.

La ruta tiene diferentes tipos de caminos, empezando desde la salida de la oficina de la operadora hasta el fin del recorrido, durante la ruta establecida por la operadora se disfrutará de paisajes hermosos y sitios naturales excelentes.

Partiremos desde la capital de la provincia de Imbabura, dotando de los equipos de seguridad y bicicletas respectivas para el tour, entre todo esto se dará una pequeña capacitación e instrucciones para el transcurso de esta mágica ruta; en la ruta del vapor disfrutaremos de algunas actividades con las personas de la localidad, en la cual podrá conocer algunos aspectos culturales e históricos de los pueblos, como historias, leyendas, gastronomía del lugar y actividades alternativas. La Hacienda San Francisco un lugar icónico del lugar que tiene una historia alrededor de 3 siglos que brinda varias actividades en su establecimiento como cabalgatas, demostración de la elaboración de quesos ordeño y al ganado, en este establecimiento existen varias rutas ciclísticas que se podrá realizar.

Después de la visita a la Hacienda San Francisco, nos dirigiremos al almuerzo a un emprendimiento de la zona en donde el turista podrá disfrutar de la pesca deportiva y de la deliciosa gastronomía del establecimiento, seguido de esto se dará un tiempo para conocer el lugar, para después dirigirnos a Santagua de Chachimbiro en donde se disfrutará de sus aguas medicinales para tomar un respectivo descanso en las instalaciones de este bello lugar.

Finalmente, para el descanso en la noche, el hospedaje será cerca de las termas un lugar muy acogedor llamado Agua Savia en donde el turista pueda descansar en paz y muy placido.

### **Itinerario**

Tabla 35 Itinerario de ruta del vapor

<b>RUTA DEL VAPOR</b>		
<b>Día 1</b>		
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
<b>8:00 am</b>	Reunión en la sede oficina de turista	Recepción del grupo de turistas en la sede de la oficina
<b>8:00 am – 8:30 am</b>	Entrega de equipos	Entrega de equipos de protección y bicicleta, seguida de esta una pequeña charla sobre seguridad y protocolos en ruta.
<b>8:30 am-9:30am</b>	Primera parada	Entrega de <i>box lunch</i> a los turistas, brindando una breve reseña de la ruta agregado de fotografías
<b>9:30am -11:00am</b>	Segunda parada Hacienda San Francisco	Llegada a la Hacienda San Francisco
<b>11:00am-12:30pm</b>	Actividades en Hacienda San Francisco	Al Entrar en Hacienda San Francisco, se recorrerá la fábrica de quesos, rutas de cicloturismo.
<b>12:30pm-2:30 pm</b>	Segunda parada: Pesca deportiva y almuerzo	Llegada al establecimiento donde se brindará el almuerzo. En este lugar se dará la oportunidad a los turistas de realizar la actividad de pesca deportiva en la piscina de truchas del establecimiento, para luego ser servidas en su

		almuerzo, continuo a eso disfrutar del ambiente del lugar
<b>2:30pm-3:30pm</b>	Cuarta parada: Llegada a las termas Chachimbiro	En este lugar se receptorán la bicicletas y equipos para el ingreso al balneario
<b>3:30pm- 6:30pm</b>	Uso de las instalaciones del Balneario	Aquí se podrá disfrutar de las instalaciones de Santagua de Chachimbiro
<b>7:00pm</b>	Quinta parada: Check in en el hotel Agua sabia	Agua sabia es el hotel en donde se pernoctará.
<b>8:30pm</b>	Reunión del grupo para la cena	La cena se brindará en el hotel a todos lo turistas y sería el fin del día uno.
<b>Día 2</b>		
<b>8:00 am 9:30</b>	Desayuno	Se servirá el desayuno, y se retornara a las oficina de la Operadora

Nota. Elaborado por el autor,2021.

Tabla 36 Elementos y costos de ruta del vapor

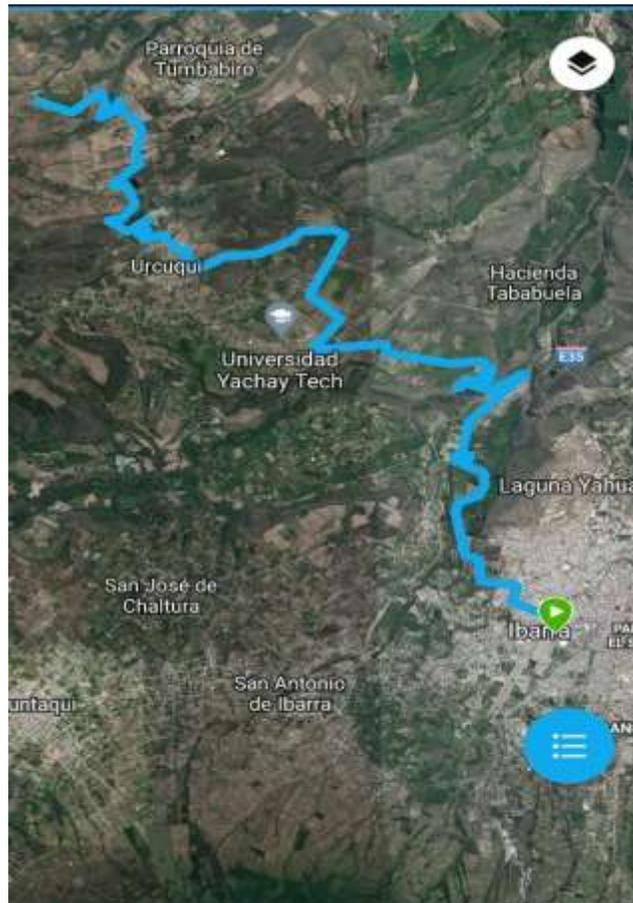
<b>Ruta 1</b>	Elementos	Costo	
	Vehículo de abastecimiento	6.00	dolares
	Hidratación- Agua Ilimitada	1.50	dolares
	Entrada termas Cachimbiro	4.00	dolares
	Entrada a la Hacienda San Francisco	3.00	dolares
	Alojamiento-Desayuno	20.00	dolares
	Box lunch-Fruta,Galletas, Bebida	1.50	dolar
	Almuerzo	3.00	dolares
	Cena	2.00	dolares
	Bicicleta incluida	1.00	dolar
	Fotografia	-----	
	<b>Total</b>	<b>42.00</b>	<b>dolares</b>
	<b>Precio turista</b>	<b>70.00</b>	<b>dolares</b>
	<b>Ganancia</b>	<b>28.00</b>	<b>dolares</b>

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **Ruta Establecida**

En la Imagen se puede divisar la ruta de la cual se podrá disfrutar cuando se contrate el paquete de la Ruta del Vapor, junto a esto se anexará un link para acceder a la ruta y poder descargarse, gracias a la aplicación de geolocalización Koomot.

Figura 5 Ruta del Vapor



Nota. Elaborado por el autor,2021.

### Datos técnicos de la ruta

Tabla 37 Datos técnicos de la ruta del vapor

Tiempo estimado	6 horas
Distancia	33.1 km

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Superficie

Tabla 38 Datos de la superficie de ruta del vapor

Superficies de la ruta	
Camino natural:	3.87 km
Pista no pavimentada:	7.08 km
Pista pavimentada:	12 km
Asfalto:	10.2 km

Nota. Elaborado por el autor,2021.

Figura 6 Perfil elevación ruta del vapor



Nota. Elaborado por el autor,2021.

Tabla 39 Datos de perfil de elevación de la ruta del vapor

Perfil de elevación	
Desnivel positivo	770m
Desnivel negativo	700m
Altitud máxima	2.300m
Altitud mínima	1.810m
Velocidad media estimada	10Km/h

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## **Ruta 2: Ruta de las Haciendas (Ibarra-San Clemente)**

Disfruta de la naturaleza a un paso de la ciudad de Ibarra, ya sea que estés en busca de un reto o un paseo tranquilo en bicicleta, la Ruta de la hacienda tiene algo para todos. Coge tu bici y experimenta la belleza de una ruta que cubre alrededor de 27.5 kilómetros desde Ibarra hasta la comunidad de Chirihuasi. Mientras la recorres, tendrás la rivera del río Tahuando junto a ti, la brisa del viento en tu rostro y podrás disfrutar de turismo vivencial en la comunidad de Chirihuasi. Una serie de sensaciones que harán que tu recorrido sea único despertando todos tus sentidos.

### **Información**

**Punto de Inicio:** Sede de la Operadora

**Hora salida:** 8:00 am

**Hora de Llegada:** 5:00 pm

### **Guía turístico**

**Lugar de Llegada:** San Clemente

### **Que llevar**

- Protector solar
- Repelente antimosquitos
- Gorra
- Mudada Extra de ropa
- Documentos
- Ropa cómoda
- Dinero en efectivo

Tabla 40 Nivel de dificultad ruta de las haciendas

Nivel de dificultad				
Niveles	Simbología	Tipo	Edad recomendada	Condición física recomendada
Intermedio	★ ★	Trail	12 a 65 años en adelante	Media

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### Descripción

La ruta de las haciendas establecida desde Ibarra a Chirihuasi, lleva este nombre por las diversas haciendas que existe al momento del recorrido.

La ruta tiene diferentes tipos de caminos, empezando desde la salida de la oficina de la operadora hasta el fin del recorrido, durante la ruta establecida por la operadora se disfrutará de paisajes hermosos y diversas construcciones de haciendas de tiempos antiguos y contemporáneos.

Partiremos desde el centro de la ciudad de Ibarra, en donde los guías del recorrido dotará los equipos de seguridad y bicicletas respectivas para el tour, entre todo esto se dará una pequeña capacitación e instrucciones para el transcurso de este maravilloso recorrido ; en la ruta de las haciendas disfrutaremos de algunas actividades con las personas de la localidad de la cultura indígena en la cual podrá conocer algunos aspectos socioculturales e históricos de los pueblos, como historias, leyendas, gastronomía, costumbres del lugar y actividades alternativas. En la ruta de la haciendas se realizaran algunas actividades complementarias durante el recorrido; En la primera parada se tomara fotografías en el hermoso mirador de esta ruta en donde se puede divisar la ciudad de Ibarra, en la segunda parada disfrutaremos de un descenso de la modalidad de Canyoning en las bellas

3 cascadas, seguido de esto llegaríamos al refugio terraesperanza que se encuentra a 3 minutos de este lugar para el respectivo Box Lunch; La siguiente parada sería en La Hosteria Chiriguasi un lugar icónico de la localidad, en el presente lugar se dará paso al almuerzo típico de la zona, mientras se disfruta del campo y una hermosa vista al volcán Imbabura y ciudad de Ibarra .

Después de la visita a la “Hostería Chyrywasy” , nos dirigiremos a Kindipak Kawsa un emprendimiento de la zona en donde el turista podrá disfrutar de la flora y fauna, aquí tendremos la oportunidad de realizar actividades vivenciales como ordeño de ganado, conocer algunos métodos antiguos de siembra entre otros.

Finalmente, se retornará a las oficinas de la operadora.

## Itinerario

*Tabla 41 Itinerario de ruta de las haciendas*

<b>RUTA DE LAS HANCIENDAS</b>		
Full Day		
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
8:00 am	Reunión en la sede oficina de turista	Recepción del grupo de turistas en la sede de la oficina
8:00 am – 8:30 am	Entrega de equipos	Entrega de equipos de protección y bicicleta, seguida de esta una pequeña charla sobre seguridad y protocolos en ruta.
8:30 am-9:00 am	Primera parada	Fotografía en el hermoso mirador donde se observa la ciudad.

9:00am -10:00 am	Segunda parada Tres Cascadas del Tahuando	Descenderemos a las cascadas del Tahuando en donde se realizará la actividad de canyoning, se brindará una breve charla y se dotará de equipos.
10:00am-12:00pm	Actividades de canyoning	En este transcurso de tiempo se realizará el descenso de cascadas y se brindará el box lunch en el refugio Terraesperanza
12:00pm-2:30 pm	Tercera parada: Entrada al lugar del almuerzo Hostería Chiriguasi	Llegada al establecimiento donde se brindará el almuerzo a los turistas su almuerzo típico, continuo a eso disfrutar del ambiente del lugar.
2:30pm-3:00 pm	Cuarta parada: Llegada a al emprendimiento Kindipak Kawsa	En este lugar se realizarán las actividades de turismo vivencial y disfrutar de la flora y fauna del lugar.
4:30pm- 5 pm	Fin del recorrido	Aquí se terminará el recorrido en donde se retornará a la oficina de la operadora.

Nota. Elaborado por el autor,2021.

Tabla 42 Costos de la ruta

<b>Ruta 2</b>	<b>Elementos</b>	<b>Precio</b>
	Vehículo de abastecimiento:	5.00 dolares
	Hidratación:	1.50 dolares
	Canyoning:	12.00 dolares
	Box lunch:	1.00 dolar
	Almuerzo típico:	3.00 dolares
	Entrada a emprendimiento:	3.00 dolares
	Guia	2.00 dolares
	Bicicleta incluida	1.00 dolar
	Fotografía	-----
	<b>Total:</b>	<b>27 dolares</b>
	<b>Precio turista:</b>	<b>45 dolares</b>
	<b>Ganancia:</b>	<b>18 dolares</b>

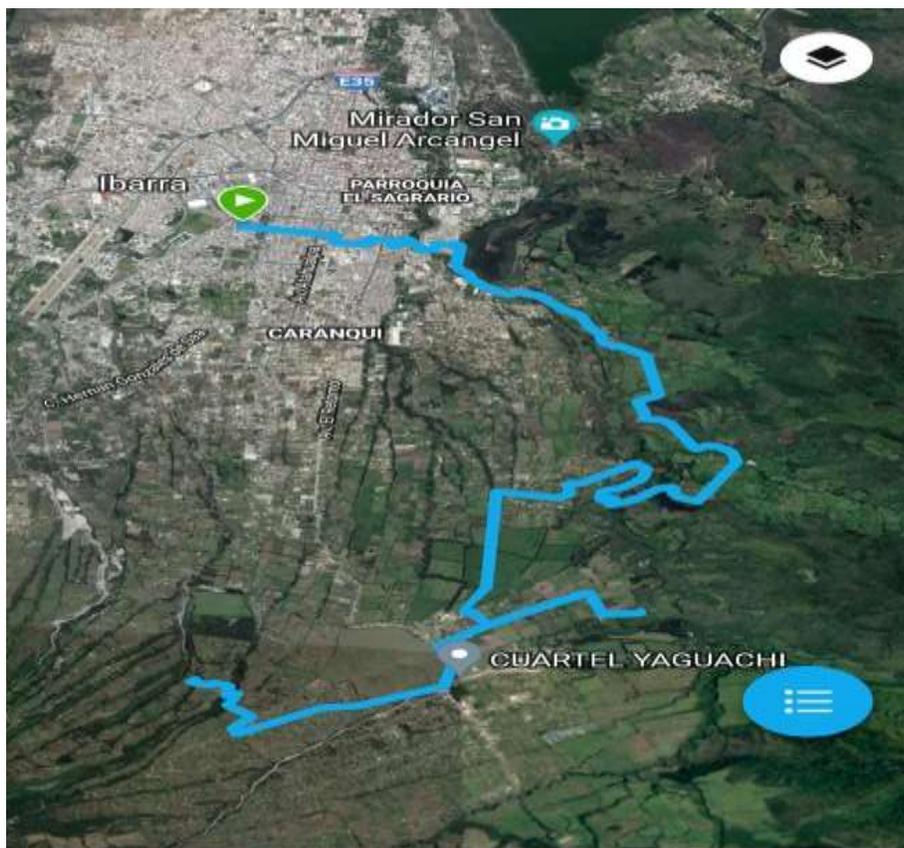
Nota. Elaborado por el autor, 2021.

### Ruta establecida

En la Imagen se puede divisar la ruta de la cual se podrá disfrutar cuando se contrate el paquete de la Ruta de las haciendas por parte del usuario, junto a esto se anexara un link para acceder a la ruta y poder descargarse, gracias a la aplicación de geolocalización Koomot.

<https://www.komoot.es/tour/361180321/zoom>

Figura 7 Ruta de las Haciendas



Nota. Elaborado por el autor,2021.

### Datos técnicos de la ruta

Tabla 43 Datos técnicos de la ruta

Tiempo estimado	7 horas
Distancia	21. km

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Superficie

Tabla 44 superficie de la ruta de las haciendas

### Tabla datos

#### Superficies de la ruta

Pista no pavimentada:	15.1 km
Pista pavimentada:	3.6km
Asfalto:	2.66 km

Nota. Elaborado por el autor,2021.

Figura 8 Perfil elevación ruta de las haciendas



Nota. Elaborado por el autor,2021.

Tabla 45 Perfil de elevación de la ruta de las haciendas

#### Perfil de elevación

Desnivel positivo	860 m
Desnivel negativo	320 m
Altitud máxima	2.800 m
Altitud mínima	2.210 m
Velocidad media estimada	7.8 Km/h

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### Ruta 3: Ruta de la Sal (Ibarra-Salinas-Mira)

#### Ruta de la Sal

Esta ruta es una de las más bellas de la ciudad de la provincia, la presente ruta esta constituida por vías de primer, segundo y tercer orden y también une a dos provincias que son Imbabura y Carchi a través de una de las antiguas vías.

Cualquier vía que decida elaborar será dotada de hermosura, ya que tendrá la oportunidad de tomar un respiro en los lugares estratégicos y donde se realizarán varias actividades.

Tabla 46 Niveles de dificultad de la ruta de la sal

Niveles de dificultad				
Niveles	Simbología	Tipo	Edad recomendada	Condición física recomendada
Intermedio	★ ★	Trail	12 años-65 años	Regular

Nota. Elaborado por el autor, 2021.

#### Información

**Punto de Inicio:** Sede de la Operadora

**Hora salida:** 8:00 am

**Hora de Llegada (Retorno):** 9:00 am del siguiente día

**Guía turístico:** Incluido en todo en tour

**Lugar de Llegada:** Hostería Paraíso escondido

## **Que llevar**

- Protector solar
- Repelente antimosquitos
- Gorra
- Terno de baño
- Documentos
- Ropa cómoda
- Dinero en efectivo

## **Descripción**

La ruta de la sal establecida desde Ibarra a Salinas, lleva este nombre por la gran historia que tiene desde la época colonial.

La ruta tiene diferentes tipos de caminos, empezando desde la salida de la oficina de la operadora hasta el fin del recorrido, durante la ruta establecida por la operadora se disfrutará de paisajes hermosos y diversos microclimas.

Partiremos desde el centro de la ciudad de Ibarra, en donde los guías del recorrido dotara los equipos de seguridad y bicicletas respectivas para el tour, entre todo esto se dará una pequeña capacitación e instrucciones para el transcurso de este maravilloso recorrido ; en la ruta de la sal disfrutaremos de algunas actividades con las personas de la localidad de la cultura afroecuatoriana en la cual podrá conocer algunos aspectos socioculturales del pueblo, como historias, leyendas, gastronomía, costumbres del lugar y actividades alternativas. En la ruta de la sal se realizaran algunas actividades complementarias durante el recorrido; En la primera parada haremos una visita a la “Hostería mama rebeca” donde será la dotación del box lunch a los turistas, seguido de esto llegaríamos a la estación de salinas y visitaremos el museo en donde se conocerá la historia del lugar, sociedad todo acerca las minas de sal; La siguiente parada seria en el parador la Casa vieja un lugar icónico de la localidad en donde se disfrutara de un almuerzo típico, en dicho

establecimiento tendremos la oportunidad de realizar actividades como el manejo del trapiche, conocer algunos métodos de siembra y cocina entre otros, en este dicho establecimiento se dará paso al almuerzo típico de la zona .

Después de la visita al parador casa vieja nos dirigiremos a la antigua estación Carchi en donde será nuestro destino final la Hostería paraíso escondido en donde pernoctaremos y disfrutará de un momento de relajación en sus instalaciones.

### Itinerario

Tabla 47 Itinerario de ruta de la sal

<b>RUTA DE LA SAL</b>		
<b>Día 1</b>		
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
<b>8:00 am</b>	Reunión en la sede oficina de turista	Recepción del grupo de turistas en la sede de la oficina
<b>8:00 am – 8:30 am</b>	Entrega de equipos	Entrega de equipos de protección y bicicleta, seguida de esta una pequeña charla sobre seguridad y protocolos en ruta.
<b>8:30 am-10:30am</b>	Primera parada	Entrega de <i>box lunch</i> a los turistas, brindando una breve reseña del lugar agregado de fotografías
<b>10:30am - 12:30pm</b>	Segunda parada Museo de la sal	Llegada a al museo de la Sal, se conocerá sobre el aspecto sociocultural de la localidad.

<b>12:30pm-2:30 pm</b>	Tercera parada: Entrada al lugar del almuerzo	Llegada al establecimiento parador turístico la Casa vieja donde se brindara la oportunidad a los turistas de realizar la actividad de turismo vivencial y el almuerzo
<b>2:30pm-4:30pm</b>	Cuarta parada: Llegada a la hostería paraíso escondido	En este lugar se receptorán la bicicletas y equipos para el ingreso a la hostería en donde se realizará el check in del grupo
<b>4:30pm- 7:30pm</b>	Uso de las instalaciones de la hostería	Aquí se podrá disfrutar de las instalaciones de la hostería
<b>7:30 pm</b>	Reunión del grupo para la cena	A la hora establecida se brindará la cena en la hostería
<b>Día 2</b>		
<b>8:00 am 9:30</b>	Desayuno	Se servirá el desayuno, y se retornará a las oficinas de la Operadora

Nota. Elaborado por el autor,2021.

Tabla 48 Niveles de dificultad de la ruta de la sal

<b>Niveles de dificultad</b>				
<b>Niveles</b>	<b>Simbología</b>	<b>Tipo</b>	<b>Edad recomendada</b>	<b>Condición física recomendada</b>
Intermedio	★ ★	Trail	12 años-65 años	Regular

Fuente Elaborado por el autor

Tabla 49 Elementos de la ruta de la sal

<b>Ruta 3</b>	<b>Elementos</b>	<b>Precio</b>
	Vehículo de abastecimiento:	6.00 dolares
	Hidratación ilimitada:	1.50 dolares
	Box lunch- Fruta,Galleta,bebida:	1.00 dolares
	Almuerzo tipico-Turismo vivencial	3.00 dolares
	Hospedaje-Desayuno	20.00 dolares
	Cena	3.00 dolares
	Bicicleta incluida	1.00
	Fotografía	-----
	<b>Total:</b>	<b>36 dolares</b>
	<b>Precio Turista:</b>	<b>60 dolares</b>
	<b>Ganancia por paquete:</b>	<b>24 dolares</b>

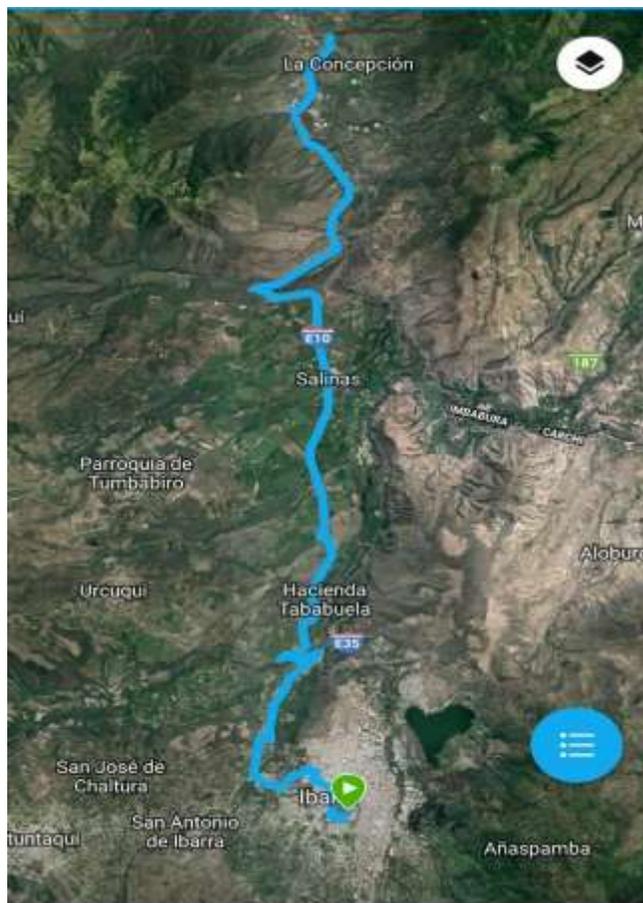
Nota. Elaborado por el autor,2021.

### Ruta de establecida

En la figura se puede divisar la ruta de la cual se podrá disfrutar cuando se contrate el paquete de la Ruta de sal por parte del usuario, junto a esto se anexara un link para acceder a la ruta y poder descargarse, gracias a la aplicación de geolocalización Koomot.

<https://www.komoot.es/tour/299487271#previewMap>

*Figura 9 Ruta de la sal*



Fuente Tomado de Komoot 2021

## Datos técnicos de la ruta

Tabla 50 de datos técnicos de la ruta

Tiempo estimado	7 horas
Distancia	46. km

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Superficie

Tabla 51 Superficie de la ruta de la sal

Superficies de la ruta	
Pista no pavimentada:	21.8 km
Pista pavimentada:	4 km
Asfalto:	19.7 km

Nota. Elaborado por el autor,2021.

Figura 10 Perfil elevación ruta de la sal



Nota. Elaborado por el autor,2021.

Tabla 52 del perfil de elevación de la ruta

<b>Perfil de elevación</b>	
Desnivel positivo	370 m
Desnivel negativo	1.330 m
Altitud máxima	2.210 m
Altitud mínima	21.240 m
Velocidad media estimada	15.8 Km/h

Nota. Elaborado por el autor, 2021.

#### **Ruta 4 Ruta cóndor yaku (Ibarra –Angochagua)**

Una ruta ciclista muy interesante que combina lo natural y cultural, también combina dos disciplinas Bici-trekking las cuales nos permitirán llegar a la cascada cóndor yaku, la cascada mide alrededor de 30-40 mts de caída de agua pura y revitalizante

Podrás pedalear a lo largo de 25 kilómetros en esta ruta habrá varios lugares de interés como conocer la cultura de la comunidad y estar rodeado de la naturaleza en un espacio mágico.

#### **Información**

**Punto de Inicio:** Sede de la Operadora

**Hora salida:** 8:00 am

**Hora de llegada:** 15:00 pm

#### **Guía turístico**

**Lugar de llegada:** Angochagua

#### **Que llevar**

- Protector solar
- Repelente antimosquitos
- Gorra

- Documentos
- Ropa cómoda
- Dinero en efectivo

*Tabla 53 Nivel de dificultad de la ruta cóndor yaku*

<b>Niveles</b>	<b>Simbología</b>	<b>Tipo</b>	<b>Edad recomendada</b>	<b>Condición física recomendada</b>
<b>Avanzado</b>		All Mountain	17 años-50 años	Alto

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **Descripción**

La ruta condor yaku establecida desde Ibarra -Angochagua, lleva este nombre por uno de los principales atractivos que tiene el recorrido que es la cascada de condor Yaku.

La ruta tiene diferentes tipos de caminos, durante la ruta establecida por la operadora se disfrutará de paisajes esplendidos.

Partiremos desde el centro de la ciudad de Ibarra, en donde los guías del recorrido dotara los equipos de seguridad y bicicletas respectivas para el tour, entre todo esto se dará una pequeña capacitación e instrucciones para el transcurso de este maravilloso recorrido ; en la ruta condor yaku disfrutaremos de algunas actividades con las personas de la localidad de la cultura kichwas karankis en la cual podrá conocer algunos aspectos socioculturales del pueblo, como historias, leyendas, gastronomía, costumbres del lugar y actividades vivenciales. En la ruta condor yaku se realizaran algunas actividades complementarias durante el recorrido; En la

primera parada haremos una visita a la comunidad La Magdalena donde se realizara algunas actividades como el bordado a mano de las icónicas camisas, conocer algunos métodos de siembra y aspectos agropecuarios entre otros; después de visitar el presente lugar seguiremos con la ruta establecida hacia la cascada en donde en un tramo se realizara la actividad combinada de trekking y ciclismo para acceder a la cascada de condor yaku, seguido de esto regresaremos por la misma ruta y nos dirigiremos al paradero “paraíso de Eva”, en el cual se brindara platillos típicos de la localidad, posteriormente tendrán un tiempo para disfrutar del paradero.

Finalmente retornaremos a la oficina de la operadora en donde procederemos a la despedida del grupo.

### **Itinerario**

*Tabla 54 Itinerario de ruta condor yaku*

<b>RUTA CONDOR YAKU</b>		
<b>Full day</b>		
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
<b>8:00 am</b>	Reunión en la sede oficina de turista	Recepción del grupo de turistas en la sede de la oficina
<b>8:00 am – 8:30 am</b>	Entrega de equipos	Entrega de equipos de protección y bicicleta, seguida de esta una pequeña charla sobre seguridad y protocolos en ruta.
<b>8:30 am-11:30.am</b>	Primera parada Comunidad la Magdalena	Entrega de <i>box lunch</i> , también, disfrutaremos y aprenderemos del bordado de las icónicas camisas elaboradas por las personas

		de esta localidad y con estas otras actividades.
<b>11:30am- 12:50pm</b>	Llegada a la cascada Condor Yaku	Llegada a la cascada atreves del sendero realizando algunos metros de trekking, al encontrarnos en la cascada disfrutaremos del paisaje y de momentos para fotografías.
<b>12:50pm-3:00pm</b>	Almuerzo en el paradero “paraíso de Eva”	En este lugar se almorzará y siguiente de esto se disfrutará del lugar y la naturaleza del paradero
<b>3:00pm- 4:30pm</b>	Retorno y fin del recorrido	A esta hora se retornará a la oficina de la operadora para despedir al grupo y recepción de equipos

Nota. Elaborado por el autor,2021.

*Tabla 55 Elemento de la ruta Condor Yaku*

<b>Ruta 4</b>	<b>Elementos</b>	<b>Precio</b>
	Vehículo de abastecimiento	5 dolares
	Hidratación	1.50 dolares
	Turismo vivencial	5 dolares
	Box lunch	1.50 dolares
	Almuerzo tipico	4 dolares
	Bicicleta incluida	1 dolar
	Fotografia	-----
	<b>Total:</b>	<b>18 dolares</b>
	<b>Precio turista:</b>	<b>30 dolares</b>
	<b>Ganancia por paque:</b>	<b>12 dolares</b>

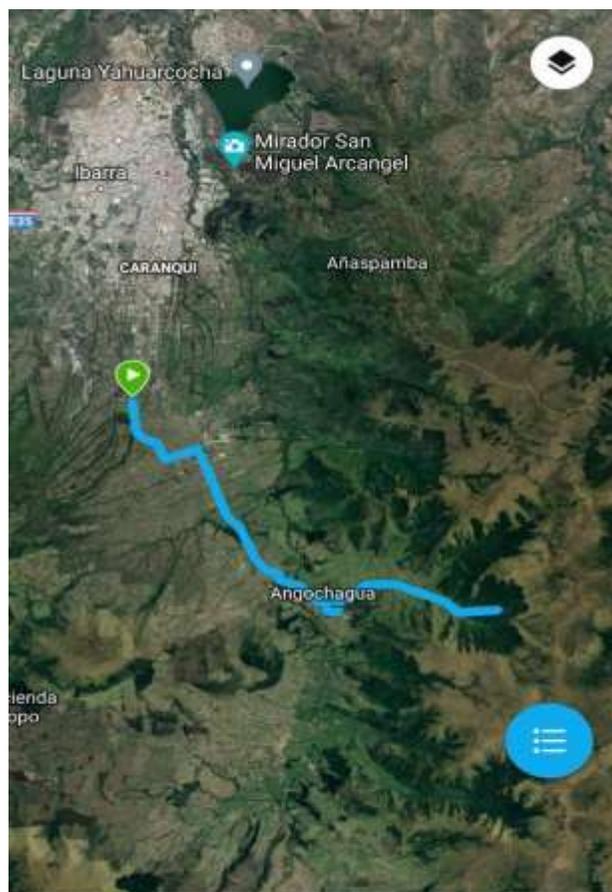
Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Ruta establecida

En la figura se puede divisar la ruta de la cual se podrá disfrutar cuando se contrate el paquete de la ruta condor yaku por parte del usuario, junto a esto se anexara un link para acceder a la ruta y poder descargarse, gracias a la aplicación de geolocalización Koomot.

<https://www.komoot.es/tour/299492263>

*Figura 11 Ruta Condor Yaku*



Nota. Elaborado por el autor, 2021.

## Datos técnicos de la ruta

Tabla 56 datos técnicos de la ruta

<b>Tiempo estimado</b>	7 horas
<b>Distancia</b>	21. km

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Superficie

Tabla 57 superficie de la ruta

Superficies de la ruta	
Pista no pavimentada:	3 km
Pista pavimentada:	12 km
Asfalto:	3.9 km
Camino de grava	2 km

Nota. Elaborado por el autor,2021.

Figura 12 Perfil elevación ruta de la sal



Nota. Elaborado por el autor,2021.

*Tabla 58 Perfil de elevación de la ruta condor yaku*

<b>Perfil de elevación</b>	
Desnivel positivo	890 m
Desnivel negativo	630 m
Altitud máxima	3.200 m
Altitud mínima	2.580 m
Velocidad media estimada	7.9 Km/h

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **3.3 Ingeniería del proyecto**

#### **3.3.1 Distribución de la planta**

El ambiente y la atención al cliente dentro de la operadora será un ambiente acogedor, tranquilo, novedoso y con la seguridad pertinente, para que el visitante se sienta como en casa con todas las medidas de seguridad, esto es fundamental para la empresa. El espacio para la implementación de la operadora requerirá de equipos y espacios adecuados para el proceso de diseño y puesta en marcha del proyecto.

La idea de negocio contara con espacios tales como oficina en donde se contratará físicamente los servicios, la bodega en que se guardara los equipos y bicicletas, también contara con un espacio destinado para el mantenimiento de las bicicletas que será el taller, además existirá un lugar en donde se brindara una breve capacitación sobre los equipos y tipos de terrenos que pueden ser dificultosos para los turistas y así evitar percances.

Cada una de los equipos de protección y bicicletas contarán con su mantenimiento riguroso para evitar percances y situaciones de riesgo, también los equipos de protección tendrán todas las certificaciones de seguridad nacionales e internacionales para que sea un equipo de total confiabilidad para el usuario.

Al ingreso a la primera sección de la operadora se ubica un área tipo hall en donde contara con decoración ornamental con una muestra de especies de flora de la provincia ,dentro de la misma la recepción de los usuarios se intentara jugar con los sentidos de cada uno de ellos mediante la decoración de la oficina y los sonidos que se emitirá al momento de que entre a la oficina, en ella se encontrara escritorios, sillas, con temática de bicicletas, en este espacio también se exhibirán maquetas en donde se representaran las rutas con los datos específicos, existirá una herramienta tecnológica en donde se podrá visualizar algunos video o imágenes en 360 grados utilizando visores de realidad virtual y así dando la oportunidad al cliente para poder elegir o saber algún detalle de la ruta. Todo el espacio para la operadora tendrá conectividad a internet y dispositivos que sean sostenibles como medidores de consumo de energía, se evitará que los tramites se utilice papel para poder ser amigable con el ambiente y si se lo utiliza será papel derivado de alguna fibra como caña de azúcar, los productos de limpieza serán amigables con el ambiente.

En la sección de taller y mantenimiento de equipos será un espacio muy bien distribuido, en donde las herramientas y productos para el manteamiento estarán en lugares específicos y así ayudando al personal de taller que haga su trabajo con mayor eficiencia, en el manejo de productos de mantenimiento será de manera correcta para evitar la contaminación, la señalética adecuada se ubicara en el taller para prevenir accidentes.

En el área de bodega existirá un espacio destinado para bicicletas y equipos de seguridad en donde habrá estanterías para los equipos para que estén distribuidos y ordenados, también para las bicicletas se colocaran debidamente de forma elevada para que no esté directamente al piso, esto se lograra gracias dispositivos para almacenar bicicletas.

### 3.3.2 Diseño planímtrico de la planta

Figura 13 Diseño planimétrico de vista superior    Figura 11 Diseño planimétrico de vista de perfil



Nota. Elaborado por el autor en Planner 3D,2021



Nota. Elaborado por el autor en Planner 3D,2021

A continuación, se especifica de forma detallada los requerimientos por sección de la operadora especializada en cicloturismo.

#### Primera sección-Oficina

Tabla 59 oficina de la operadora

Cantidad	Detalle
6	Sillas de estar temáticas
1	Mesa de estar temáticos
1	Estantería de folletos
3	Basurero de plástico
1	Smart Tv
2	Parlantes de sonido
2	Escritorios temáticos

2	Sillas temáticas
2	Porta esferos
1	Extintor
2	Visores de realidad virtual
1	Espejos
1	Dispensador de toallero
1	Repisa lavamanos de madera
1	Dispensador de jabón
1	Dispensador de alcohol
1	Sistema de seguridad (alarma)
1	Cámaras de seguridad
2	Computadoras
1	Botiquín de primero auxilios

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Segunda sección-Taller

*Tabla 60 taller de la operadora*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>
1	Juego de llaves inglesas
1	Juego de llaves Allen
1	Soporte de Bicicletas
1	Compresor
1	Sillas
1	Estantería
1	Extintor
1	Juego de llaves cónicas
1	Juego de rachas

1	Entenalla
1	Dispensador de jabón
1	Dispensador de alcohol
1	Botiquín de Primeros auxilios
1	Cámara de seguridad

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **Tercera sección – Bodega**

*Tabla 61 bodega de la operadora*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>
1	Cámaras de seguridad
5	Soporte de bicicleta de pared
2	Estantería
1	Extintor
-	Repuestos

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **3.4 Inversiones y capital de trabajo**

En la determinada sección se detalla el precio de costo de capital de trabajo que se necesitara para la implementación del emprendimiento, en algunos casos se toma como posibles referencias la materia prima, salarios, servicios básicos, equipos e insumos para la correcta actividad del emprendimiento y así brindar un servicio de calidad a las personas que pretendan contratar los servicios de la operadora.

#### **3.4.1 Obra civil necesaria**

El apartado de obra civil se dará paso, ya que la operado cicloturistica optara por arrendar el lugar en donde estará posicionado el emprendimiento, siendo así un lugar óptimo para que el negocio pueda posicionarse.

## ACTIVOS

### Activos fijos

#### Muebles y enseres

*Tabla 62 muebles y enseres de la operadora*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
6	Sillas de estar temáticas	\$15	\$90
1	Mesa de estar temáticas	\$30	\$120
1	Estantería de folletos	\$30	\$30
3	Basurero de plástico	\$14	\$42
2	Escritorios temáticos	\$120	\$240
2	Sillas temáticas	\$60	\$120
1	Espejos	\$10	\$10
1	Dispensador de toallas	\$25	\$25
1	Repisa lavamanos de madera	\$15	\$15
2	Dispensador de jabón	\$20	\$40
2	Dispensador de alcohol	\$15	\$30
3	Extintor	\$17	\$51
3	Estantería	\$45	\$135
1	Sillas	\$6	\$6
2	Botiquín de Primeros auxilios	\$10	\$20
	<b>Total</b>	<b>\$432</b>	<b>\$974</b>

Nota. Elaborado por el autor,2021.

Fuente Elaborado por el autor,2021

## Herramientas y materiales

Tabla 63 herramientas y materiales de la operadora

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
1	Juego de llaves inglesas	\$20	\$20
1	Juego de llaves Allen	\$12	\$12
1	Soporte de Bicicletas	\$15	\$15
1	Compresor	\$90	\$90
1	Juego de llaves cónicas	\$20	\$20
1	Juego de rachas	\$20	\$20
1	Entenalla	\$30	\$30
	<b>Total</b>	<b>\$207</b>	<b>\$207</b>

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Equipos informáticos

Tabla 64 equipos de informáticos de la operadora

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
1	Sistema de seguridad (alarma)	\$100	\$100
3	Cámara de seguridad	\$15	\$45
2	Computadoras	\$300	\$600
1	Cámaras de acción	\$300	\$300
1	Cámara fotográfica	\$400	\$400
1	Dron fotografico	\$300	\$300
2	Smart Tv	\$150	\$150
2	Parlantes de sonido	\$50	\$100
2	Visores de realidad virtual	\$15	\$30

<b>2</b>	Teléfonos	\$10	\$60
<b>1</b>	Impresora/copiadora	\$100	\$250
	<b>Total</b>	<b>\$1675</b>	<b>\$2145</b>

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Maquinaria y equipos

*Tabla 65 maquinaria y equipos de oficina de la operadora*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
<b>16</b>	Bicicletas	\$250	\$3.500
<b>16</b>	Cascos	\$30	\$220
	<b>Total</b>	<b>\$280</b>	<b>\$3920</b>

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Suministros de oficina

*Tabla 66 suministros de oficina de la operadora*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
<b>1</b>	Caja de esferos	\$5	\$5
<b>1</b>	Caja de Resma de papel	\$24	\$24
<b>1</b>	Caja de grapas	\$1	\$1
<b>2</b>	Porta esferos	\$1	\$2
<b>1</b>	Otros	\$100	\$100
	<b>Total</b>	<b>\$131</b>	<b>\$132</b>

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## Propaganda

*Tabla 67 Presupuesto de propaganda*

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
1	Rotulo	\$200	\$200
	<b>Total</b>	<b>\$200</b>	<b>\$200</b>

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **Activos diferidos**

### **Recurso Humano**

*Tabla 68 Recurso Humano*

<b>Cargo</b>	<b>Mensual</b>	<b>Costo semestral</b>	<b>Costo anual</b>
<b>N°</b>			
1 Gerente	\$400	\$2400	\$4800
1 Marketing y ventas	\$400	\$2400	\$4800
1 Mantenimiento	\$25	\$150	\$300
<b>Total</b>	<b>\$825</b>	<b>\$4950</b>	<b>\$ 9900</b>

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **Servicios básicos**

*Tabla 69 Servicios básicos de la operadora*

<b>Detalle</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo semestral</b>	<b>Costo anual</b>
<b>Servicio eléctrico</b>	\$ 20	\$120	\$240
<b>Telefonía</b>	\$ 12	\$72	\$144
<b>Agua potable</b>	\$ 10	\$60	\$120
<b>Total</b>	<b>\$ 42</b>	<b>\$252</b>	<b>\$504</b>

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **Internet**

Tabla 70 Monto de internet

<b>Detalle</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo semestral</b>	<b>Costo anual</b>
<b>Internet</b>	\$ 20	\$120	\$240

Nota. Elaborado por el autor,2021.

*Tabla 71 Arriendo del local*

<b>Detalle</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo semestral</b>	<b>Costo anual</b>
<b>Arriendo</b>	\$ 50	\$300	\$600

Nota. Elaborado por el autor,2021.

## **Publicidad**

*Tabla 76 Gastos de publicidad*

<b>N</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>	<b>Semestral</b>	<b>Costo anual</b>
1	Tarjetas de presentación	\$10	\$60	\$120
1	Publicidad en redes	\$30	\$180	\$360
1	Flyers (200)	\$4.	\$24	\$48
<b>Total</b>		<b>\$44</b>	<b>\$264</b>	<b>\$528</b>

Fuente Elaborado por el autor, 2021

## **Gastos permisos de funcionamiento para la operadora cicloturistica**

*Tabla 72 Gastos permisos de funcionamiento para la operadora*

<b>Detalle</b>	<b>Costo</b>
<b>Licencia única de funcionamiento</b>	\$ 500,00
<b>Patente municipal</b>	\$ 50,00

<b>Permiso bomberos</b>	\$ 27,52
<b>Total anual</b>	\$ 577,52

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### 3.4.3 Capital de trabajo

La presente idea de negocio para empezar a funcionar necesita varios puntos importantes como una cantidad de recursos tanto económico como de talento humano, los cuales permitirán el normal desarrollo de las actividades diarias para brindar un servicio de calidad y excelencia a los turistas que deseen contratar los servicios de la mismas.

*Tabla 73 Capital de trabajo*

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
<b>Recurso humano</b>	\$4950
<b>Servicios básicos</b>	\$252
<b>Internet</b>	\$120
<b>Publicidad</b>	\$264
<b>Arriendo</b>	\$300
<b>TOTAL</b>	<b>\$5886</b>

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### 3.4.4 Total de la inversión

En el aspecto de total de inversión se procede a sumar los costos unitarios y totales de cada área, para así obtener el monto económico que se necesitaría para la ejecución del emprendimiento en la ciudad de Ibarra.

Tabla 74 Inversión total requerida para la implementación de la operadora

Descripción	Costo total
Activos fijos	\$7635
Activos diferidos	\$5886
<b>Total</b>	<b>\$13521</b>

Nota. Elaborado por el autor,2021.

Tabla 75 Inversión propia

Inversión propia	
Descripción	Costo total
Socio capital	\$10000
<b>Total</b>	<b>\$10000</b>

Nota. Elaborado por el autor,2021.

Tabla 76 Financiamiento del proyecto

Inversión	Monto	Porcentaje
Crédito	\$4.099	%29.07
Propio	\$10000	%70.93
<b>Total del proyecto</b>	<b>\$14099</b>	<b>%100</b>

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### 3.4.5 Plan de financiación

La idea de negocio va a necesitar de una cantidad de dinero medianamente costoso por lo cual se recurrirá a un ente de financiación privada y así obtener un préstamo para costear una parte de la inversión y la otra parte será de recursos económicos propios y con ellos poder implementar la idea de negocio, por ello en la

siguiente tabla se observará los diferentes costos e impuestos que el banco elegido tiene como muestra.

*Tabla 77 Condiciones y costo total del crédito (BanEcuador)*

	Plazo	36
	Monto	4,099
	Tasa anual	11.25%
	Tasa mensual	0.94%
	Pago mensual	\$134.67

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### **3.5 Estructura organizativa y administrativa**

#### **3.5.1 Misión**

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes nacionales y extranjeros brindando servicios de amabilidad, excelencia, calidad respetando a la naturaleza en cada actividad a realizar; así favorecer al mejoramiento de la actividad turística y desarrollo local de la economía en la provincia de Imbabura a través de ofertas que involucran el desarrollo turístico sostenible del país y de la región.

#### **3.5.2 Visión**

Llegar a ser reconocidos en el mercado nacional e internacional como líderes y pioneros en brindar servicios cicloturisticos al cabo de 5 años, en donde se fusione la calidad de sus paquetes y la amabilidad del talento humano con excelente servicio y puesta en valor todos los recursos naturales y culturales de la provincia y así constituirse como una operadora referente para la contratación de servicio por parte de los visitantes en la provincia.

### 3.5.3 Termino y condiciones

Tabla 78 Políticas internas de la empresa

<b>Políticas internas</b>
Puntualidad en la entrada al trabajo en la operadora
El guía no podrá ingerir bebidas alcohólicas en los tours
Mantener un estilo de vestimenta adecuada al momento de atender al usuario
Notificar cualquier anomalía durante el tour al gerente
Llevar una buena relación con el cliente.
Tener un ambiente laboral adecuado
No tener relaciones personales dentro del entorno laboral
Respeto mutuo entre trabajadores

Nota. Elaborado por el autor, 2021.

Tabla 79 Términos y condiciones

<b>Términos y condiciones</b>	
<b>Cómo hacer tu reserva</b>	Para hacer la solicitud de una reserva, o para obtener más información sobre los paquetes, los usuarios tienen varias alternativas, pueden visitar nuestro futuro sitio web en <a href="http://CicloTours.com">CicloTours.com</a> , redes sociales Instagram, Facebook , Tiktok y WhatsApp Bussines o llamar para alguna reservación de los paquetes de CicloTours al 0961238152 -062511543
<b>Formas de pago</b>	La operadora se registrará en una forma de pago mediante transacciones bancarias, tarjetas de crédito o efectivo, el usuario que contrate el servicio tendrá que pagar el 75% del precio del tour y días previos del tour

	tendrá que completarla totalidad del precio acordado con la operadora.
<b>Documentación</b>	Todos los usuarios que contraten los servicios de la operadora deberán tener sus documentos, cedula, pasaporte, etc.
<b>Acuerdo de contratos de paquetes</b>	El abono de dinero de las vacaciones permite divisar que usted y todos los miembros del grupo con el que usted va de viaje han entendido y aprobado estos Términos y condiciones. La reserva no está confirmada hasta que su adelanto del pago de servicio del tour sea procesado por Ciclo Tours, posteriormente de ello recibirá una revalidación de la reserva sobre su paquete contratado
<b>Cancelación de tours</b>	<p>En las siguientes tarifas de cancelación se aplican a todos los viajes de Ciclo Tours.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 40 días o más previamente de la fecha de contrato del tour: se retendrá un depósito no reembolsable</li> <li>• 35- 20 días primitivamente del viaje: se retendrá el 30% del precio del tour</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 - 15 días previamente del viaje: se retendrá el 50% del precio del tour</li> <li>• 15 - días previamente del viaje: se retendrá el 100% del precio del tour.</li> </ul>
<b>Puntualidad</b>	En caso de haber llegado tarde, o no reunirse en la hora indicada del itinerario con los representantes o guías, la operadora no se hará cargo de devoluciones, pérdida de transporte, gastos incurridos o compensación alguna.
<b>Días festivos</b>	En época de días festivos o eventos especiales locales de cada ciudad de la provincia, temporadas altas, los domingos y ocasiones religiosas, ciertos servicios pueden ser limitados o no disponibles. Depende de eso la operadora ofrecerá varias alternativas en el caso que esto sea posible.

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### 3.5.4 Valores

CicloTours tendrá como pilares fundamentales de la empresa y que será reconocida no solo por brindar un servicio de excelente calidad y personal altamente calificado, si no por ser una de las empresas con valores arraigados que ayudaran a que los usuarios se sientan confiados en contratar los servicios de CicloTours.

- Responsabilidad: Personal responsable con todas sus obligaciones y funciones para con los usuarios.
- Respeto: Una convivencia en armonía entre funcionarios de la empresa y especialmente con los turistas
- Liderazgo: Miembros de la operadora con iniciativa propia para superar a la competencia y así ser un referente en el mercado.
- Honestidad: Un valor muy importante en donde la empresa actuara con transparencia y justicia.
- Solidaridad: Ayuda entre funcionarios de la empresa, teniendo en cuenta la idea de una familia.
- Sostenibilidad: Respetar a la naturaleza y con ello preservando los servicios ecosistematicos que la misma nos brinda.

### 3.5.5 Imagen corporativa

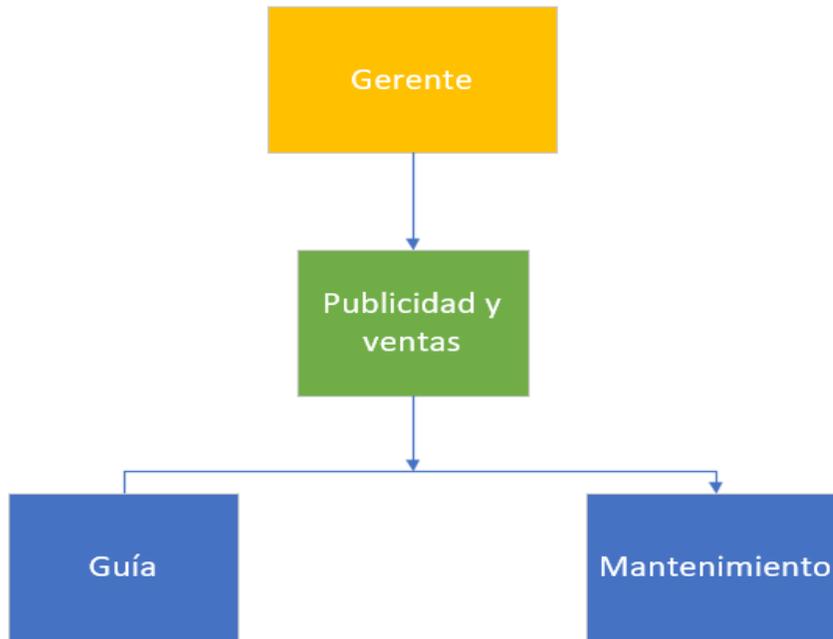
*Figura 14 Logotipo empresarial*



Nota. Elaborado por el autor,2021.

### 3.5.6 Organigrama

Figura 15 organigrama empresarial



Nota. Elaborado por el autor,2021.

### 3.5.5 Manual de funciones

El argumento de Cacere Fuentes & Romero Vargas (2016) menciona que:

El Manual de funciones y procedimientos es un documento que orienta a los miembros de las organizaciones en la ejecución de su trabajo y son instrumentos que facilitan la evaluación de la gestión al interior de la entidad por parte de los organismos de control. (pág.4)

En el presente apartado se procede a mostrar el manual de funciones detallado de la empresa “Ciclotours”, en el cual se puede divisar la denominación del puesto las responsabilidades, competencias que se requiere para el puesto de trabajo por parte del personal con el que estará conformado la operadora. (pág.4)

Tabla 80 Ficha de puesto de gerente

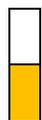
 <p><b>CICLOTOURS</b> Distribución superior calidad</p>	<p>FICHA DE PUESTO DE TRABAJO</p>	Código :	FT.01		
		Edición n:	1		
		Fecha:			
<p>DENOMINACIÓN DEL PUESTO:</p> <p style="text-align: center;"><b>Gerente</b></p>					
<p>FUNCIONES:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"> <input type="checkbox"/> Compras  <input type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente  <input type="checkbox"/> Calidad  <input type="checkbox"/> Logística externa  <input type="checkbox"/> Producción  <input type="checkbox"/> Diseño del proceso                 </td> <td style="width: 50%; border: none;"> <input checked="" type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas  <input checked="" type="checkbox"/> RR.HH. / Administración  <input type="checkbox"/> Mantenimiento &amp; Almacén  <input type="checkbox"/> Logística interna  <input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas                 </td> </tr> </table>				<input type="checkbox"/> Compras <input type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente <input type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Logística externa <input type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/> Diseño del proceso	<input checked="" type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas <input checked="" type="checkbox"/> RR.HH. / Administración <input type="checkbox"/> Mantenimiento & Almacén <input type="checkbox"/> Logística interna <input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas
<input type="checkbox"/> Compras <input type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente <input type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Logística externa <input type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/> Diseño del proceso	<input checked="" type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas <input checked="" type="checkbox"/> RR.HH. / Administración <input type="checkbox"/> Mantenimiento & Almacén <input type="checkbox"/> Logística interna <input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas				
<p>RESPONSABILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempeñar la representación oficial de la empresa</li> <li>• Cumplidor del desarrollo y control de la planeación estratégica</li> <li>• Vigilar por las instrucciones legales y tributarias aplicables a la empresa</li> <li>• Consenso de presupuestos</li> <li>• Cumplidor de asuntos administrativos y de personal</li> <li>• Implementar y evaluar la eficacia de los tours</li> <li>• Veedor de las responsabilidades de los trabajadores</li> <li>• Responsable de los recursos de la empresa</li> </ul>					
<p>COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO</p>					

FORMACIÓN	
Conocimientos en el uso seguro de prensas, uso de equipos de medición (pié de rey, flexómetro, calibres pasa no pasa y otros equipos similares), lectura y aplicación de pautas de verificación (autocontrol e inspección), y uso de transpalets.	
EXPERIENCIA	
No requerida, depende de la motivación y aptitudes del candidato.	
APTITUDES	
Liderazgo, trabajar en presión, vocero de la empresa, visionario, sapiente	
OBSERVACIONES:	Firma:  Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por el autor,2021.

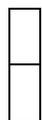
Tabla 81 Ficha de puesto de Publicidad y ventas

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código :	FT.02
		Edició n:	1
		Fecha:	
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <b>Publicista</b>			
FUNCIONES:			
<input type="checkbox"/>	Compras	<input type="checkbox"/>	Contabilidad / Finanzas
<input checked="" type="checkbox"/>	Comercial / Atención al cliente	<input type="checkbox"/>	RR.HH. / Administración
<input checked="" type="checkbox"/>	Calidad	<input type="checkbox"/>	Mantenimiento & Almacén
<input checked="" type="checkbox"/>	Logística externa	<input type="checkbox"/>	Logística interna



Producción

Diseño del proceso



Cambio de utillajes, ajuste de máquinas

**RESPONSABILIDADES:**

- Informar tanto al público como a miembros de la prensa acerca de los eventos e iniciativas realizadas por la organización.
- Producir ideas innovadoras para conseguir mayor atención de las personas para la contratación de paquete.
- Vigilar por las instrucciones legales y tributarias aplicables a la empresa
- Consenso de presupuestos.
- Cumplidor de asuntos administrativos y personal.
- Implementar y evaluar la imagen corporativa y de los tours.
- Manejo de la tecnología en la oficina.
- Preparación y coordinación de reuniones.
- Vigilar por las instrucciones legales y tributarias aplicables a la empresa.
- Recepción de documentos.
- Ser empático con los clientes.
- Tener excelentes relaciones humanas.
- Tener tacto y discreción.

**COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO**

**FORMACIÓN**

Publicidad, marketing, relaciones públicas y comunicación

**EXPERIENCIA**

Experiencia mínima en el medio de 2 años	
<b>APTITUDES</b>	
Imaginación y creatividad, observador, habilidad de comunicación, uso de los últimos productos tecnológicos.	
OBSERVACIONES:	Firma:  Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por el autor,2021.

Tabla 82 Ficha de puesto de guía turístico

	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código :	FT.04		
		Edición n:	1		
		Fecha:			
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <b>Guía turístico</b>					
FUNCIONES: <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"> <input type="checkbox"/> Compras  <input checked="" type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente  <input checked="" type="checkbox"/> Calidad  <input type="checkbox"/> Logística externa  <input checked="" type="checkbox"/> Producción  <input type="checkbox"/> Diseño del proceso         </td> <td style="width: 50%; border: none;"> <input type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas  <input type="checkbox"/> RR.HH. / Administración  <input type="checkbox"/> Mantenimiento &amp; Almacén  <input type="checkbox"/> Logística interna  <input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas         </td> </tr> </table>				<input type="checkbox"/> Compras <input checked="" type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente <input checked="" type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Logística externa <input checked="" type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/> Diseño del proceso	<input type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas <input type="checkbox"/> RR.HH. / Administración <input type="checkbox"/> Mantenimiento & Almacén <input type="checkbox"/> Logística interna <input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas
<input type="checkbox"/> Compras <input checked="" type="checkbox"/> Comercial / Atención al cliente <input checked="" type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Logística externa <input checked="" type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/> Diseño del proceso	<input type="checkbox"/> Contabilidad / Finanzas <input type="checkbox"/> RR.HH. / Administración <input type="checkbox"/> Mantenimiento & Almacén <input type="checkbox"/> Logística interna <input type="checkbox"/> Cambio de utillajes, ajuste de máquinas				
RESPONSABILIDADES:					

- Manejo de tours
- Extraordinarias habilidades interpersonales.
- Técnicas de recreación y entretenimiento
- Manejo de equipos electrónicos
- Cumplir procedimientos administrativos
- Redacción de informes
- Manejo de grupos

COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN	
Turismo Administración turística Hotelería y turismo	
EXPERIENCIA	
No requerida, depende de la motivación y aptitudes del candidato.	
APTITUDES	
Capacidad para resolver problemas, promover una buena imagen de la empresa para la que trabajan, buena memoria, empático, voluntad de aprender	
OBSERVACIONES:	Firma:  Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por el autor,2021.

Tabla 83 Ficha de puesto de mantenimiento

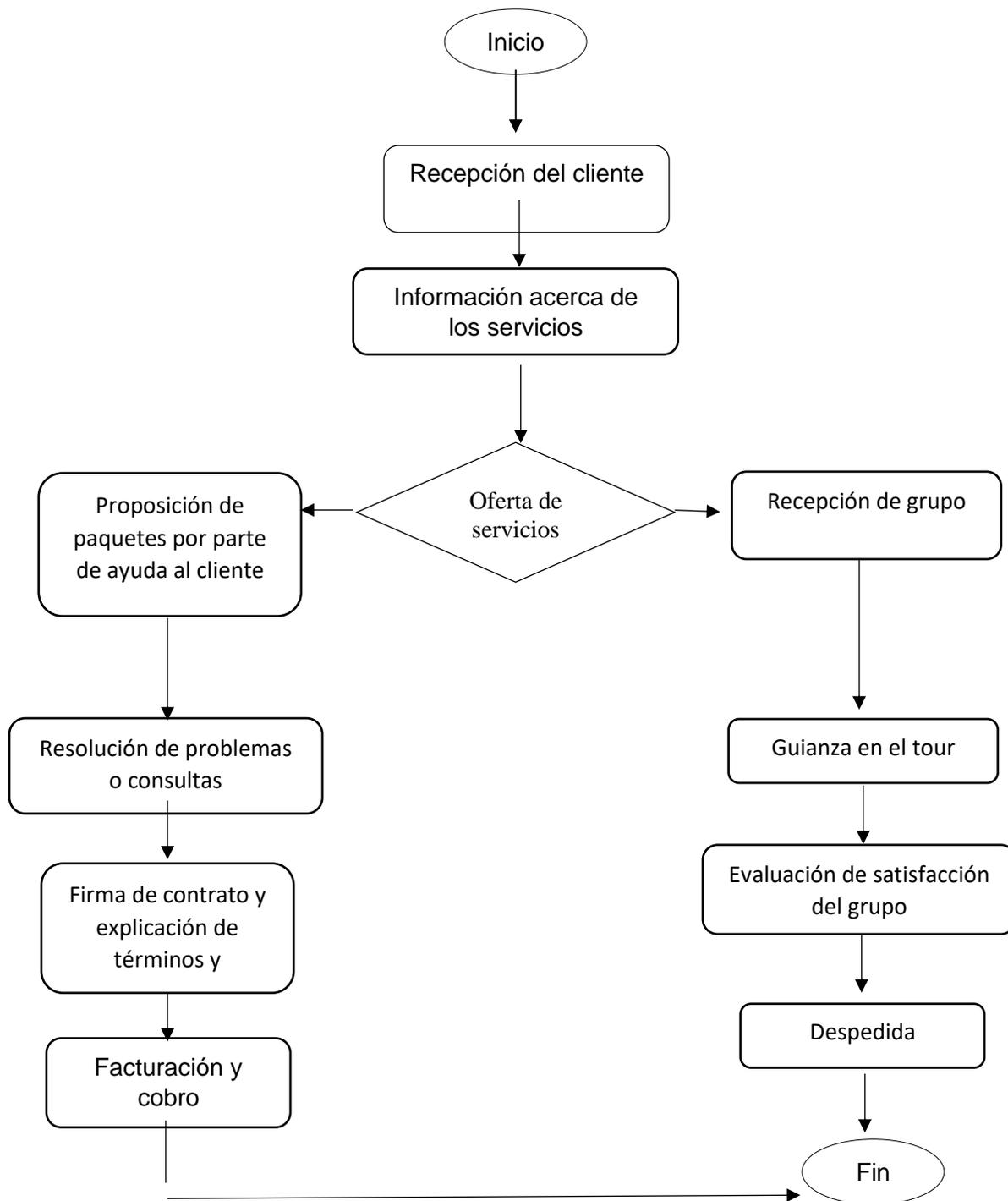
	FICHA DE PUESTO DE TRABAJO	Código :	FT.01																										
		Edición: n:	5																										
		Fecha:																											
DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <p style="text-align: center;"><b>Mantenimiento</b></p>																													
FUNCIONES: <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"> <table style="border: none;"> <tr><td style="width: 15px; height: 15px; background-color: yellow;"></td><td>Compras</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Comercial / Atención al cliente</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Calidad</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Logística externa</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Producción</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Diseño del proceso</td></tr> </table> </td> <td style="width: 50%; border: none;"> <table style="border: none;"> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Contabilidad / Finanzas</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>RR.HH. / Administración</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Mantenimiento &amp; Almacén</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Logística interna</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px; background-color: yellow;"></td><td>Cambio de utillajes, ajuste de máquinas</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td></td></tr> </table> </td> </tr> </table>				<table style="border: none;"> <tr><td style="width: 15px; height: 15px; background-color: yellow;"></td><td>Compras</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Comercial / Atención al cliente</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Calidad</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Logística externa</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Producción</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Diseño del proceso</td></tr> </table>		Compras		Comercial / Atención al cliente		Calidad		Logística externa		Producción		Diseño del proceso	<table style="border: none;"> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Contabilidad / Finanzas</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>RR.HH. / Administración</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Mantenimiento &amp; Almacén</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Logística interna</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px; background-color: yellow;"></td><td>Cambio de utillajes, ajuste de máquinas</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td></td></tr> </table>		Contabilidad / Finanzas		RR.HH. / Administración		Mantenimiento & Almacén		Logística interna		Cambio de utillajes, ajuste de máquinas		
<table style="border: none;"> <tr><td style="width: 15px; height: 15px; background-color: yellow;"></td><td>Compras</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Comercial / Atención al cliente</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Calidad</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Logística externa</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Producción</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Diseño del proceso</td></tr> </table>		Compras		Comercial / Atención al cliente		Calidad		Logística externa		Producción		Diseño del proceso	<table style="border: none;"> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Contabilidad / Finanzas</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>RR.HH. / Administración</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Mantenimiento &amp; Almacén</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td>Logística interna</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px; background-color: yellow;"></td><td>Cambio de utillajes, ajuste de máquinas</td></tr> <tr><td style="width: 15px; height: 15px;"></td><td></td></tr> </table>		Contabilidad / Finanzas		RR.HH. / Administración		Mantenimiento & Almacén		Logística interna		Cambio de utillajes, ajuste de máquinas						
	Compras																												
	Comercial / Atención al cliente																												
	Calidad																												
	Logística externa																												
	Producción																												
	Diseño del proceso																												
	Contabilidad / Finanzas																												
	RR.HH. / Administración																												
	Mantenimiento & Almacén																												
	Logística interna																												
	Cambio de utillajes, ajuste de máquinas																												
RESPONSABILIDADES: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de herramientas</li> <li>• Mantenimiento de bicicletas</li> <li>• Diagnostico de daños de Bicicletas</li> <li>• Conocimientos de equipos de seguridad</li> <li>• Seguridad en tours a los turistas</li> </ul>																													

COMPETENCIA NECESARIA PARA EL PUESTO DE TRABAJO	
FORMACIÓN	
Certificaciones de mantenimiento de bicicletas.	
EXPERIENCIA	
No requerida, depende de la motivación y aptitudes del candidato.	
APTITUDES	
Capacidad de trabajo, responsabilidad, y atención.	
OBSERVACIONES:	Firma:  Fecha: __/__/__

Nota. Elaborado por el autor,2021.

### 3.5.8 Flujo grama de actividades

Figura 16 Flujo grama del emprendimiento



Nota. Elaborado por el autor,2021.

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

En el presente diagrama de flujo se encuentra el proceso que será implementado en la operadora en base a la venta de producto y al momento de haber adquirido, en la parte superior esta la recepción al cliente en la parte consiguiente la oferta de los servicios que existe en el emprendimiento hacia el visitante por parte de las personas que estarán a cargo de la atención al cliente en la operadora, en este segmento se divide en la venta de los servicios y cuando la persona adquiere su producto, en la venta se dará a conocer todos los paquetes y rutas existentes en el negocio para la posible compra, si existiera alguna duda o problema con el turista al momento de escoger los paquetes el personal estará dispuesto a aclarar dudas y si existe algún problema poder ayudar en la solución; una vez que el turista escoja su paquete se procederá a firmar un contrato y explicación sobre los términos y condiciones de la empresa y en el tour, consiguiente a eso se generara la factura que avale que dicha persona adquirió el servicio como respaldo para ella y para la empresa.

En el apartado de ofertas de servicio en la división de la parte derecha es cuando el turista está presto para empezar el tour, el guía en ese día dará la bienvenida y explicara las cosas relevantes y actividades a realizar, mediante el tour el guía siempre evaluara el grado satisfacción del turista con algunas preguntas discretas, al finalizar el tour el guía encargado se despedirá de una forma cortes e invitando a las personas a que sigan contratando los servicios de la empresa.

### **3.6 Constitución lega de la empresa y propiedad intelectual**

El proceso de registro de la marca es algo fundamental en este tipo de proyectos, la operadora especializada en cicloturismo “CicloTours”, es un proyecto creado por un estudiante de la Universidad Técnica del norte, quien fue el encargado de planificar, pensar , analizar varios aspectos del presente proyecto.

Proceso para registro de marca:

- 1.- Ingresar en la página del SENADI: [www.derechosintelectuales.gob.ec](http://www.derechosintelectuales.gob.ec)
- 2.- Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
- 3.- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
- 4.- Llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL
- 5.- Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
- 6.- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
- 7.- Ingrese con su usuario y contraseña
- 8.- Ingrese a la opción PAGOS
- 9.- Opción TRAMITES NO EN LINEA
- 10.- Opción GENERAR COMPROBANTE

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION Y MARKETING

#### Operadora turística “Ciclotours”- Descubriendo lugares sobre ruedas

*Figura 17 Logo del emprendimiento*



Nota. Elaborado por el autor,2021.

#### **Descripción**

El logo que tiene el emprendimiento, dispone varios colores y elementos, fundamentales para poder influir en el usuario de la mejor manera, en la cual sea una marca llamativa y que sea motivo de la compra de producto.

En la parte exterior que rodea a la circunferencia del logo existe un elemento que hace referencia a una parte fundamental de la bicicleta la que sirve para mover a la misma, esta significa a que el emprendimiento ayudara a dinamizar la economía local mediante su operación. Dentro de esta circunferencia existen tres elementos muy importantes que son el cielo, el volcán Imbabura y la bicicleta, el cielo

representado de color naranja, en donde se afirma que el color naranja “representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo” (Open Dc, 2012, pág. 3). Esto hace alusión que “Ciclotours” brindará sentimientos y emociones a través de la actividad del cicloturismo en donde el cliente podrá disipar su mente en una actividad recreativa, también con esto se muestra el éxito y lo atractivo que quiere ser el emprendimiento en el medio competitivo.

El siguiente elemento es el Volcán Imbabura, que representa a la provincia de Imbabura como una elevación iconico, por lo tanto, es un símbolo importante en la provincia y hace referencia a que el emprendimiento brindara rutas cercanas de la naturaleza como es los alrededores del volcán.

La bicicleta es el componente que caracteriza al proyecto, por lo mismo este elemento es el principal concepto de “Ciclotours”, este elemento será la principal atracción cuando se conozcan la rutas.

Según Open Dc (2012) menciona que “El verde "Agua" se asocia con la protección y la curación emocional”(pág. 4). Bansadose en esta referencia se coloca el color verde a razon que el emprendimiento nace a raiz de la pantemia Covid-19 ,y el principal objetivo es que las personas afectadas psicologicamente por la pandemia tenga la opcion de disipar su mente intentando asi curarse emocionalmente atraves de “Cicloturs”.

Finalmente el nombre del proyecto es a razón de que se brindara actividades de cicloturismo, el mismo que tiene como finalidad dotar a las personas de experiencias en una bicicleta en areas naturales rodeados de cultura, flora y fauna de los lugares que se visiten.

## **4.2. Canales de distribución**

Los canales de distribución son empresas, negocios, emprendimiento, organizaciones que se pueden ayudar entre sí, para que un producto o servicio de alguna organización, este en total disponibilidad y acceso para que una persona o empresa pueda comprarlos. (Armstrong & Kotler, 2013, pág. 294).

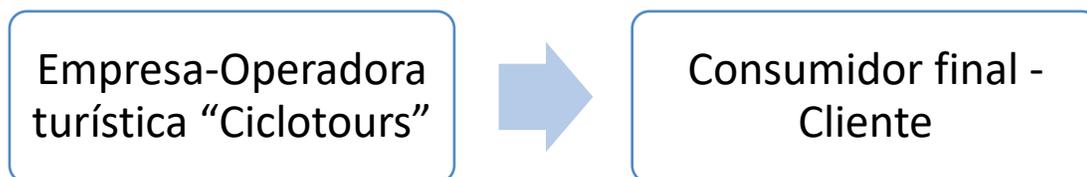
Los canales de distribución de la operadora “Ciclotours”, serán muy importante para el posicionamiento en el mercado, estos ayudarán a que el proyecto pueda competir en el mercado brindando todos sus servicios por medio de esta alternativa.

### **4.2.1 Canal de distribución directo**

Según De toro & Villanueva (2017) los canales de distribución directos son los elementos de una empresa puede ser producto o servicio que se los comercializa de forma inmediata con el consumidor, esto permite que los bienes y servicios de una empresa no tenga ninguna alteración de precio o calidad por parte de intermediarios, y que el usuario pueda consumirlo directamente del fabricante o empresa que brinde lo que elabora o el servicio que presta para con los usuarios (pág. 224).

La operadora turística “Ciclotours” tendrá como principal canal de distribución el canal directo, y con ello beneficiar al usuario con una comunicación inmediata con la operadora haciendo uso de las diferentes herramientas y medios tecnológicos que existen el día de hoy.

*Figura 18 Canal directo*



Nota. Elaborado por el autor,2021.

#### **4.2.2 Canal de distribución indirecto**

Según Sarmiento (2017) se menciona así a los canales indirectos, porque en el proceso de la distribución de un producto o servicio existen varios escalones de intermediarios que buscan beneficiarse con la comercialización del bien o servicio de los principales proveedores que los elaboraron para así llevarlos hacia el consumidor final, existen tres niveles de distribución indirecta (pág. 174).

Los canales de distribución indirectos tendrían un beneficio marcado para difusión del producto y servicio de la Operadora, con ello se tendrá como cometido los diferentes tipos de convenios con diversas empresas como: agencias de viajes, Hoteles, operadoras turísticas, páginas web, aplicaciones entre otras.

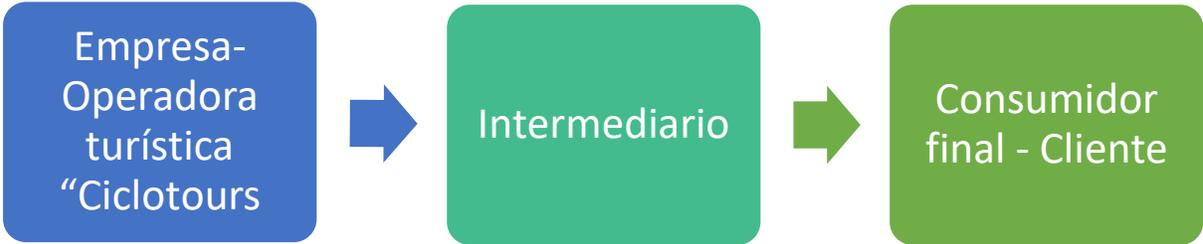
##### **4.2.2.1 Canal de distribución indirecto corto**

Como expresa Sarmiento (2017) el presente canal se caracteriza por tener un solo intermediario entre el fabricante y el consumidor final o cliente, entre el detallista puede que exista clausulas con el fabricante como exclusividad o número de ventas y así obtener benéficos de ventas entre las dos partes (pag. 174).

Para la difusion de todo los productos y servicio de la operadora se utilizara tambien este canal de distribucion ya que ayudaria a que la operadora venda los paquetes turisticos por medio de personas o empresas intermediarias que son

conocidas mundialmente y localmente , entre estas estan redes sociales, plataformas digitales y agencias de viajes a nivel local y nacional.

Figura 19 Canal indirecto

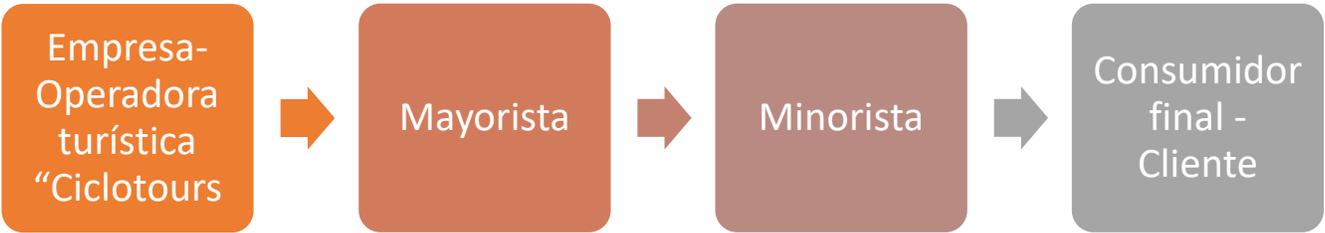


Nota. Elaborado por el autor,2021.

#### 4.2.2.2 Canal de distribución indirecto largo

Sarmiento (2017) menciona que el presente canal es usado por varias empresas de distribución de bienes o productos en forma intensa y con ello quieren posicionarse en el mercado global. Por esta razón es que estas empresas eligen este tipo de canal para así abarcar más clientes y abrir potencialmente su brecha de difusión, entre estos están: los mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas y agentes comerciales, etc. (págs. 174-175).

Figura 20 Canal de distribución indirecto largo



Nota. Elaborado por el autor,2021.

### 4.3. Publicidad

La publicidad en el emprendimiento será uno de los factores primordiales para que el emprendimiento surja y pueda posicionarse, este ámbito tendrá algunos elementos los cuales facilitaran al cliente obtener los productos y poder difundirlos, a continuación, se detalla los elementos y herramientas que se utilizara para la difusión de la marca.

#### 4.3.1. Página Web

Hoy en día la página web de un negocio o empresa es algo fundamental, es por eso que la operadora contara con una pagina web , en donde se detallara los servicios que ofrece y así poder ayudar al cliente a que tenga información detallada de la operadora como contactos, misión, visión etc, y también atreves de esta difundir material fotográfico y audiovisual de las rutas y paquetes.

*Figura 21* Página web oficial de “Ciclotours”



Nota. Elaborada por el autor, en la plataforma de edición de Wix,2021

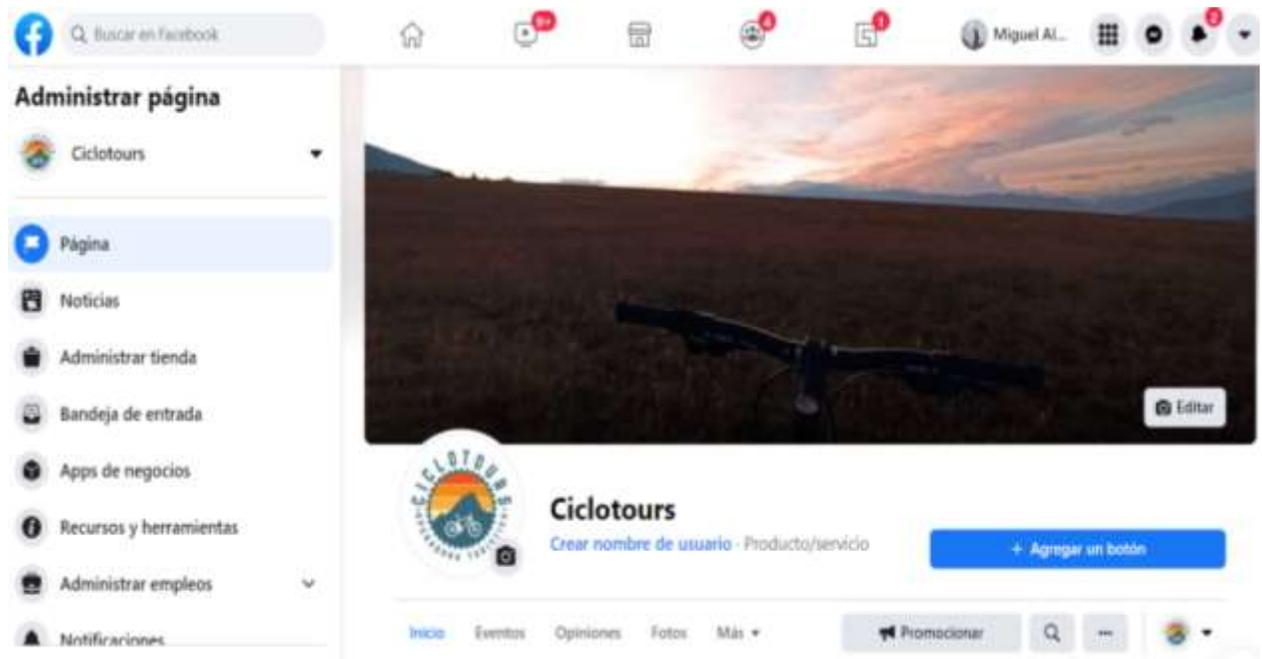
### 4.3.2 Redes sociales

En los últimos años las redes sociales se han convertido en una herramienta potencial para la difusión de productos y servicios de un emprendimiento o empresa; El emprendimiento de la operadora turística “Ciclotours” maneja las redes sociales más renombradas de los últimos tiempos como Facebook, Instagram, Tiktok, WhatsApp empresarial, estas aplicaciones ayudaran a que la marca se posicione en el mercado.

#### Facebook

Es una red social que sirve para algunos cometidos en el ámbito empresarial y comercial que a beneficiado a emprendimiento y empresas en el mundo a difundir sus productos y servicios. Esta herramienta será de gran ayuda para la difusión de la marca, de “Ciclotours”, y con ella ofrecer los productos y servicios que dispone el emprendimiento.

Figura 22 Página oficial de Facebook “Ciclotours”

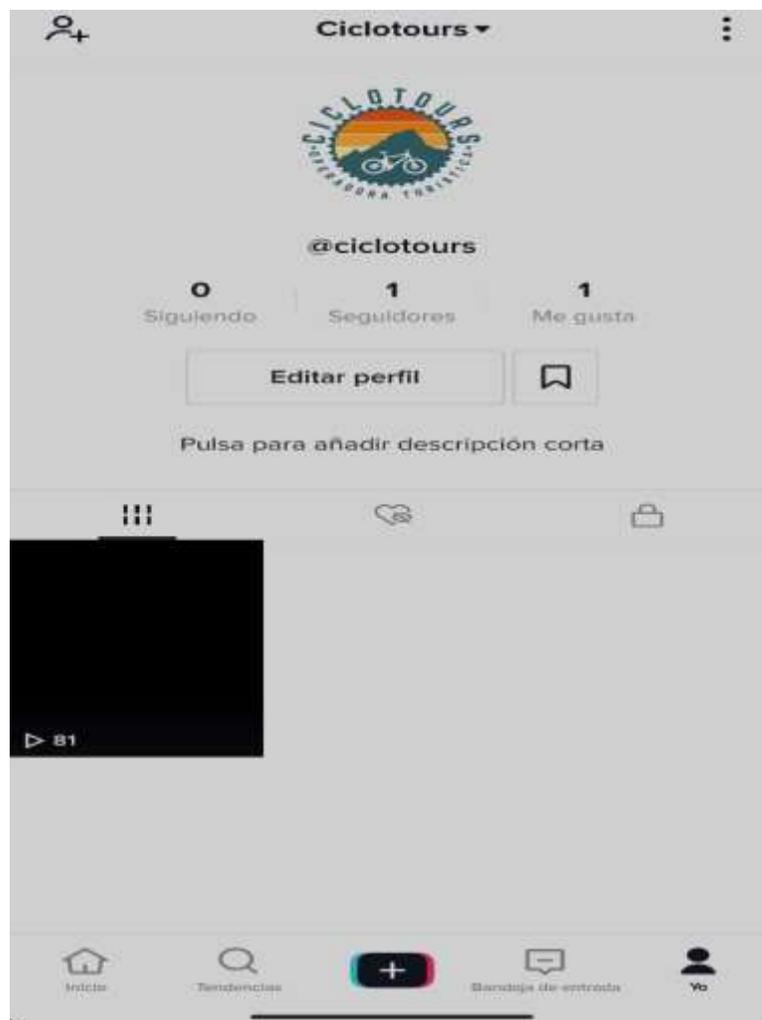


Nota. Elaborada por el autor, en la página de Facebook,2021

## Tiktok

La aplicación es una de las más usadas en los últimos años, el compartir imágenes en videos o videos creador por el usuario con un interfaz novedosa y creativa hace que la difusión de marcas sea mucho más llamativa que lo convencional, mediante esta plataforma se busca llegar a captar más público que al cual le llame la atención la idea de negocio y así puedan contratar sus servicios.

*Figura 23 Perfil oficial en Tiktok de “Ciclotours”*

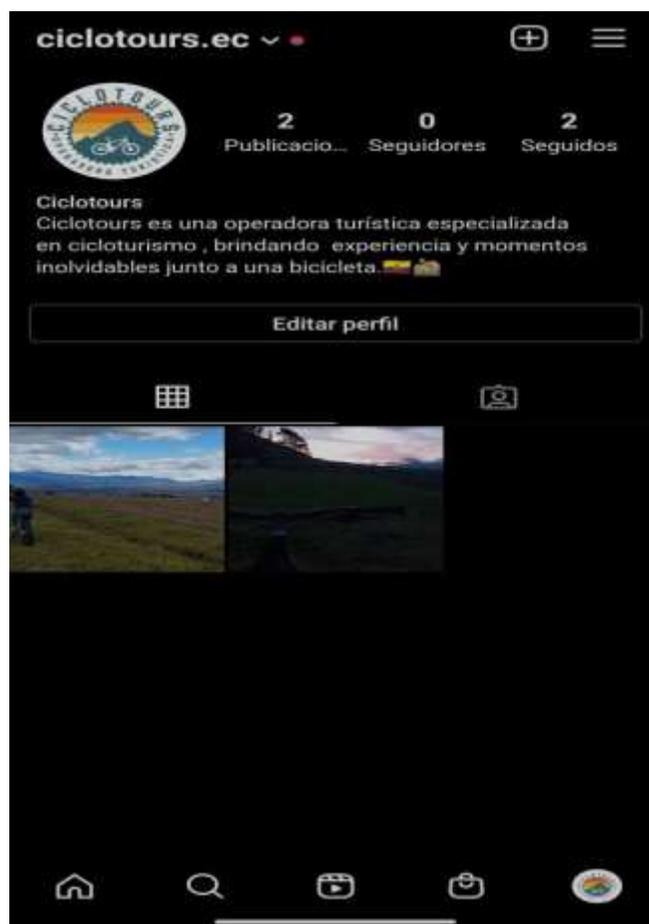


Nota. Elaborada por el autor, en la aplicación de Tiktok,2021

## Instagram

Una de las plataformas en redes sociales más populares conocidas a nivel mundial es Instagram, dedicada a difundir imágenes, *stories*, videos, especializada en la publicación de fotografías, sería una de las plataformas sociales claves para publicar los videos grabados con cámaras de acción y fotografías de las rutas que la operadora “CicloTours” pondrá a disposición en el mercado.

*Figura 24 Perfil oficial en Instagram de “Ciclotours”*

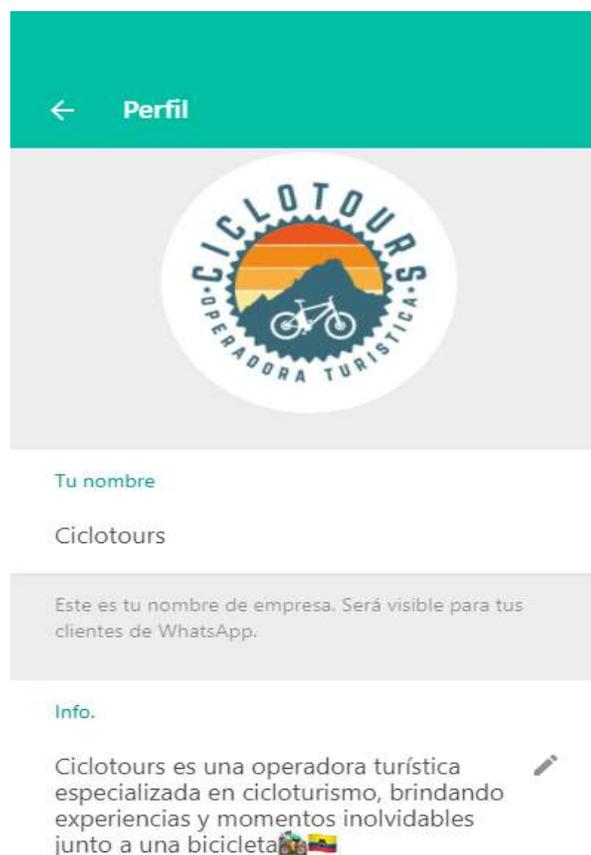


Nota. Elaborada por el autor, en la aplicación de Instagram, 2021

## WhatsApp Bussines

La plataforma WhatsApp esta consolidada como la aplicación de mensajería más grande y conocida del mundo, también tiene una alternativa para el fin comercial, como es *WhatsApp Bussines* la presente aplicación está diseñada para fines comerciales, tiene la capacidad de ofrecer los productos o servicios en un catálogo especificando cada uno de estos, esta alternativa ayudará a Ciclotours para así comunicarse directamente con sus clientes y ofrecer las rutas diseñadas por la operadora.

*Figura 25 Perfil oficial en de WhatsApp Bussines “Ciclotours”*



Nota. Elaborada por el autor, en la aplicación WhatsApp Bussines,2021

### 4.3.3 Artículos de merchandasing

Los artículos de merchandasing es una de las alternativas de promocionar la empresa y llegar a las personas interesada, donde se brindará productos con el logotipo de la operadora como: Camisetas, gorras, buffs y protege cadenas para la bicicleta del usuario; mediante estos artículos se promocionar la marca con la ayuda de las personas que porten estos artículos.

#### Gorras

*Figura 27 Gorra con logotipo blanco y negro*



Nota. Elaborado por el autor,2021

*Figura 26 Gorra con logotipo original*



Nota. Elaborado por el autor,2021

#### Bufs

*Figura 29 Buff con logotipo original*



*Figura 28 Buff con logotipo blanco y negro*



Nota. Elaborado por el autor,2021

### Camisetas

Figura 30 Camiseta con logotipo blanco y negro



Nota. Elaborado por el autor,2021

Nota. Elaborado por el autor,2021

Figura 31 Camiseta con logotipo original



Nota. Elaborado por el autor,2021

### Protectores de cadena

Figura 32 Protectores de cadena con el logotipo de Ciclotours



Nota. Elaborado por el autor,2021

## Promoción

Figura 33 Promoción de la ruta del vapor

**RUTA DEL VAPOR**  
**CICLOTURISMO**  
Ibarra-Urcuquí

- Vehículo de abastecimiento
- Hidratación
- Entradas a Santigua-Cachimbira
- Entrada a la Hacienda San Francisco
- Alojamiento-Almuerzo-Cena
- Desayuno al siguiente día
- Box lunch-fruta-galletas, bebida
- Equipo ciclistico
- Fotografía
- Guía

INF: 06-2511543-09961238152

**\$75.00**  
**DOS DÍAS UNA**  
**NOCHE**

Nota. Elaborado por el autor,2021

Figura 34 Promoción de la ruta de las haciendas

**RUTA DE LAS HACIENDAS**  
**CICLOTURISMO**  
Ibarra

- Vehículo de abastecimiento
- Hidratación
- Canyoning
- Box lunch -fruta-galleta-bebida
- Almuerzo típico
- Entrada a emprendimiento
- Equipo ciclistico
- Fotografía
- Guía

INF: 062511543-09961238152

**\$55.00**  
**FULL-DAY**

Figura 35 Promoción de la ruta de las haciendas

**CICLOTURISMO**

**RUTA DE LA SAL**  
**CICLOTURISMO**

Ibarra-Salinas(Imbabura)-Estacion Carchi

- Vehículo de abastecimiento
- Hidratación
- Box lunch- Fruta, galleta, bebida
- Almuerzo típico-Turismo vivencial
- Hospedaje

Nota. Elaborado por el autor,2021

INF:062511543-09961238152

**SALINAS**

**\$64.00**  
**DOS DIAS UNA NOCHE**

Nota. Elaborado por el autor,2021

Figura 36 Promoción de la ruta de las haciendas

**CICLOTURISMO**

**RUTA CÓNDOR YAKU**  
**CICLOTURISMO**

Ibarra-Angochagua

- Vehículo de abastecimiento
- Hidratación
- Turismo vivencial
- Box lunch-fruta, galleta, bebida
- Almuerzo típico
- Equipo ciclistico
- Fotografía

INF:062511543-09961238152

**\$35.00**  
**FULL DAY**

Nota. Elaborado por el autor,2021

#### **4.4. Ampliación posible de la gama de productos en el futuro**

La operadora turística Ciclotours mediante su evolución en el mercado podrá ampliar su gama de servicios para sus consumidores y tener otros horizontes, como la creación de paquetes de cicloturismo a nivel nacional brindado a los turistas la posibilidad de conocer lugares extraordinarios y maravillosos alrededor del país, ofreciendo rutas en diferentes provincias como Chimborazo, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua y las demás provincias que posee el Ecuador con sus diferentes atractivos naturales y culturales.

## Capítulo V

### 5. ESTUDIO AMBIENTAL

#### 5.1 Descripción de las acciones/actividades del proyecto o emprendimiento.

El emprendimiento planteado cuenta con algunas actividades que se realizarán, entre la más importante es el cicloturismo que es el producto estrella de la misma. La implantación de la operadora especializada en cicloturismo es una iniciativa que ayudará económicamente y al desarrollo turístico del cantón Ibarra y de la provincia de Imbabura; entre las actividades que se evaluarán los impactos ambientales de la operadora serán en la fase de operación, ya que no existirá una fase de construcción a gran escala, por la razón que ya existe una infraestructura en donde serán las oficinas.

#### Actividades de operación

Tabla 84 Actividades de la operadora

- 
- Transporte
- 
- Ingreso a fuentes de agua
- 
- Deportes de aventura (Canyoning)
- 
- Avistamiento de flora y fauna
- 
- Deportes de aventura (Ciclismo)
- 
- Visita emprendimientos de la zona
-

- Alimentación

Nota. Elaborado por el autor,2021

### 5.1.1 Factores ambientales

Tabla 85 Factores ambientales a evaluar

ABIOTICO	SUELO
	AIRE
	AGUA
BIOTICO	VEGETACION
	FAUNA
MEDIO PERCEPTUAL	PAISAJE
MEDIO SOCIO ECONOMICO	ACTIVIDAD ECONOMICA
	COMUNIDAD Y VIVIENDA
	SERVICIOS BASICOS

Nota. Elaborado por el autor,2021

## 5.1.2 Identificación de impactos ambientales

Figura 37 Tabla de identificación de impactos ambientales

	MEDIO COMPONENTES	ABIOTICO				BIOTICO			MEDIO FISICO	MEDIO SOCIO - ECONOMICO										
		AIRE	AGUA	SUELO	LACUSTRE	TERRESTRE	PROCESOS	PAISAJE		CULTURAL	DEMOGRAFICO	SOCIAL	ECONOMICO							
No	ACTIVIDADES / ELEMENTOS	Incremento de la concentración de gases y partículas en el aire	Incremento del nivel del ruido	Cambios en la calidad y disponibilidad del agua	Alteración en la dinámica fluvial	Cambios en las propiedades físico - químicas del suelo	Cambios en la comunidad ictica de los ríos, lagunas y mares intervenidos	Cambio en la estructura del biotopo y biocenosis lacustre	Cambios en la cobertura vegetal	Muerte y desplazamiento en la fauna terrestre	Aumento sobre la presión de los recursos naturales	Modificaciones del paisaje	Afectación del patrimonio cultural	Desplazamiento de infraestructura y viviendas	Variación en los niveles de salubridad	Incremento en la demanda de bienes y servicios	Modificación en la movilidad local	Cambios en el nivel de empleo	Afectación de áreas productivas	
1	Transporte	x	x															x		
2	Ingreso a fuentes de agua																	x		
3	Deportes de aventura Canyoning		x															x		
4	Avistamiento de flora y fauna		x		x													x		
5	Deportes de aventura (ciclismo)		x															x		
6	Visita de emprendimientos de la zona		x															x		
7	Alimentación( box lounch)		x									x						x		
8	Promoción		x						x									x		
	<b>TOTAL</b>	1	7	(0)	(0)	1	(0)	(0)	(0)	1	(0)	2	(0)	(0)	(0)	(0)	5	(0)	6	0
	<b>RESUMEN</b>	1	1	(0)	(0)	1	(0)	(0)	(0)	1	(0)	1	(0)	(0)	(0)	(0)	2	(0)	2	0
	<b>CARÁCTER</b>	(-)	(-)	(0)	(0)	(-)	(0)	(0)	(0)	(-)	(0)	(-)	(0)	(0)	(0)	(0)	(+)	(0)	(+)	0

Nota. Elaborado por el autor,2021

## 5.2 Definición del método de EIA

El método que se utilizará para la evolución de impactos ambientales de la idea de negocio será el método de Leopold.

Este método es uno de los más utilizados para la EIA de algún proyecto que se busca implementar.

“...permite la estimación subjetiva de los impactos, mediante la utilización de una escala numérica; la comparación de alternativas; la determinación de interacciones, la identificación de las acciones del proyecto que causan impactos de menor o mayor magnitud e importancia” (Temas de Ciencia y Tecnología, 2013, pág. 40)

Esta matriz permite comparar las interacciones entre actividades e impactos que podría existir mediante la implementación del proyecto.

### 5.2.1 Valoración de los impactos ambientales

Tabla 86 Ponderación de resumen de la Identificación de impactos ambientales.

PONDERACION DE RESUMEN
1=NEGATIVO
2=POSITIVO
0=NULO

Nota. Elaborado por el autor,2021

## 5.2.2. Valoración de Impactos Ambientales

Tabla 87 Valoración de magnitud

Magnitud	
Grado	Escala de valores
Baja	1
Media	3
Alta	6

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 88 Valoración de cobertura

Cobertura	
Grado	Escala de valores
Puntual	1
Parcial	3
Local	6

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 89 Plazo de manifestación

Plazo de manifestación	
Grado	Escala de valores
Largo plazo	1
Mediano plazo	3
Inmediato	6

Tabla 90 Valoración de duración

Duración	
Grado	Escala de valores
Fugaz	1
Temporal	6
Permanente	12

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 91 Valoración de reversibilidad

Reversibilidad	
Grado	Escala de valores
Corto plazo	1
Mediano Plazo	6
Irreversible	12

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 92 Recuperabilidad

Recuperabilidad	
Grado	Escala de valores
Inmediato	1
Mediano Plazo	6
Irrecuperable	12

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 93 Valoración de periodicidad

Periodicidad	
Grado	Escala de valores
<b>Irregular</b>	1
<b>Periodio</b>	6
<b>Continuo</b>	12

ado por el autor, 2021

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 94 Valoración de tendencia

Tendencia	
Grado	Escala de valores
<b>Simple</b>	1
<b>Acumulativo</b>	8

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 95 Valoración de tipo

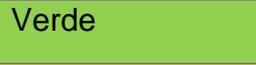
Tipo	
Grado	Escala de valores
<b>Indirecto</b>	1
<b>Directo</b>	8

Tabla 96 Representación cromática

Positivo		Negativo		
75-100 (+)		<b>75-100 (-)</b>		<b>Critico</b>
75-50 (+)		<b>75-50 (-)</b>		<b>Severo</b>
25-50 (+)		<b>25-50 (-)</b>		<b>Moderado</b>
0-25 (+)		<b>0-25 (-)</b>		<b>Bajo</b>

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 97 Escala de valores EIA

Escala de valores	Clase de efecto	Semaforización
<b>0-25</b>	Compatible	
<b>25-50</b>	Moderado	
<b>50-75</b>	Crítico	
<b>75-100</b>	Severo	

### 5.2.3 Valoración de Impactos Ambientales

Tabla 98 Valoración ambiental de actividad de transporte

Actividad: Transporte																
COMPONENTES AMBIENTALES CON LOS POSIBLES IMPACTOS										CRITERIOS DE EVALUACION						
MEDIO	COMPONENTE	IMPACTOS	CARÁCTER	MAGNITUD	COBERTURA	PLAZO DE MANIFESTACION	DURACION	REVERSIBILIDAD	RECUPERABILIDAD	PERIODICIDAD	TENDENCIA	TIPO	TOTAL	IMPORTANCIA		
ABIOTICO	AIRE	Incremento de la concentración de gases y partículas en el aire	(-)	1	1	6	1	1	1	6	1	1	19	COMPATIBLE	1	
		Incremento del nivel del ruido	(-)	2	3	3	1	6	1	6	1	8	31	MODERADO	2	
BIOTICO	TERRESTRE	Cambios en la cobertura vegetal	(-)	1	3	3	6	1	1	1	1	1	18	COMPATIBLE	3	
MEDIO SOCIO ECONOMICO	ECONOMICO	Cambios en el nivel de empleo	(+)	3	3	6	6	6	6	6	1	8	45	MODERADO	4	

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 99 Valoración ambiental de actividad de ingreso a fuentes de agua

Actividad: Ingreso a fuentes de agua															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES CON LOS POSIBLES IMPACTOS			CRITERIOS DE EVALUACION											
	COMPONENTE	IMPACTOS	CARÁCTER	MAGNITUD	COBERTURA	PLAZO DE MANIFESTACION	DURACION	REVERSIBILIDAD	RECUPERABILIDAD	PERIODICIDAD	TENDENCIA	TIPO	TOTAL	IMPORTANCIA	
MEDIO SOCIO EC.	<b>SOCIAL</b>	Incremento en la demanda de bienes y servicios	(+)	3	3	6	6	6	6	1	1	1	33	<b>MODERADO</b>	1
	<b>ECONOMICO</b>	Cambios en el nivel de empleo	(+)	3	3	6	6	6	6	6	1	8	45	<b>MODERADO</b>	2

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 100 Valoración ambiental de actividad deportes de aventura (Canyoning)

Actividad: Deportes de aventura(Canyoning)															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES CON LOS POSIBLES IMPACTOS			CRITERIOS DE EVALUACION											
	COMPONENTE	IMPACTOS	CARÁCTER	MAGNITUD	COBERTURA	PLAZO DE MANIFESTACION	DURACION	REVERSIBILIDAD	RECUPERABILIDAD	PERIODICIDAD	TENDENCIA	TIPO	TOTAL	IMPORTANCIA	
ABIOTICO	<b>AIRE</b>	Incremento del nivel del ruido	(-)	1	3	6	1	1	1	6	1	8	28	<b>MODERADO</b>	1
MEDIO SOCIO EC.	<b>ECONOMICO</b>	Cambios en el nivel de empleo	(+)	3	3	6	6	6	6	6	1	8	45	<b>MODERADO</b>	2

Fuente Elaborado por el autor, 2021

Tabla 101 Valoración ambiental de actividad de avistamiento de flora y fauna

Actividad: Avistamiento de flora y fauna															
MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES CON LOS POSIBLES IMPACTOS			CRITERIOS DE EVALUACION											
	COMPONENTE	IMPACTOS	CARÁCTER	MAGNITUD	COBERTURA	PLAZO DE MANIFESTACION	DURACION	REVERSIBILIDAD	RECUPERABILIDAD	PERIODICIDAD	TENDENCIA	TIPO	TOTAL	IMPORTANCIA	
ABIOTICO	<b>AIRE</b>	Incremento del nivel del ruido	(-)	1	3	3	1	1	1	6	1	8	<b>25</b>	<b>COMPATIBLE</b>	1
	<b>SUELO</b>	Cambios en las propiedades físico - químicas del suelo	(-)	1	3	3	1	1	1	6	1	8	<b>25</b>	<b>COMPATIBLE</b>	2
	<b>SOCIAL</b>	Incremento en la demanda de bienes y servicios	(+)	3	3	3	6	1	1	1	1	8	<b>27</b>	<b>MODERADO</b>	3
MEDIO SOCIO EC.	<b>ECONOMICO</b>	Cambios en el nivel de empleo	(+)	3	3	6	6	6	6	6	1	8	<b>45</b>	<b>MODERADO</b>	4

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 102 Valoración ambiental deportes de aventura (ciclismo)

Actividad: Deportes de aventura(Ciclismo)

MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES CON LOS POSIBLES IMPACTOS			CRITERIOS DE EVALUACION										IMPORTANCIA	
	COMPONENTE	IMPACTOS	CARÁCTER	MAGNITUD	COBERTURA	PLAZO DE MANIFESTACION	DURACION	REVERSIBILIDAD	RECUPERABILIDAD	PERIODICIDAD	TENDENCIA	TIPO	TOTAL		
ABIOTICO	AIRE	Incremento del nivel del ruido	(-)	1	3	6	1	1	1	6	1	1	21	COMPATIBLE	1
MEDIO SOCIO EC.	SOCIAL	Incremento en la demanda de bienes y servicios	(+)	2	3	1	6	1	6	1	1	8	29	MODERADO	2

Nota. Elaborado por el autor, 2021      sita de emprendimientos de la zona

Actividad: Deportes de aventura(Ciclismo)

MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES CON LOS POSIBLES IMPACTOS			CRITERIOS DE EVALUACION										IMPORTANCIA	
	COMPONENTE	IMPACTOS	CARÁCTER	MAGNITUD	COBERTURA	PLAZO DE MANIFESTACION	DURACION	REVERSIBILIDAD	RECUPERABILIDAD	PERIODICIDAD	TENDENCIA	TIPO	TOTAL		
ABIOTICO	AIRE	Incremento del nivel del ruido	(-)	1	3	6	1	1	1	6	1	1	21	COMPATIBLE	1
MEDIO SOCIO EC.	SOCIAL	Incremento en la demanda de bienes y servicios	(+)	2	3	1	6	1	6	1	1	8	29	MODERADO	2
	ECONOMICO	Cambios en el nivel de empleo	(+)	3	3	6	6	6	6	6	1	8	45	MODERADO	3

Nota. Elaborado por el autor, 2021  
 Tabla 104 valoración ambiental de alimentación (Box lunch)

Actividad: Alimentación (Box lunch)

MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES CON LOS POSIBLES IMPACTOS			CRITERIOS DE EVALUACION										IMPORTANCIA	
	COMPONENTE	IMPACTOS	CARÁCTER	MAGNITUD	COBERTURA	PLAZO DE MANIFESTACION	DURACION	REVERSIBILIDAD	RECUPERABILIDAD	PERIODICIDAD	TENDENCIA	TIPO	TOTAL		
ABIOTICO	<b>AIRE</b>	Incremento del nivel del ruido	(-)	2	3	3	1	1	1	6	1	1	19	<b>COMPATIBLE</b>	1
MEDIO DE PERCEPCION	<b>PAISAJE</b>	Modificaciones del paisaje	(-)	1	1	3	1	1	1	6	1	1	18	<b>COMPATIBLE</b>	2
MEDIO SOCIO EC.	<b>ECONOMICO</b>	Cambios en el nivel de empleo	(+)	3	3	1	6	1	1	6	1	8	30	<b>MODERADO</b>	3

Fuente Elaborado por el autor, 2021

Tabla 105 Valoración ambiental de promoción

Actividad: Promoción

MEDIO	COMPONENTES AMBIENTALES CON LOS POSIBLES IMPACTOS			CRITERIOS DE EVALUACION										IMPORTANCIA	
	COMPONENTE	IMPACTOS		CARÁCTER	MAGNITUD	COBERTURA	PLAZO DE MANIFESTACION	DURACION	REVERSIBILIDAD	RECUPERABILIDAD	PERIODICIDAD	TENDENCIA	TIPO		
ABIOTICO	<b>AIRE</b>	Incremento del nivel del ruido	(-)	1	3	3	1	6	6	1	1	8	<b>30</b>	<b>MODERADO</b>	1
BIOTICO	<b>TERRESTRE</b>	Muerte y desplazamiento en la fauna	(-)	3	6	6	1	6	6	1	8	8	<b>45</b>	<b>MODERADO</b>	2
	<b>SOCIAL</b>	Incremento en la demanda de bienes y servicios	(+)	3	3	6	1	1	6	6	1	1	<b>28</b>	<b>MODERADO</b>	3
MEDIO SOCIO EC.	<b>ECONOMICO</b>	Cambios en el nivel de empleo	(+)	3	3	3	1	6	6	1	1	8	<b>32</b>	<b>MODERADO</b>	4

Nota. Elaborado por el autor, 2021

## 5.2.4 Tabla de resumen

En la tabla de resumen expuesta, contiene los impactos positivos y negativos de cada actividad de la fase de operación del emprendimiento, el cual sumando dichos impactos y dividiendo el resultado para el número de impactos de cada factor ambiental y de esta manera se obtiene el valor para determinar la severidad.

Figura 38 Tabla de resumen de impactos ambientales

No	MEDIO COMPONENTES	ABIOTICO			BIOTICO			MEDIO PAISAJE	MEDIO SOCIO- ECONOMICO							
		AIRE	AGUA	SUELO	LACUSTRE	TERRESTRE	PROCES		CULTURAL	DEMOGRAFICO	SOCIAL	ECONOMICO				
No	ACTIVIDADES / ELEMENTOS	Incremento de la concentración de gases y partículas en el aire	Incremento del nivel del ruido Cambios en la calidad y disponibilidad del agua	Alteración en la dinámica fluvial Cambios en las propiedades físico- químicas del suelo	Cambios en la comunidad ictica de los ríos, lagunas y mares intervenidos	Cambios en la cobertura vegetal Cambio en la estructura del biotopo y biocenosis lacustre	Muerte y desplazamiento en la fauna terrestre	Aumento sobre la presión de los recursos naturales	Modificaciones del paisaje	Afectación del patrimonio cultural	Desplazamiento de infraestructura y viviendas	Variacon en los niveles de salubridad	Incremento en la demanda de bienes y servicios	Modificación en la movilidad local	Cambios en el nivel de empleo	Afectación de áreas productivas
1	Transporte	-19	-31													30
2	Ingreso a fuentes de agua														33	28
3	Deportes de aventura Canyoning		-28													45
4	Avistamiento de flora y fauna		-25	-25											27	45
5	Deportes de aventura (ciclismo)		-21												29	
6	Visita de emprendimientos de la zona		-21												29	45
7	Alimentación( box lounch)		-19						-16							30
8	Promoción		-30					-45							28	32
	<b>SUMA TOTAL</b>	-19	-175	-25			-45	-16							146	255
	<b>TOTAL</b>	-19	-25	-25			-45	-16							29.2	42.5

Nota. Elaborado por el autor, 2021

## 5.2.5 Tabla cromática

Figura 39 Tabla cromática

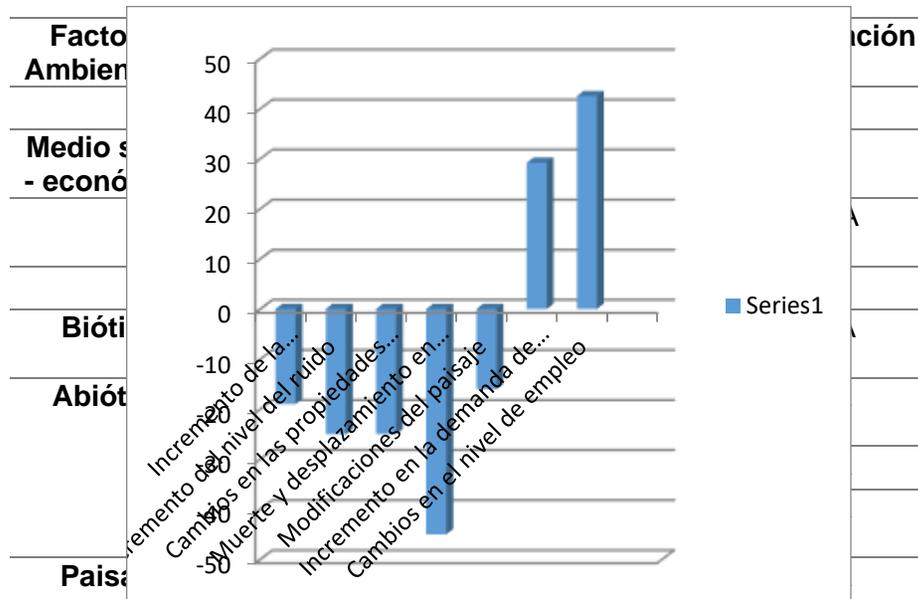
No	MEDIO		ABIOTICO			BIOTICO			MEDIO F	MEDIO SOCIO - ECONOMICO												
	COMPONENTES		AIRE	AGUA	SUELO	LACUSTRE	TERRESTRE	PROCES		PAISAJE	CULTURAL	DEMOGRAFICO	SOCIAL	ECON								
No	ACTIVIDADES / ELEMENTOS		Incremento de la concentración de gases y partículas en el aire	Incremento del nivel del ruido	Alteración en la dinámica fluvial	Cambios en la calidad y disponibilidad del agua	Cambios en la cantidad y disponibilidad del suelo	Cambios en las propiedades físico - químicas del suelo	Cambios en la comunidad íctica de los ríos, lagunas y mares intervenidos	Cambio en la estructura del biotopo y biocenosis lacustre	Cambios en la cobertura vegetal	Muerte y desplazamiento en la fauna terrestre	Aumento sobre la presión de los recursos naturales	Modificaciones del paisaje	Afectación del patrimonio cultural	Desplazamiento de infraestructura y viviendas	Cambios en la dinámica poblacional	Variación en los niveles de salubridad	Incremento en la demanda de bienes y servicios	Modificación en la movilidad local	Cambios en el nivel de empleo	
1	Transporte		-19	-31																	30	
2	Ingreso a fuentes de agua																				33	28
3	Deportes de aventura Canyoning																					45
4	Avistamiento de flora y fauna						-25															45
5	Deportes de aventura (ciclismo)																					29
6	Visita de emprendimientos de la zona																					45
7	Alimentación( box lunch)													-16								30
8	Promoción																					32
	<b>SUMA TOTAL</b>		-19	-175			-25							-16								255
	<b>TOTAL</b>		-19	-25			-25							-16								42.5
	<b>TOTAL CROMATICA</b>		-19	-25			-25							-16								42.5
	<b>TOTAL DE RESULTADOS</b>		-19	-25			-25							-16								42.5

### 5.3 Jerarquización

En la fase de operación de la operadora, se tomara como referencia para las estrategias ambientales los impactos positivos y negativos, en este apartado se coloca de forma ascendente los resultados de la tabla cromática expuesta anteriormente.

#### Fase de operación

Tabla 106 Jerarquización de impactos



Nota. Elaborado por el autor, 2021

Nota. Elaborado por el autor, 2021

## 5.4 Matriz de interpretación de resultados

Etapa de operación: Basados en los resultados generales de la evaluación de impactos ambientales, se determina que la etapa de operación se encuentra ubicado en el rango de 0-25 negativo con un resultado de -8.4, por lo tanto se encuentra en la escala de severidad en un nivel bajo, así permitiendo realizar acciones para la disminución de los impactos del emprendimiento.

Tabla 107 Matriz de interpretación de resultados

<b>Matriz de interpretación de resultados</b>		
<b>Rango (+) (-)</b>		<b>Rango numérico</b>
<b>Positivo</b>	<b>Negativo</b>	
Critico	Critico	100-75
Severo	Severo	75-50
Moderado	Moderado	50-25
Baja	Baja	25-0

Nota. Elaborado por el autor, 2021

## 5.5 Plan de manejo ambiental

Tabla 108 Ficha técnica del plan de manejo ambiental.

<b>FASE DEL PROYECTO:</b>	Operación	<b>RESPONSABLE:</b>	Administración	
<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>	Impacto ambiental compatible	<b>IMPACTO IDENTIFICADO</b>	Incremento de concentración de gases y partículas en el aire.	
<b>ESTRATEGIAS PROPUESTAS</b>	<b>COSTO</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>PLAZO</b>	
Mantenimiento de los vehículos por parte de los propietarios	60\$	Revisión vehicular	Trimestral	

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 109 Ficha técnica del plan de manejo ambiental.

<b>FASE DEL PROYECTO:</b>	Operación	<b>RESPONSABLE:</b>	Guía Turísticos y mantenimiento automotriz	
<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>	Impacto ambiental compatible	<b>IMPACTO IDENTIFICADO</b>	Incremento del nivel de ruido.	
<b>ESTRATEGIAS PROPUESTAS</b>		<b>COSTO</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>PLAZO</b>
Charlas al turista al turista sobre contaminación auditiva en áreas naturales		-	Fotografías	Tiempo de funcionamiento
Contratación de vehículos de abastecimiento con silenciadores en los escapes		-	Revisión vehicular por parte de la Agencia nacional	Tiempo de funcionamiento

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 110 Ficha técnica del plan de manejo ambiental.

<b>FASE DEL PROYECTO:</b>	Operación	<b>RESPONSABLE:</b>	Guía Turístico
<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>	Impacto ambiental compatible	<b>IMPACTO IDENTIFICADO</b>	Cambios en las propiedades físico - químicas del suelo.
<b>ESTRATEGIAS PROPUESTAS</b>	<b>COSTO</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>PLAZO</b>
Directrices a los turistas para respetar los senderos y caminos marcados en la ruta.	-	Fotografías y videos	Tiempo de funcionamiento

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 111 Ficha técnica del plan de manejo ambiental

<b>FASE DEL PROYECTO:</b>	Operación	<b>RESPONSABLE:</b>	Operadora
<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>	Impacto ambiental compatible	<b>IMPACTO IDENTIFICADO</b>	Cambios en la cobertura vegetal
<b>ESTRATEGIAS PROPUESTAS</b>	<b>COSTO</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>PLAZO</b>
Campaña de reforestación de plantas nativas en sectores estratégicos.	\$100	Fotografías	Anual

Nota. Elaborado por el autor, 2021

Tabla 112 Ficha técnica del plan de manejo ambiental.

<b>FASE DEL PROYECTO:</b>	Operación	<b>RESPONSABLE:</b>	Guía turístico	
<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>	Impacto ambiental compatible	<b>IMPACTO IDENTIFICADO</b>	Modificaciones del paisaje.	
<b>ESTRATEGIAS PROPUESTAS</b>	<b>COSTO</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>PLAZO</b>	
Promover a los turistas en cada ruta al manejo adecuado de los residuos sólidos en el ambiente	-	Videos y fotografías	Tiempo de funcionamiento	

Nota. Elaborado por el autor, 2021

## Capítulo VI

### 6. ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

#### 6.1 Estado situación inicial

Figura 40 Estado de situación inicial

			EMPRESA CICLOTOURS		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2022		
<b>ACTIVO</b>			<b>PASIVO</b>		
<b>Activo Circulante</b>			<b>Pasivo Circulante</b>		
Caja		\$1.000	Proveedores		
BANCOS		\$4.886	Prestamo al BancoEcuador		\$4.099
			Intereses por pagar		
			ISR por pagar		
			Anticipo de clientes		
<b>Total Activo Circulante</b>		<b>\$5.886,00</b>	<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$4.099</b>
<b>Activo Fijo</b>			<b>Pasivo a Largo Plazo</b>		
Muebles y enseres		\$ 974,00	Documentos por pagar a largo plazo		
Herramientas y materiales		\$ 207,00	<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$0</b>
Equipos informáticos		\$ 1.995,00			
Maquinaria y equipos		\$ 207,00			
Equipos informáticos		\$3.920			
Suministros de oficina		\$132			
Propaganda o publicidad		\$200			
<b>Total Activo Fijo</b>		<b>\$7.635</b>			
<b>Activo diferido</b>			<b>PATRIMONIO</b>		
Constitucion de la empresa		\$578			
		\$0	Capital socios (2)		\$ 10.000,00
<b>Total Activo Diferido</b>		<b>\$578</b>	<b>Total Capital contable</b>		<b>\$10.000</b>
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>		<b>\$14.099</b>	<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b>		<b>\$10.000</b>
			<b>SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$14.099</b>
					29,07%
					70,93%
					100%

En el presente estado de situación inicial se puede evidenciar , que en el activo circulante existe una cantidad de 5.886.00 dólares el cual hace énfasis al valor con el que la operadora tendrá para empezar su funcionamiento, también existe el parámetros de activo fijo de 7.635 dólares en donde se detalla puntualmente los elementos con los cuales la empresa podrá funcionar como es muebles y enseres , herramientas y materiales , equipos informáticos entre otros, siguiente de esta se encuentra la tabla de activos diferidos en donde se encuentran los rublos de constitución de la empresa con un valor de 578 dólares, dando así la suma de activos un total de 16.093 dólares.

En el apartado de patrimonio se obtiene un rubro de 10.000 dólares ya que se tendrá la inversión de dos socios con un capital cada de 5.000 dólares, con esto se obtiene la diferencia del patrimonio con el total de activos, una diferencia de pasivo circulante de 4.099 dólares el cual será financiado atreves del BanEcuador.

## 6.2 Tabla de amortización

Figura 41 Tabla de amortización

Nota. Elaborado por el autor, 2021	Plazo (Meses)	Saldo insoluto	Pago mensual total	Capital	Intereses
	36	\$4.002,28	\$134,67	\$96,24	38,42
Monto	4.099	\$3.905,13	\$134,67	\$97,14	37,52
Tasa anual	11,25%	\$3.807,08	\$134,67	\$98,06	36,61
		\$3.708,10	\$134,67	\$98,97	35,69
		\$3.608,20	\$134,67	\$99,90	34,76
Tasa mensual	0,94%	\$3.507,36	\$134,67	\$100,84	33,83
Pago mensual	\$134,67	\$3.405,58	\$134,67	\$101,78	32,88
		\$3.302,84	\$134,67	\$102,74	31,93
		\$3.199,14	\$134,67	\$103,70	30,96
		\$3.094,46	\$134,67	\$104,67	29,99
		\$2.988,81	\$134,67	\$105,66	29,01
		\$2.882,16	\$134,67	\$106,65	28,02
		\$2.774,51	\$134,67	\$107,65	27,02
		\$2.665,86	\$134,67	\$108,65	26,01
		\$2.556,19	\$134,67	\$109,67	24,99
		\$2.445,48	\$134,67	\$110,70	23,96
		\$2.333,74	\$134,67	\$111,74	22,93
		\$2.220,96	\$134,67	\$112,79	21,88
		\$2.107,11	\$134,67	\$113,84	20,82
		\$1.992,20	\$134,67	\$114,91	19,75
		\$1.876,21	\$134,67	\$115,99	18,68
		\$1.759,14	\$134,67	\$117,08	17,59
		\$1.640,96	\$134,67	\$118,17	16,49
		\$1.521,68	\$134,67	\$119,28	15,38
		\$1.401,28	\$134,67	\$120,40	14,27
		\$1.279,75	\$134,67	\$121,53	13,14
		\$1.157,08	\$134,67	\$122,67	12,00
		\$1.033,26	\$134,67	\$123,82	10,85
		\$908,28	\$134,67	\$124,98	9,69
		\$782,13	\$134,67	\$126,15	8,52
		\$654,80	\$134,67	\$127,33	7,33
		\$526,27	\$134,67	\$128,53	6,14
		\$396,54	\$134,67	\$129,73	4,93
		\$265,59	\$134,67	\$130,95	3,72
		\$133,42	\$134,67	\$132,18	2,49
		\$0,00	\$134,67	\$133,42	1,25

La presente figura trata sobre la tabla de amortización del estudio financiero de la operadora en donde se detalla el valor de la tasa anual de impuesto que posee BanEcuador que es de 11.25% y con una tasa mensual de 0.94%, el cual se hará el cálculo con el monto de financiamiento solicitado que es de 4.099 dólares, en el cual será financiado para 3 años con una cuota mensual de 134.07 dólares.

### 6.3 Costo capital

Figura 42 Costo capital

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	\$ 14.098,52	100%		7,72%		<b>7,72%</b>
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	\$ 10.000,00	71%	6,28%	4,45%		
FINANCIAMIENTO	\$ 4.098,52	29%	11,25%	3,27%		

Nota. Elaborado por el autor, 2021

En el costo capital se detallan las cantidades de la inversión que es de 14.098.52 dólares el cual es el 100%, el cual el capital propio es de 10.000 dólares equivalente al 71% y el financiamiento es de 4.098.52 dólares semejante al 29%, en donde la suma del capital propio y el financiamiento da un total del 100% de la inversión, consecuente a esto se realiza las operaciones con estos datos para obtener las equivalencias dando como resultado el costo de capital de la inversión de 7.72%.

## 6.4 Flujo de efectivo

Figura 43 Flujo de efectivo

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1																		
INGRESOS	Precio	unid a la venta	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL		UNIDADES VENDIDAS	
RUTA DEL VAPOR	\$70,00	14	\$980,00	\$980,00	\$980,00	\$1.960,00	\$980,00	\$1.960,00	\$980,00	\$980,00	\$980,00	\$980,00	\$980,00	\$1.960,00	\$ 14.700,00		210	
RUTA DE LAS HANCIEND	\$45,00	28	\$1.260,00	\$1.260,00	\$1.260,00	\$1.260,00	\$1.260,00	\$1.260,00	\$1.260,00	\$1.260,00	\$1.260,00	\$1.260,00	\$1.260,00	\$1.260,00	\$ 15.120,00		336	
RUTA DE LA SAL	\$60,00	14	\$840,00	\$840,00	\$840,00	\$1.680,00	\$840,00	\$1.680,00	\$840,00	\$840,00	\$840,00	\$840,00	\$1.680,00	\$840,00	\$ 12.600,00		210	
RUTA CONDOR YAKU	\$30,00	28	\$840,00	\$840,00	\$840,00	\$1.680,00	\$840,00	\$1.680,00	\$840,00	\$840,00	\$840,00	\$840,00	\$1.680,00	\$1.680,00	\$ 13.440,00		448	
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
TOTAL INGRESOS			\$3.920,00	\$3.920,00	\$3.920,00	\$6.580,00	\$3.920,00	\$6.580,00	\$3.920,00	\$3.920,00	\$3.920,00	\$3.920,00	\$5.600,00	\$5.740,00	\$ 55.860,00			
<b>EGRESOS</b>																		
																	costos fijos	costos variables
COSTO RUTA DEL VAPOR			\$588,00	\$607,60	\$607,60	\$1.215,20	\$607,60	\$1.215,20	\$607,60	\$607,60	\$607,60	\$607,60	\$607,60	\$1.215,20	\$ 9.114,00	V		\$ 9.114,00
COSTO RUTA DE LAS HANCIENDAS			\$756,00	\$756,00	\$756,00	\$756,00	\$756,00	\$756,00	\$756,00	\$756,00	\$756,00	\$756,00	\$756,00	\$756,00	\$ 9.072,00	V		\$ 9.072,00
COSTO RUTA DE LA SAL			\$504,00	\$504,00	\$504,00	\$1.008,00	\$504,00	\$1.008,00	\$504,00	\$504,00	\$504,00	\$504,00	\$1.008,00	\$504,00	\$ 7.560,00	V		\$ 7.560,00
COSTO RUTA CONDOR YAKU			\$504,00	\$504,00	\$504,00	\$1.008,00	\$504,00	\$1.008,00	\$504,00	\$504,00	\$504,00	\$504,00	\$1.008,00	\$1.008,00	\$ 8.064,00	V		\$ 8.064,00
GERENTE			\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$ 4.800,00	F		\$ 4.800,00
MARKETING Y VENTA			\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$400,00	\$ 4.800,00	F		\$ 4.800,00
MANTENIMIENTO			\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$ 300,00	F		\$ 300,00
Impuestos			\$2,35	\$2,35	\$2,35	\$3,95	\$2,35	\$3,95	\$2,35	\$2,35	\$2,35	\$2,35	\$3,36	\$3,44	\$ 33,52	F		\$ 33,52
Servicios Básicos			\$112,00	\$112,00	\$112,00	\$112,00	\$112,00	\$112,00	\$112,00	\$112,00	\$112,00	\$112,00	\$112,00	\$112,00	\$ 1.344,00	F		\$ 1.344,00
PAG DE PRESTAMO			\$134,67	\$134,67	\$134,67	\$134,67	\$134,67	\$134,67	\$134,67	\$134,67	\$134,67	\$134,67	\$134,67	\$134,67	\$ 1.615,99	F		\$ 1.615,99
APORTACIONES DEL IEES			\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$89,20	\$ 1.070,40	F		\$ 1.070,40
DECIMOS										\$800,00				\$800,00	\$ 1.600,00	F		\$ 1.600,00
Permiso de funcionamiento			\$77,52												\$ 577,52	F		\$ 577,52
TOTAL EGRESOS			\$ 4.092,74	\$ 3.534,82	\$ 3.534,82	\$ 5.152,01	\$ 3.534,82	\$ 5.152,01	\$ 3.534,82	\$ 4.334,82	\$ 3.534,82	\$ 3.534,82	\$ 4.543,83	\$ 5.447,51	\$ 49.951,43		\$ 16.141,43	\$ 33.810,00
<b>FLUJO DE CAJA</b>			\$ -172,74	\$ 385,18	\$ 385,18	\$ 1.427,99	\$ 385,18	\$ 1.427,99	\$ 385,18	\$ -414,82	\$ 385,18	\$ 385,18	\$ 1.056,17	\$ 292,49				
<b>FLUJO ACUMULADO</b>			\$ -172,74	\$ 212,44	\$ 597,63	\$ 2.025,61	\$ 2.410,79	\$ 3.838,78	\$ 4.223,96	\$ 3.809,14	\$ 4.194,33	\$ 4.579,51	\$ 5.635,68	\$ 5.928,17	\$ 5.908,57			

En el flujo de efectivo del año uno se encuentran dos aspectos que es el total de ingresos y el total de egresos, el cual en ingresos hay 4 productos a la venta los cuales se van a ofertar como es: La ruta del vapor, ruta de las haciendas, ruta de la sal y finalmente ruta cóndor yaku. En donde cada una de estas rutas posee un precio de 70 dólares, 45 dólares, 60 dólares y 30 dólares; teniendo en cuenta que en algunos meses se venderá el doble por diferentes festividades que existen en el año, dado un total de ingresos al año de 55.860 dólares.

En el aspecto de egresos se detalla los rublos económicos del costo de cada paquete mensualmente, también todo lo que hace referencia a capital de trabajo y préstamo al banco con un total de 49.951.43 dólares, dando un total de flujo acumulado de 5.908.57 dólares al año.

## 6.5 Flujo del año 5

Figura 44 Flujo del año 5

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Ingresos	\$55.860,00	\$57.535,80	\$59.261,87	\$61.039,73	\$62.870,92	
Egresos	\$49.951,43	\$51.449,97	\$52.993,47	\$54.583,27	\$56.220,77	
Flujo de caja	\$5.908,57	\$6.085,83	\$6.268,40	\$6.456,46	\$6.650,15	
DATOS PARA LA TIR	-\$14.098,52	\$5.908,57	\$6.085,83	\$6.268,40	\$6.456,46	\$6.650,15
		\$5.908,57	\$11.994,40	\$18.262,80	\$24.719,26	\$31.369,41

En la figura del año 5 se refleja los ingresos, egresos y flujo de caja desde el año 1 hasta el año 5, donde se observa que en el año 3 se recupera el total de la inversión dando paso a que los siguientes años se obtenga ganancias.

## 6.6 Evaluación del proyecto VAN y TIR

Figura 45 Evaluación del proyecto Van Y TIR

Incremento anual	3%
Costo de capital	7,72%
Inversión	\$14.098,52
VAN	\$11.023,41
TIR	33,42%

Nota. Elaborado por el autor, 2021

En la evaluación del proyecto Van y TIR, hay que tener en cuenta que la tasa interna de retorno (TIR) tendrá un porcentaje 33.42% es decir que sobrepasa al costo capital de 7.72%, dando como resultado que el proyecto al final

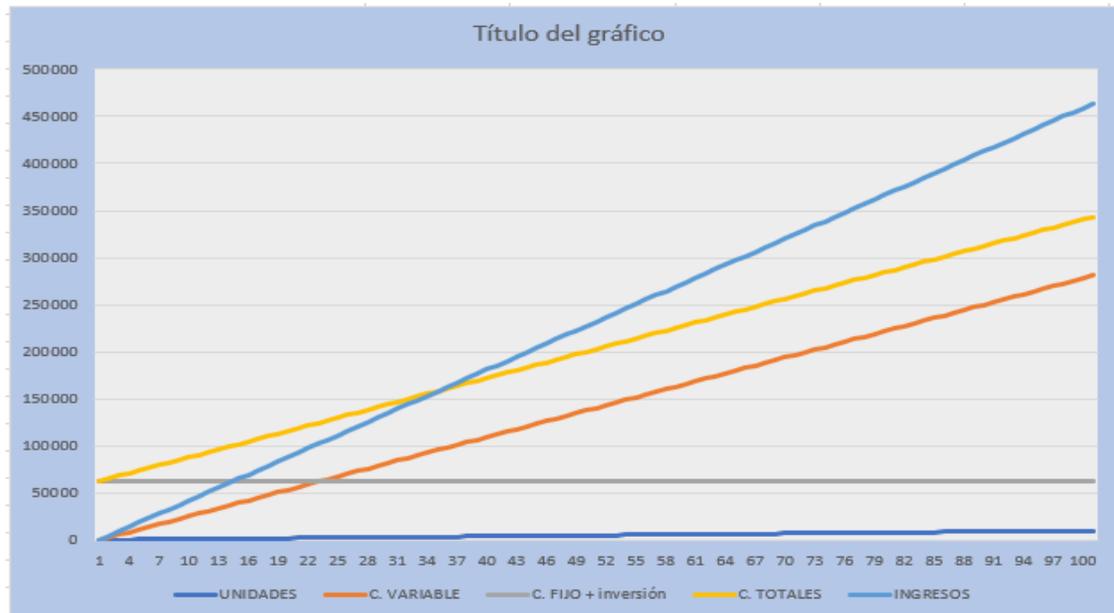
de los 5 años tendrá un capital considerablemente superior al de la inversión, por lo cual quiere decir que el proyecto será factible para su elaboración.

## 6.7 Punto de equilibrio

Figura 46 Punto de equilibrio

	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	
UNIDADES ELABORADAS PERÍODO	2021 630	1.008	630	1344	
TOTAL UNIDADES		<b>3.612</b>			
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	<b>17,44%</b>	<b>27,91%</b>	<b>17,44%</b>	<b>37,21%</b>	
PRECIO VENTA UNITARIO	\$70	\$45	\$60	\$30	
COSTO VENTA UNITARIO	\$43,40	\$27,00	\$36,00	\$18,00	
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		<b>\$46,40</b>			
COSTO PROMEDIO PONDERADO		<b>\$28,08</b>			
COSTO FIJO DEL PERÍODO		<b>\$48.424</b>			
INVERSIÓN		<b>\$14.099</b>			
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	<b>\$26,60</b>	<b>\$18,00</b>	<b>\$24,00</b>	<b>\$12,00</b>	
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		<b>\$18,31</b>			
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		<b>3.414</b>			
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		<b>\$158.391</b>			
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	<b>595</b>	<b>953</b>	<b>595</b>	<b>1.270</b>	
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / DOLARES	\$41.682	\$42.873	\$35.727	\$38.109	

Figura 47 Grafico punto de equilibrio



Nota. Elaborado por el autor, 2021

La operadora especializada en cicloturismo “Ciclotours” , llega al punto de equilibrio en el 3 año , donde el total de unidades vendidas deberá ser de 3612 sumando los 4 paquetes o productos que posee, teniendo en cuenta el precio ponderado del ejercicio financiero es de 46.40 dólares, también cuenta con un costo de promedio ponderado de 28.08 dólares, los cuales con estos dado se obtiene que el punto de equilibrio por unidades o producto es de 3414 que representa un total de ingreso de 158391 dólares.

## Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

- El diagnóstico de la situación actual del mercado en las operadoras turísticas e información de posibles rutas , facilitó determinar las probables competencias de operadoras turísticas que existen en la ciudad de Ibarra, las cuales con la adecuada información recolectada se logró establecer la potencial competencia de la operadora, y también teniendo en cuenta la recolección de información de las diferentes rutas cicloturisticas ayudó para la elaboración de los paquetes que ofertará la operadora turística “Ciclotours”
- Con la elaboración de un estudio de mercado para definir el posible segmento potencial de clientes, se consiguió saber que un promedio de edad de personas que podrían adquirir el servicio es de 18 a 40 años con la ocupación de estudiantes y empleados privados, los presentes segmentos cuentan con ingresos menores o iguales a 400 dólares.
- En cuanto a lo elaborado con anterioridad mediante un estudio técnico administrativo se consiguió establecer los precios necesarios para los requerimientos por cada área de la operadora, también la elaboración de los posibles paquetes a brindar a los turistas con sus respectivos datos técnicos y por último el personal y funciones que tendrían dentro del establecimiento.
- Actualmente todas las empresas o emprendimiento que desean incursar en el mercado deben realizar herramientas de marketing para mejorar la venta de los productos que ofertan, por lo tanto, Ciclotours optó por desarrollar estrategias de promociones y difusión para así tener un mejor dominio en el mercado y lograr posicionarse de mejor manera en el mismo.
- El estudio ambiental elaborado en el presente proyecto, fue de gran beneficio para así tener en cuenta las actividades de la operadora y con ello la identificación de impactos ambientales, de este modo se tuvo como resultados que la operadora turística Ciclo tours está en un rango de 0-25 en la escala de rango de valores de impactos ambientales, esto quiere decir que es un emprendimiento óptimo ambientalmente para su ejecución.

- En conclusión, el estudio financiero del emprendimiento a implementar, da como resultados que la operadora es viable económicamente al transcurso de los 3 años en donde se recupera el total de la inversión y a partir de ese año se recolecta una ganancia total de la operadora Ciclotours.

## **Recomendaciones**

- En base a los resultados obtenidos, es importante tener en cuenta y hacer un énfasis al momento de realizar un proyecto de inversión el diagnóstico del micro y macro ambiente en donde se va a realizar el emprendimiento para así tener en claro todo lo referente a la situación del lugar.
- Es importante alentar a todos los investigadores y estudiantes en escoger una metodología correcta para el estudio de mercado y con ello, evitar problemas mediante la elaboración del proyecto, para obtener resultados óptimos en el proyecto a realizar.
- El estudio técnico y administrativo de un proyecto es la base fundamental para la implementación de un emprendimiento, es por eso que se recomienda tener en cuenta cotizar meticulosamente los precios en el mercado en cuanto a los elementos que se ocuparan en un emprendimiento, también la organización correcta sobre el recurso humano y tener muy claro el concepto de la empresa.
- El marketing es uno de los aspectos más importantes y fundamentales a la hora de posicionar a una empresa en el mercado, por esta razón es importante tener en cuenta al momento de implementar un proyecto siempre estar a la vanguardia de las estrategias de marketing que existen mundialmente, ya que estos son aspectos que siempre están en constante cambio.
- Es recomendable siempre tener en cuenta el tema ambiental en la elaboración de un proyecto, debido a que hoy el día el aspecto medioambiental es significativo en todo el mundo a causa de la contaminación ambiental que existe, la importancia de una evolución de

impactos ambientales aportará a disminuir la contaminación ambiental en el área en donde se realizará el proyecto.

- Un estudio financiero en un proyecto es algo elemental, por tal razón siempre se deberá realizar correctamente el mismo, ya que será el que dará paso a que el proyecto sea viable o no tenga futuro en el ámbito económico.

## **Bibliografía**

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *frrq.cvg.utn.edu.ar*. Obtenido de [https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod\\_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf](https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf)
- Cacere Fuentes, F. A., & Romero Vargas, D. R. (2016). *Repository.ucc*. Obtenido de [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/5498/1/2016\\_manual\\_funciones\\_procedimientos.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/5498/1/2016_manual_funciones_procedimientos.pdf)
- Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J., & Donado Campos, J. (28 de Enero de 2002). *La encuesta como técnica de investigación*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>
- De toro, J. M., & Villanueva, J. (Enero de 2017). *elibro.net*. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/47326>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (16 de Abril de 2013). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- Dundley, N., & Stolton, S. (2008). *UICN*. Obtenido de <https://portals.iucn.org/library/efiles/documents/PAPS-016-Es.pdf>
- Español Echániz, I. (2016). *Evaluación del impacto ambiental: fundamentos*. Madrid, Dextra Editorial. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/130768?page=20>.
- Fanlo, A. L. (2014). *Repositorio de la Universidad de Zaragoza – Zagan*. Obtenido de <https://emf.eus/Docs/Estudios%20Act%20deportivas/TAZ-TFG-2014-2660.pdf>
- Guerrero González, P. E. y Ramos Mendoza, J. R. (2015). *Introducción al turismo*. Mexico D.F, Mexico. Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/39409?page=148>
- Gutiérrez, J y Sánchez, L. (2009). *Impacto ambiental*, ULADECH, Perú. DOI. Obtenido de [http://files.uladech.edu.pe/docente/17817631/mads/Sesion\\_1/Temas%20sobre%20medio%20ambiente%20y%20desarrollo%20sostenible%20ULADECH/14.\\_Impacto\\_ambiental\\_lectura\\_2009\\_.pdf](http://files.uladech.edu.pe/docente/17817631/mads/Sesion_1/Temas%20sobre%20medio%20ambiente%20y%20desarrollo%20sostenible%20ULADECH/14._Impacto_ambiental_lectura_2009_.pdf)

- Jimenez, R. (1998). *s/d*. Obtenido de [http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/bioestadistica/metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_1998.pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/bioestadistica/metodologia_de_la_investigacion_1998.pdf)
- María Moral-Moral (2016). *El desarrollo del Cicloturismo como una modalidad turística sostenible*, Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 21 (diciembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/21/cicloturismo.html>
- Noren, A. (2020). *rebeccaadventuretravel*. Obtenido de rebeccaadventuretravel: <https://www.rebeccaadventuretravel.com/informacion-general-del-ecuador/?lang=es>
- Open Dc. (Octubre de 2012). *Fido.Palermo.edu*. Obtenido de [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/opendc/archivos/4666\\_open.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/opendc/archivos/4666_open.pdf)
- Organización Mundial del Turismo (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*, OMT, Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.
- PDYOT, I. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD de San Miguel de Ibarra*. Obtenido de [https://www.ibarra.gob.ec/site/docs/estrategico/PDYOT\\_2020.pdf](https://www.ibarra.gob.ec/site/docs/estrategico/PDYOT_2020.pdf)
- Ponce, C. (2012). La Categoría VI de la UICN en América Latina: área protegida para el manejo de recursos. Fortalecimiento del manejo sostenible de los recursos naturales en las Áreas Protegidas de América Latina. D - FAO. <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/66071>
- Rios, A., & Taddia, A. (Febrero de 2015). *Ciclo-inclusión en América Latina y el Caribe: Guía para impulsar el uso de la bicicleta*. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Ciclo-inclusi%C3%B3n-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-Gu%C3%ADa-para-impulsar-el-uso-de-la-bicicleta.pdf>
- Sarmiento, A. E. (Mayo de 2017). *normas-apa.org*. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/70308>
- Temas de Ciencia y Tecnología. ( Agosto de 2013). Obtenido de utm.mx: [https://www.utm.mx/edi\\_anteriores/temas50/T50\\_2Notas1-MetodologiasparalIdentificacion.pdf](https://www.utm.mx/edi_anteriores/temas50/T50_2Notas1-MetodologiasparalIdentificacion.pdf)

# Anexos

## Reporte Urkund



### Document Information

Analyzed document	TESIS CICLOTOURS.docx (D112507576)
Submitted	9/13/2021 7:07:00 PM
Submitted by	
Submitter email	mamena@utn.edu.ec
Similarity	5%
Analysis address	fecruzg.utn@analysis.orkund.com

### Sources included in the report

<b>W</b>	URL: <a href="https://docplayer.es/91332649-Universidad-tecnica-del-norte.html">https://docplayer.es/91332649-Universidad-tecnica-del-norte.html</a> Fetched: 3/3/2021 8:50:14 AM	 1
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / Tesis Luna y Quinatoa.pdf</b> Document Tesis Luna y Quinatoa.pdf (D82146039) Submitted by: crquinatoag@utn.edu.ec Receiver: vgruiz.utn@analysis.orkund.com	 3
<b>W</b>	URL: <a href="http://repositorio.utn.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10962/2/02%20ICA%201689%20TRABAJO%20GRADO.pdf">http://repositorio.utn.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10962/2/02%20ICA%201689%20TRABAJO%20GRADO.pdf</a> Fetched: 5/29/2021 3:57:40 AM	 2
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE TESIS FINAL.pdf</b> Document UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE TESIS FINAL.pdf (D96575998) Submitted by: aaarevalof@utn.edu.ec Receiver: fecruzg.utn@analysis.orkund.com	 6
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / TESIS ANDES TOURS 2021_ Imbaquingo Paola, Nepas Maritza.docx</b> Document TESIS ANDES TOURS 2021_ Imbaquingo Paola, Nepas Maritza.docx (D112506059) Submitted by: mmnepast@utn.edu.ec Receiver: fecruzg.utn@analysis.orkund.com	 22

## Entrevista Intipungo

### 1. ¿Cómo nace la idea de negocio?

La empresa tiene más de 30 años en el mercado, al principio se dedicó al turismo receptivo, la idea fue irse expandiendo pensado en la idea de trabajar en viajes internacionales, después se fue posicionando en el mercado.

### 2. ¿Qué tan importante considera de brindar el servicio de turístico en su negocio?

Es importante ya que es la razón de ser de la empresa, todos los ingresos son en base al mencionado servicio

### 3. Tomando en cuenta su experiencia en el mercado ¿Cómo

considera usted la importancia de las actividades al aire libre como ocio y recreación?

Es fundamental ya que a la gente le llama mucho la atención los espacios abiertos y la naturaleza porque a las personas les interese no solo el estar encerrados en un hotel sino salir, conocer y disfrutar de las áreas naturales

### 4. ¿El segmento de mercado que su establecimiento posee es nacional o extranjero?

La mayoría del segmento de nuestro negocio es nacional y mas en este momento que estamos pasando la etapa de la pandemia, como empresa no queremos en enfocar en el mercado nacional al 100%

### 5. ¿Qué tipo de servicios oferta su negocio?

Nosotros tenemos la venta de paquetes turísticos, venta de tickets aéreos, servicio de currier internacional atreves de DHL .

6. ¿Cómo visión, usted posee ideas o proyecciones para el futuro?

En este momento estamos enfocados en promover un poco mas el turismo nacional , ya que la gente tiene miedo de viajar al exterior por el tema de la pandemia , enfocándonos en lugares en donde haya o se ofresca deportes de aventura o donde hay naturaleza.

7. ¿Cuenta con el apoyo de entidades públicas?

No en ningún momento de la trayectoria de la agencia, rara vez el ministerio de turismo pero no es un apoyo en general

8. ¿Alrededor de que cantidad de turistas al año adquieren sus servicios?

Una cantidad de aproximadamente 20000 turistas al año

9. ¿Cuál es el estimado de ganancias anuales o semestrales que tiene la su negocio?

Un estimado de ganancias anuales es 50000 dólares.

10. ¿Cree usted que el cicloturismo es una actividad que tenga una fortaleza en el futuro? ¿Por qué?

Pienso que sí, porque es un medio de transporte alternativo, yo pienso que si existe futuro en el cicloturismo

## Entrevista Ecosierra

1. ¿Cómo nace la idea de negocio?

La empresa ya tiene alrededor de 11 años de operación, esta idea nace en el 2002 por una asociación de turismo que se formó dicha asociación se llamaba Dinecostur, estaba conformado por 100 emprendimientos en toda la provincia de Imbabura y como tal el ministerio de turismo solicitaba una agencia de viajes para su operación y es por ello que nace la operadora turística Ecosierra.

2. ¿Qué tan importante considera de brindar el servicio de turístico en su negocio?

El servicio de calidad debe ser de calidad y siempre cumplir lo que se promete esa es la base para que el negocio siempre tenga cabida en el mercado.

3. Tomando en cuenta su experiencia en el mercado ¿Cómo considera usted la importancia de las actividades al aire libre como ocio y recreación?

En realidad con el tema de la pandemia, las actividades al aire libre son las más escogidas por la gente como es el trekking, parapente, el montañismo, un sin número de actividades que la gente escoge.

4. ¿El segmento de mercado que su establecimiento posee es nacional o extranjero?

Por el momento estamos trabajando más con nacionales

5. ¿Qué tipo de servicios oferta su negocio?

La operadora posee servicio de transporte turístico, tours internacionales, tours locales, venta de boletos aéreos.

6. ¿Cómo visión, usted posee ideas o proyecciones para el futuro?

Nuestra visión es crecer en el mercado y constituirnos como un referente de la provincia, ofreciendo el mejor servicio a nuestros clientes.

7. ¿Cuenta con el apoyo de entidades públicas?

No , es una institución privada

8. ¿Alrededor de que cantidad de turistas al año adquieren sus servicios?

En el año alrededor de 2000 personas

9. ¿Cuál es el estimado de ganancias anuales o semestrales que tiene la su negocio?

En este momento por el tema de la crisis, en el año 2019 hay un estimado hubo un estimado de ganancias de 6000

10. ¿Cree usted que el cicloturismo es una actividad que tenga una fortaleza en el futuro? ¿Por qué?

El cicloturismo es un actividad que mucha gente lo posee, yo creo que realmente si se implementara una agencia dedicada a esta actividad si le iría bien porque en Imbabura está tomando gran acogida esta actividad

## **Entrevista EQuatravell**

1. ¿Cómo nace la idea de negocio?

Nace porque en la institución en donde yo trabajaba en el ministerio de turismo, nosotros teníamos un programa de turismo social en donde se hacían circuitos turísticos a los sectores vulnerables los cuales eran las personas de tercera edad, orfanatos y personas con discapacidad, pero cuando nosotros solicitábamos este servicio aquí en Ibarra, no había estas agencias de viajes, ya que todas se habían dedicado a la venta de tickets aéreos internacionales, entonces

cuando yo salgo del ministerio de turismo, se me ocurre que podría emprender una operadora y hacer programas nacionales, pensando en productos y servicios de calidad.

2. ¿Qué tan importante considera de brindar el servicio de turístico en su negocio?

Para mí por el hecho de haber trabajado en el ministerio de turismo siempre me llamo la atención en estar en contacto con el cliente, para mi es muy importante ya que si no existe un buen servicio en el ámbito turístico se pierde muchos clientes.

3. Tomando en cuenta su experiencia en el mercado ¿Cómo

Considera usted la importancia de las actividades al aire libre como ocio y recreación?

Hoy en día teniendo en cuenta la experiencia que hemos tenido con la pandemia, los clientes escogen áreas al aire libre para realizar actividades turísticas como una alternativa que ayuda a lo mental, anímico y personal, con ellos tratando de sanar sus afecciones emocionales a causa de la pandemia.

Para mí la naturaleza es lugar donde nos brinda varias oportunidades que para las personas que somos apasionados en la actividad turística esa es la mercadería turística

4. ¿El segmento de mercado que su establecimiento posee es nacional o extranjero?

El segmento de nuestra empresa solo es nacional

5. ¿Qué tipo de servicios oferta su negocio?

Nuestra agencia es dual, tenemos la operación turística nacional e internacional, en la nacional tenemos toda la venta de los destinos costa, sierra,

oriente y Galápagos, y en internacionales los continentes de América, Asia, Europa, Oceanía

6. ¿Cómo visión, usted posee ideas o proyecciones para el futuro?

Nosotros tenemos como proyecto es realizar nuestra pagina web, para que los turistas desde la misma puedan comprar desde ahí nuestros paquetes y también realizar alianzas estratégicas con fundaciones y así trabajar con ellos, también brindar el servicio de consultorías turísticas.

7. ¿Cuenta con el apoyo de entidades públicas?

No, en ningún momento hemos trabajado ni hemos tenido el apoyo

8. ¿Alrededor de que cantidad de turistas al año adquieren sus servicios?

La cantidad de turistas fueron alrededor de 400 personas en el año 2019

9. ¿Cuál es el estimado de ganancias anuales o semestrales que tiene la su negocio?

Nuestras ganancias anuales se estiman de unos 6000 dólares.

10. ¿Cree usted que el cicloturismo es una actividad que tenga una fortaleza en el futuro? ¿Por qué?

El cicloturismo es una actividad que últimamente ha tomado fuerza, fijándose que esta actividad es a un segmento limitado ya que lo realizan un segmento joven desde los 12 a 45 años, pero son los que tienen menos poder adquisitivo

## Entrevista - Pasaporte

1. ¿Cómo nace la idea de negocio?

Pasaporte era una filial, ya que la primera agencia se llamaba Adventure Land, consiguiente a esto nace pasaporte porque me afilie con unos amigos y estamos alrededor de unos 3 años trabajando como Pasaporte

2. ¿Qué tan importante considera de brindar el servicio de turístico en su negocio?

Dentro del turismo es algo fundamental ya que las personas les gusta viajar , aventura teniendo nuevas experiencias, entonces para mi es demasiado importante que el turista conozca, sepa lo que conlleva el turismo.

3. Tomando en cuenta su experiencia en el mercado ¿Cómo considera usted la importancia de las actividades al aire libre como ocio y recreación?

Teniendo en cuenta el tiempo en el que estamos pasando de pandemia, las personas por este momento están buscando lugares despejado al aire libre, el campo la naturaleza, como profesional en ecoturismo siempre incentivo a las personas a visitar lugares naturales, en donde se hacen las actividades de recreación y ocio

4. ¿El segmento de mercado que su establecimiento posee es nacional o extranjero?

El 80% es nacional y el 20% es extranjero, ya que teníamos un poco más de extrajeron, pero con el tema de la pandemia se disminuyó este segmento de mercado.

5. ¿Qué tipo de servicios oferta su negocio?

Ofrecemos transporte, guianza, alimentación, asesoría de visas, deportes de aventura extrema, dependiendo del turista que llegue a la oficina a adquirir nuestros servicios

6. ¿Cómo visión, usted posee ideas o proyecciones para el futuro?

Es seguir creciendo e incrementando nuevos servicios y actividades que vayan teniendo demanda con el tiempo, siempre tener en cuenta la innovación para que el cliente siempre este a la vanguardia del turismo.

7. ¿Cuenta con el apoyo de entidades públicas?

No, se quiso trabajar en algún momento, pero no se tuvo la oportunidad para poder trabajar con el tema público.

8. ¿Alrededor de que cantidad de turistas al año adquieren sus servicios?

Mas o menos es un promedio de alrededor de 600 turistas al año

9. ¿Cuál es el estimado de ganancias anuales o semestrales que tiene la su negocio?

Eso fluctúa bastante dependiendo de la temporada, alrededor de 10000 a 20000 dólares al año.

10. ¿Cree usted que el cicloturismo es una actividad que tenga una fortaleza en el futuro? ¿Por qué?

Pues sí, porque la gente a optado por dos actividades en específico como es el camping y el ciclismo, últimamente observamos que la gente adquirido bicicletas

y con esto las personas se han hecho más responsables con su salud, entonces a partir de esto pienso que si va a generar movimiento e ingresos esta actividad.