UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

"OPERADORA DE TURISMO ESPECIALIZADA EN PRODUCTOS CULTURALES EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO, ECUADOR"

Trabajo de titulación previo a la obtención del título en Licenciatura en Turismo

Línea de investigación: Gestión, producción, productividad, innovación y desarrollo socioecómico.

AUTOR:

Méndez Gordillo Génesis Luzdary

DIRECTOR:

MSc. Jorge Armando Flores Ruiz

Ibarra – Ecuador, 2026

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECA

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	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Méndez Gordillo Génesis Luzdary

DATOS DE LA OBRA		
TÍTULO:	“Operadora de turismo especializada en productos culturales en el Centro histórico de Quito, Ecuador”	
AUTOR (ES):	Méndez Gordillo Génesis Luzdary	
FECHA: AAAA/MM/DD	09/09/2026	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO		
CARRERA/PROGRAMA:	■ **PREGRADO**	☐ **POSGRADO**
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciado en Turismo	
DIRECTOR:	MSc. Jorge Armando Flores Ruiz	
ASESOR:	MSc. Victoria Geovanna Ruiz Erazo	

2. CONSTANCIAS

La autora **Méndez Gordillo Génesis Luzdary** manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 9 días del mes de septiembre de 2026

AUTOR/A:



Firma……

Méndez Gordillo Génesis Luzdary

CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Ibarra, 27 de agosto de 2026

MSc. Jorge Armando Flores Ruiz

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de Integración Curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

JORGE ARMANDO FLORES RUIZ

Firmado digitalmente por JORGE ARMANDO FLORES RUIZ
Fecha: 2026.09.09 11:19:59 -05'00'

(f)……

MSc. Jorge Armando Flores Ruiz

C.C.: 1002236410

APROBACIÓN DEL COMITÉ CALIFICADOR

El Comité Calificador del trabajo de Integración Curricular "OPERADORA DE TURISMO ESPECIALIZADA EN PRODUCTOS CULTURALES EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO, ECUADOR" elaborado por Méndez Gordillo Génesis Luzdary, previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:

JORGE ARMANDO FLORES RUIZ

Firmado digitalmente por JORGE ARMANDO FLORES RUIZ
Fecha: 2026.09.09 11:19:27 -05'00'

(f)……

MSc. Jorge Armando Flores Ruiz

C.C.: 1002236410

Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
VICTORIA GEOVANNA RUIZ ERAZO

(f)……

MSc. Victoria Geovanna Ruiz Erazo

C.C.: 0401393855

DEDICATORIA

A mi mamá y a mi hermana, mi familia y mi pilar fundamental, por su amor incondicional, por acompañarme en cada etapa de mi vida y por sostenerme siempre, incluso en los momentos más difíciles. Gracias por ser mi hogar, mi apoyo y la fuerza que me ha permitido seguir avanzando y alcanzar cada una de mis metas.

Este logro se lo dedico a ustedes, Adriana y Andera, porque han sido parte esencial de cada paso logrado hasta aquí y porque sé que seguirán acompañándome en la nueva etapa que comienza.

También dedico esta investigación a los futuros estudiantes y profesionales del turismo que puedan encontrar en ella una fuente de información, apoyo o inspiración para sus propios proyectos. Espero que este trabajo pueda aportar, de alguna manera, al desarrollo de nuevas propuestas y contribuir a la construcción de un turismo innovador, responsable y comprometido con la valoración de nuestro patrimonio y nuestra cultura.

Génesis Méndez Gordillo

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a todas las personas que, de una u otra manera, formaron parte de mi proceso de formación universitaria y contribuyeron a que hoy pueda culminar esta etapa tan importante de mi vida.

A mi amiga Lucía, por ser una de las personas que más me impulsó, motivó y animó a seguir esta carrera, incluso en aquellos momentos en los que el camino parecía incierto. Por creer en mí, por brindarme siempre palabras de aliento y por recordarme que valía la pena continuar.

A Angie, Jasmín, Karlita y Alina, las amistades que el destino me regaló. Por caminar conmigo durante estos años, por compartir los buenos momentos, las dificultades, las risas, el cansancio y cada pequeño logro que finalmente nos acercó hasta la meta. Haber recorrido este camino de su mano hizo que todo fuera mucho más especial. Me llevo no solamente los recuerdos de una etapa que termina, sino también amistades que guardaré siempre en mi corazón.

A los docentes de la carrera y de la facultad, por compartir generosamente sus conocimientos, experiencias y enseñanzas a lo largo de mi formación. De manera especial, a Victoria Ruiz y a Armando Flores, por su paciencia, orientación, cercanía y calidad humana. Por demostrar que la labor de un docente puede trascender las aulas y dejar enseñanzas que acompañan también en la vida profesional y personal.

Hoy veo cumplido un sueño que alguna vez pareció lejano, y lo recibo con el alma llena de gratitud por todas las personas que fueron parte de él.

Una vez más y de todo corazón, gracias.

Génesis Méndez Gordillo

RESUMEN

El Centro histórico de Quito alberga un rico patrimonio arquitectónico e histórico, pero su oferta turística se reduce a itinerarios informativos y poco diferenciados. El presente trabajo tuvo como objetivo, realizar un estudio de factibilidad para una operadora de turismo especializada en productos culturales experienciales y sensoriales en la ciudad. Se utilizó un enfoque mixto, exploratorio y descriptivo, con un diseño no experimental y transversal. Se encuestó a 196 moradores del Distrito Metropolitano de Quito para el estudio de mercado y se procesaron los datos en Excel y SPSS; para el estudio técnico se recorrió el Centro histórico con fichas de observación y fichas de inventario del Ministerio de Turismo. Los resultados indican una demanda insatisfecha de 224.960 personas. Que están interesadas en recorridos teatralizados, gastronómicos y sensoriales y contando con disposición de pago entre USD 11 y USD 20. Con estos hallazgos se diseñó la operadora Umbra: Experiencias patrimoniales, con cinco paquetes turísticos iniciales agrupados en tres líneas temáticas: Quito Oscuro, Sabores del Centro y Quito Vivo. La evaluación ambiental, por el método de Leopold modificado, identificó una predominancia de impactos positivos (+26) frente a impactos negativos de poca magnitud (-14) controlables mediante un plan de manejo. El estudio financiero arrojó una inversión inicial de USD 23.557,00 que obtuvo un Valor Actual Neto a los cinco años de USD 10.358,04, una Tasa Interna de Retorno del 23,71 % y una relación beneficio costo de 1,44, con un punto de equilibrio de 4.405 pasajeros por año. Estos resultados confirman que el proyecto es técnicamente, ambiental y financieramente viable por lo que se recomienda su implementación.

Palabras clave: turismo cultural, turismo experiencial, patrimonio, operadora turística, factibilidad.

ABSTRACT

The Historic Center of Quito has a large architectural and historical heritage, but its tourism offer is limited to informative, undifferentiated tours. This research aimed to develop a feasibility study of a tour operator specialized in experiential and sensory cultural products in the city. The research was mixed, exploratory and descriptive, with a non-experimental, cross-sectional design. The market study was conducted with 196 residents of the Metropolitan District of Quito, whose data were processed in Excel and SPSS. The technical study was conducted with the Historic Center using observation sheets and the inventory sheets of the Ministry of Tourism. The results reveal a demand not met by 224,960 people (89.20% of the target market) who are interested in theatrical, gastronomic and sensory tours and are willing to pay between USD 11 and USD 20. From these results, the tour operator Umbra: Experiencias patrimoniales was established, which has five tour packages in three thematic lines: Quito Oscuro, Sabores del Centro and Quito Vivo. The environmental assessment, using the Modified Leopold method, showed that the positive impacts (+26) far outweigh the negative impacts (-14) which are low in magnitude and can be controlled through a management plan. The financial analysis shows an initial investment of USD 23,557.00, a Net Present Value of USD 10,358.04 in five years, an Internal Rate of Return of 23.71%, and a benefit-cost ratio of 1.44. The break-even point is 4,405 passengers per year. These results confirm the technical, environmental and financial viability of the project and therefore its implementation is recommended.

Keywords: cultural tourism, experiential tourism, heritage, tour operator, feasibility.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....5

AGRADECIMIENTO.....6

RESUMEN.....7

ABSTRACT.....8

ÍNDICE DE CONTENIDOS.....9

ÍNDICE DE TABLAS.....13

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....16

INTRODUCCIÓN.....18

Tema:.....18

Problema de investigación.....18

Problema por investigar.....18

Justificación.....20

Objetivos.....21

Objetivo general:.....21

Objetivos específicos:.....21

CAPÍTULO I - DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....22

1.1. Reseña histórica.....22

1.2. Diagnóstico situacional.....23

1.3. Análisis FODA.....23

CAPÍTULO II - METODOLOGÍA.....26

2.1. Diseño de la investigación.....26

2.2. Métodos, técnicas e instrumentos.....26

2.3. Ubicación del lugar.....27

2.3.1. Universo-población.....29

2.3.2. Tamaño de la muestra.....30
2.3.3. Muestreo.....30
2.3.4. Herramientas.....31
CAPÍTULO III - ESTUDIO TÉCNICO.....32
3.1. Segmentación de mercado.....32
3.1.1. Generalidades del público encuestado.....32
3.1.2. Generalidades del mercado consumidor.....33
3.1.3. Preferencias de consumo.....36
3.1.4. Segmento de mercado (perfil del turista).....47
3.1.5. Análisis de la demanda.....48
3.1.6. Análisis de la oferta.....49
3.2. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....49
3.2.1. Macro localización.....49
3.2.2. Micro localización.....51
3.3. Identificación y descripción de los procesos.....52
3.3.1. Caracterización y diseño del producto/servicio.....52
3.4. Ingeniería del proyecto.....84
3.4.1. Distribución de planta.....84
3.4.2. Planos de la instalación/infraestructura.....85
3.4.3. Requerimientos por áreas.....89
3.5. Inversiones y capital de trabajo.....92
3.5.1. Inversión total del proyecto.....95
3.6. Estructura organizativa y administrativa.....96
3.6.1. Misión.....96
3.6.2. Visión.....96

3.6.3. Políticas 96
3.6.4. Valores 98
3.6.5. Marca e imagen corporativa 98
3.6.6. Organigramas 101
3.7. Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual 103
3.8. Propuesta comercial 106
3.8.1. Estrategias de penetración de mercado 106
3.8.2. Canales de comercialización 106
CAPÍTULO IV - ESTUDIO AMBIENTAL 110
4.1. Objetivos 110
4.1.1. Objetivo general 110
4.1.2. Objetivos específicos 111
4.2. Descripción de fases y sus respectivos componentes y actividades 111
4.2.1. Fase inicial 111
4.2.2. Fase de operación 111
4.2.3. Componentes y actividades 111
4.2.4. Actividades, efectos e impactos ambientales por componente 112
4.3. Determinación de la metodología 116
4.3.1. Factores ambientales 117
4.3.2. Fórmulas del método Leopol modificado 117
4.3.3. Escalas de valoración 117
4.4. Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales 119
4.4.1. Identificación de los impactos ambientales 119
4.4.2. Aplicación del método Leopold modificado 122
4.4.3. Jerarquización 129

4.5. Análisis de resultados 129
4.6. Plan de manejo 132
CAPÍTULO V - ESTUDIO FINANCIERO 135
5.1. Inversiones y capital de trabajo 135
5.1.1. Capital de trabajo 136
5.1.2. Fuentes de financiamiento y costo de capital 137
5.2. Estados financieros proyectados 138
5.2.1. Balance de situación inicial 138
5.2.2. Tabla de amortización 139
5.2.3. Costo de capital 139
5.2.4. Flujo de caja del primer año y proyección a 5 años 140
5.2.5. Análisis y evaluación financiera (VAN, TIR) 142
5.2.6. Punto de equilibrio 143
5.3. Conclusión del estudio financiero 143
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 145
6.1. Conclusiones 145
6.2. Recomendaciones 147
BIBLIOGRAFÍA 149
ANEXOS 154
8.1. Árbol de problemas 154
8.2. Modelo de encuesta 155
8.3. Fichas MINTUR 157
8.4. Reporte de tutorías 162
8.4. Reporte de plagio 164

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. FODA 23

Tabla 2. Perfil sociodemográfico 32

Tabla 3. Preferencias de consumo 33

Tabla 4. Actividades de preferencia 34

Tabla 5. Elementos atractivos 34

Tabla 6. Productos atractivos 35

Tabla 7. Motivaciones para contratar una operadora 37

Tabla 8. Medios de información turística 39

Tabla 9. Perfil del turista 47

Tabla 10. Análisis de la demanda 48

Tabla 11. Análisis de la oferta 49

Tabla 12. Itinerario del recorrido de Turismo negro político-patrimonial "Sangre y Poder" 58

Tabla 13. Cotización del recorrido de Turismo negro político-patrimonial "Sangre y Poder" 59

Tabla 14. Itinerario del recorrido de Turismo negro religioso-patrimonial "La Última Confesión" 63

Tabla 15. Cotización del recorrido de Turismo negro religioso-patrimonial "La Última Confesión" 63

Tabla 16. Itinerario del recorrido de Turismo negro oral-patrimonial experiencial "Ecos del Más Allá" 68

Tabla 17. Cotización del recorrido de Turismo negro oral-patrimonial experiencial "Ecos del Más Allá" 69

Tabla 18. Itinerario del recorrido de Turismo gastronómico sensorial-experiencial "Mercados y Memorias" 74

Tabla 19. Cotización del recorrido de Turismo gastronómico sensorial-experiencial "Mercados y memorias" 75

Tabla 20. Itinerario del recorrido de Turismo histórico-patrimonial inmersivo "Ruta de la Independencia" 80

Tabla 21. Cotización del recorrido de Turismo histórico-patrimonial inmersivo "Ruta de la Independencia" 81

Tabla 22. Distribución de planta. 85
Tabla 23. Maquinaria y equipo área de recepción y atención al cliente. 89
Tabla 24. Maquinaria y equipo área admnistrativa 90
Tabla 25. Maquinaria y equipo área operativa 90
Tabla 26. Maquinaria y equipo área de reuniones 91
Tabla 27. Insumos 91
Tabla 28. Capital de trabajo, servicios básicos. 93
Tabla 29. Capital de trabajo, salarios. 94
Tabla 30. Capital de trabajo, marketing y comercialización. 94
Tabla 31. Capital de trabajo, operación. 94
Tabla 32. Inversión total del proyecto 95
Tabla 33. Descripción de los elementos del logotipo 99
Tabla 34. Descripción de los colores corporativos. 100
Tabla 35. Trámites de constitución. 105
Tabla 36. Componentes por fases 111
Tabla 37. Componente de adecuación del espacio de la Operadora 112
Tabla 38. Componente de administración, planificación y organización 112
Tabla 39. Componente de diseño y oferta de paquetes turísticos 113
Tabla 40. Componente de alianzas estratégicas con prestadores de servicios turísticos 113
Tabla 41. Componente de promoción, comercialización e identidad corporativa 113
Tabla 42. Componente de implementación del modelo de gestión turística socio-empresarial y sostenible 114
Tabla 43. Componente de recepción, logística y administración 114
Tabla 44. Componente de comercialización y promoción turística 115
Tabla 45. Componente de guianza Turística 115
Tabla 46. Componente de experiencias turísticas culturales y sensoriales 116
Tabla 47. Factores ambientales 117
Tabla 48. Escalas de valoración 117

Tabla 49. Escalas de valoración 2.....118

Tabla 50. Identificación de los impactos ambientales Fase inicial.....119

Tabla 51. Identificación de los impactos ambientales Fase de operación 120

Tabla 52. Aplicación del método Leopold modificado fase inicial.....122

Tabla 53. Aplicación del método Leopold modificado fase de operación 125

Tabla 54. Jerarquización.....129

Tabla 55. Plan de manejo ambiental.....132

Tabla 56. Inversión inicial total del proyecto 135

Tabla 57. Capital de trabajo mensual.....136

Tabla 58. Estructura de financiamiento 137

Tabla 59. Amortización del préstamo (resumen anual) 137

Tabla 60. Balance de situación inicial 138

Tabla 61. Costo de capital 139

Tabla 62. Ingresos anuales proyectados por paquete (año 1).....140

Tabla 63. Flujo de caja proyectado a cinco años 140

Tabla 64. Flujo de caja proyectado a un año.....141

Tabla 65. Indicadores de evaluación financiera.....142

Tabla 66. Punto de equilibrio multiproducto 143

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Barrios del Centro histórico de Quito....28

Ilustración 2. Parroquias del Distrito Metropolitano de Quito 29

Ilustración 3. Frecuencia de uso de operadoras....36

Ilustración 4. Disposición para contratar una operadora 38

Ilustración 5. Rango de precios....39

Ilustración 6. Cruce experiencias sensoriales x interés en operadoras 42

Ilustración 7. Cruce oferta innovadora x interés en operadoras....43

Ilustración 8. Experiencias culturales sensoriales x rango de precio....44

Ilustración 9. Mapa de macro localización....50

Ilustración 10. Mapa de micro localización 51

Ilustración 11. Primera línea temática: "Quito Oscuro" (Turismo negro experiencial)....54

Ilustración 12. Poster promocional del recorrido de Turismo negro "Sangre y Poder"....59

Ilustración 13. Poster Promocional del recorrido de Turismo negro religioso-patrimonial "La Última Confesión" 64

Ilustración 14. Poster Promocional del recorrido de Turismo negro oral-patrimonial experiencial "Ecos del Más Allá"....70

Ilustración 15. Segunda línea temática: "Sabores del Centro" (Turismo gastronómico sensorial)....71

Ilustración 16. Poster Promocional del recorrido de Turismo gastronómico sensorial-experiencial "Mercados y Memorias" 76

Ilustración 17. Tercera línea temática: "Quito Vivo" (Turismo histórico-patrimonial inmersivo)....77

Ilustración 18. Poster promocional del recorrido de Turismo histórico-patrimonial inmersivo "Ruta de la Independencia"....82

Ilustración 19. Descripción de la prestación del servicio. 84

Ilustración 20. Planos de la infraestructura. 86

Ilustración 21. Planos 2D de la infraestructura vista 1. 87

***Ilustración** 22. Planos 2D de la infraestructura vista 2.* 88

Ilustración 23. Vista 3D de la infraestructura, patio interior. 88

Ilustración 24. Vista 3D de la infraestructura, áreas de entrada y recepción. 89

Ilustración 25. Logo.....98

Ilustración 26. Versatilidad del logo 100

Ilustración 27. Aplicación de identidad coorporativa.....101

Ilustración 28. Organigrama estructural.....101

Ilustración 29. Organigrama funcional 103

Ilustración 30. Sitio web 107

Ilustración 31. WhatsApp Business 108

Ilustración 32. Redes sociales 109

INTRODUCCIÓN

Tema: Operadora de turismo especializada en productos culturales en el Centro histórico de Quito, Ecuador.

Problema de investigación

Reducción del interés de los viajeros culturales y escasa diferenciación del Centro histórico de Quito como destino innovador, debido a la limitada oferta de productos turísticos culturales, experienciales y sensoriales.

Problema por investigar

El turismo cultural ha experimentado una profunda transformación impulsada por las nuevas expectativas del viajero. Sin embargo, pese a su enorme riqueza, el aprovechamiento del Centro histórico de Quito sigue estancado en modelos tradicionales: recorridos pasivos y estrictamente informativos que ofrecen una visión superficial del patrimonio. Esta repetición de formatos limita la capacidad de generar vínculos emocionales con el visitante. Como advierte Mazarrasa (2016), “actualmente el Turismo Cultural se ha convertido en un fenómeno de masas... todos gestionados de la misma manera, realizando las mismas actividades... Estas visitas 'globalizadas' degradan la calidad de la experiencia” (p. 197)(Rivera Mateos, s/f).

Frente a este agotamiento, han surgido alternativas que rompen con la cotidianidad priorizando vivencias multisensoriales. El turismo experiencial responde a un visitante activo que exige interactuar con el entorno y conectar emocionalmente con la cultura local. En esta línea, Benseny (2021) señala que “el viajero del siglo XXI posee hábitos de consumo muy diferentes al turista convencional... busca conocer la identidad local, el capital social, el patrimonio natural y cultural nativo, y vivir el destino a través de sus propios pobladores” (p. 3) (Benseny, s/f).

Este nuevo perfil de turista exige creatividad, inmersión y contacto humano, dejando de ser un receptor pasivo para convertirse en "un actor clave, que interactúa y genera dinámicas subordinadas" (Pastore, 2019, p. 4). No obstante se sabe que en Quito esta transición no se refleja en la oferta formal del Centro histórico. Al contar con iniciativas puntuales de colectivos o guías independientes tienden a carecen de una estructura operativa que les otorgue continuidad y sostenibilidad a largo plazo. Por el momento no se ha consolidado un modelo de negocio que cuente efectivamente la dimensión sensorial y participativa del sector (Pérez-García et al., 2023).

Esta falta de innovación responde a tres factores que son importantes tomar en cuenta como la escasez de operadoras especializadas, la débil articulación entre actores y por ultimo la ausencia de productos con valor añadido. De igual manera la gestión tradicional prioriza la monumentalidad arquitectónica y relega el patrimonio intangible. Generando una limitación las visitas a la observación pasiva de los edificios (Richards, 2018).

El impacto de este rezago es doble. En parte se genera insatisfacción en el segmento cultural, reduciendo drásticamente los índices de retorno al destino. Y también por desaprovechar recursos humanos y simbólicos invaluables que podrían dinamizar la economía local. Al tener una falta de vivencias memorables resta competitividad al Centro histórico frente a otras ciudades de la región que ya incorporaron el turismo experiencial en su núcleo estratégico

El problema se centra en la reducción del interés del viajero y la pérdida de diferenciación de Quito como destino innovador. La brecha entre el enorme potencial del territorio y la forma estática en que se presenta al turista actúa como una barrera crítica de desarrollo ("Framework Convention on Tourism Ethics", 2020). El vacío de propuestas que activen los sentidos impide generar experiencias transformadoras, ignorando que, como indica Caloggero (2018), "es fundamental que el turista entre en contacto con las personas, los

paisajes, la identidad y las tradiciones… para adquirir experiencias multisensoriales que involucren los sentidos" (Pastore, 2019, p. 25).

Para revertir esta tendencia, el diseño de las rutas debe trascender el simple contenido informativo. Tal como señala Pastore (2019), "la experiencia debe diseñarse inteligentemente… creando curiosidad, contacto humano y memorabilidad como elementos claves de una oferta turística diferenciada" (p. 6) (Pérez-García et al., 2023).

Si esta evolución no se materializa, el Centro histórico consolidará una imagen estática y predecible, lo que agravará el estancamiento de la demanda y el desperdicio del patrimonio vivo. Por el contrario, integrar el modelo experiencial permitirá activar nuevos circuitos económicos, conectar al visitante con la identidad profunda de la ciudad y volver a proyectar a Quito como un referente indiscutible del turismo cultural contemporáneo en América Latina.

Justificación

El diseño de productos inmersivos que propone esta investigación permitirá diversificar la oferta del Centro histórico. Ya que el viajero de hoy busca una conexión emocional genuina, es indispensable modernizar las técnicas de interpretación para aprovechar al máximo la riqueza del patrimonio local (Benseny, s/f).

La ciudad, aunque dispone de gestores y colectivos que realizan acciones de gran valor (recorridos nocturnos, visitas a cementerios patrimoniales o teatro histórico), lo hacen de manera dispersa, puntual y difícilmente accesibles por la falta de una plataforma comercializadora. Este es el meollo de la propuesta: crear una operadora especializada que sea un agente articulador, que organice, promueva y empaquete estas experiencias en un formato accesible y de alta calidad.

Al superar el modelo del recorrido pasivo, se logra la integración directa del talento local en la cadena de valor y la visibilidad de nuevas narrativas. Como afirma Pastore (2019),

“el turismo experiencial permite al turista ser un protagonista activo del viaje… sus intereses individuales están todos orientados a un objetivo común: ampliar sus horizontes personales” (p. 9) (“Framework Convention on Tourism Ethics”, 2020).

En definitiva, la consolidación de la empresa es una oportunidad estratégica para convertir las iniciativas culturales aisladas en un sólido catálogo comercial, asegurando su sostenibilidad en el tiempo y posicionando a Quito como un destino turístico verdaderamente innovador.

Objetivos

Objetivo general:

Realizar un estudio de factibilidad de una operadora de turismo especializada en productos culturales experienciales y sensoriales en la ciudad de Quito, Ecuador.

Objetivos específicos:

- Analizar el estado actual de la oferta enfocado en la zona para determinar la disponibilidad real de productos inmersivos.
- Determinar el perfil y las expectativas que tendría el cliente potencial frente a las dinámicas multisensoriales.
- Diseñar el catálogo de rutas bajo el modelo experiencial y articular de forma práctica el patrimonio material e inmaterial de la ciudad.
- Elaborar el estudio ambiental para identificar los impactos de la operación y establecer su respectivo plan de mitigación.
- Evaluar la viabilidad técnica, comercial, financiera y ambiental para garantizar la sostenibilidad del modelo de negocio.

CAPÍTULO I - DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Reseña histórica

El Centro histórico de Quito es uno de los conjuntos coloniales mejor conservados de América Latina. La ciudad de San Francisco de Quito fue fundada por los españoles el 6 de diciembre de 1534 sobre un asentamiento indígena anterior. Desde entonces, el sector fue el centro político, religioso y administrativo de la Real Audiencia de Quito, además de un núcleo comercial y cultural durante la época colonial (*City of Quito - UNESCO World Heritage Centre*, s/f).

Entre los siglos XVI y XVIII se construyeron los templos, conventos, plazas, monasterios y edificaciones civiles que hoy forman ese conjunto colonial, entre ellos la Iglesia de la Compañía de Jesús, el Convento de San Francisco, la Catedral Metropolitana y la Basílica del Voto Nacional, junto con calles y plazas que muestran el desarrollo histórico y artístico de la ciudad (*City of Quito - UNESCO World Heritage Centre*, s/f).

El sector fue también escenario del Primer Grito de Independencia, el 10 de agosto de 1809, de la masacre del 2 de agosto de 1810, y de otros hechos políticos del proceso de formación de la República (*'Cultura dorada' hace una visita virtual al Museo Alberto Mena Caamaño - Quito Informa*, s/f; *Monumento a la Independencia: ¡colocamos hasta la última pieza! – Patrimonio*, s/f).

La UNESCO declaró al Centro histórico de Quito Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1978. Es importante mencionar que esta ciudad fue una de las primeras ciudades en recibir esta distinción. Esto impulsó la conservación de sus bienes y el desarrollo del turismo. Hoy es uno de los principales destinos de Ecuador por sus diferentes puntos turísticos. La mayoría de las visitas se reducen a recorridos convencionales y escasean opciones que integren el patrimonio con experiencias sensoriales (*City of Quito - UNESCO World Heritage Centre*, s/f).

1.2. Diagnóstico situacional

El Centro histórico abarca 320 hectáreas en la zona centro-sur de Quito. Sus edificaciones coloniales atraen turismo internacional desde la declaratoria de 1978 (*'Cultura dorada' hace una visita virtual al Museo Alberto Mena Caamaño - Quito Informa*, s/f).

Quito tiene más de 2,8 millones de habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022). En el Centro histórico el turismo convive con el comercio y las zonas residenciales. El sector dispone de servicios básicos, alojamiento, restaurantes y centros culturales. La movilidad interna es compleja por la geografía, el tráfico y las restricciones de circulación (*Resultados - Censo Ecuador*, s/f).

Diferentes destinos como la Iglesia de la Compañía de Jesús, la Plaza Grande y el Convento de San Francisco. El Ministerio de Turismo del Ecuador (2022) ubica a Quito entre las ciudades más visitadas del país (*Estadísticas - Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico*, s/f).

Los recorridos tradicionales predominan frente a otros destinos nacionales que ya diversificaron sus opciones. Cuenca compite en el ámbito cultural, mientras que Baños de Agua Santa atrae a los turistas de naturaleza y aventura. La Organización Mundial del Turismo (2021) aconseja que se adopten modelos experienciales y participativos. En el Centro histórico de Quito, la oferta repetitiva, los problemas de tráfico y la percepción de inseguridad en algunas zonas dificultan que los visitantes se queden (*ESTUDIO DE COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA INTERNACIONAL QUE VISITA LA CIUDAD DE QUITO SEGMENTO: TURISTAS NACIONALES SEPTIEMBRE 2017 CONTENIDO*, s/f).

1.3. Análisis FODA

Tabla 1. *FODA*

Fortalezas	Oportunidades

Reconocimiento como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.	Tendencia global del viajero hacia el consumo de experiencias inmersivas, auténticas y sensoriales.
Alta concentración de bienes históricos y arquitectónicos en un solo polígono.	Disponibilidad de actores locales (gestores, artesanos, guías) para formar alianzas estratégicas.
Infraestructura turística y de servicios consolidada.	Respaldo institucional a las iniciativas de turismo cultural y sostenible.
Posicionamiento como destino líder a nivel nacional.	Digitalización y alcance global de los canales de promoción turística.
Riqueza de tradiciones vivas y cultura popular.	
Debilidades	**Amenazas**
Saturación de recorridos tradicionales pasivos y escasez de innovación experiencial.	Fuerte competencia con otros destinos patrimoniales a nivel nacional e internacional.
Movilidad, accesibilidad y tráfico complejos dentro del casco colonial.	Percepción de inseguridad en sectores específicos del Centro histórico.
Señalización turística deficiente en zonas específicas.	Vulnerabilidad del sector turístico ante crisis sociales o económicas externas.
	Sobrecarga de visitantes en el espacio público durante temporadas altas.

Fuente: *Autoría propia.*

Interpretación del proceso

El análisis FODA del Centro histórico de Quito es ampliamante utilizado para poder detallar los factores que afectan su desarrollo turístico. Se conoce que su principal fortaleza es la declaratoria de la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad. Esto se espaldada por su arquitectura, historia e infraestructura. Las tradiciones, la gastronomía y las expresiones artísticas locales refuerzan esta identidad. En cuanto a las oportunidades los turistas actuales buscan experiencias participativas y sensoriales.

Esta tendencia, el apoyo institucional al turismo sostenible y la posibilidad de crear alianzas con actores locales, promueven la creación de nuevos productos turísticos. Por otra parte, entre los puntos débiles de la zona se tiene una oferta tradicional con poca innovación experiencial. Como se mencionó anteriormente la movilidad interna se presenta como uno de los principales problemas ya que la señalización y organización del espacio también afectan a

las visitas. En cuanto a las amenazas, el destino compite con otras ciudades a nivel nacional e internacional, mientras que los viajeros exigen opciones cada vez más dinámicas. Factores externos como crisis económicas, sanitarias o la percepción de inseguridad pueden reducir la llegada de turistas (*City of Quito - UNESCO World Heritage Centre*, s/f; *Sustainable development*, s/f). El sector necesita actualizar su oferta para superar estas limitaciones.

CAPÍTULO II - METODOLOGÍA

2.1. Diseño de la investigación

Se utilizó un enfoque mixto con el objetivo de evaluar la viabilidad para la apertura de una operadora turística de experiencias culturales, sensoriales y patrimoniales en el Centro histórico de Quito. Para definir el mercado objetivo se emplearon principalmente encuestas en el análisis cuantitativo. Para abordar la fase cualitativa se hizo una evaluación de los atractivos turísticos y la oferta existente en el mercado en el momento actual (*Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta · Colección Digital · Biblioteca Digital*, s/f).

El estudio tiene carácter exploratorio y descriptivo. Por un lado, se dio cuenta de la percepción de los potenciales clientes en relación a una propuesta con poca presencia en la zona. Por otra parte, se dio cuenta del perfil del cliente, sus preferencias y sus hábitos de consumo. Con esta información se hizo el diseño técnico, comercial y financiero de la empresa (*Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta · Colección Digital · Biblioteca Digital*, s/f).

El diseño de la investigación es de tipo no experimental y transversal. La investigadora observó las variables sin manipularlas, recolectando los datos en un solo periodo, con el fin de obtener una instantánea del mercado y del entorno turístico actual (Creswell & Creswell, 2017).

2.2. Métodos, técnicas e instrumentos

La investigación partió de una revisión documental de literatura académica, normativa y documentos oficiales del Ministerio de Turismo. Es necesario comprender cual es el mercado objetivo al que se debe centrar esta investigación por este motivo se encuestó a residentes del Distrito Metropolitano de Quito mediante un cuestionario elaborado en Google

Forms. Este paso permitió definir sus hábitos de consumo y el nivel de aceptación de la operadora.

En el trabajo de campo se recurrió a la observación directa y está va a ser apoyada en fichas de registro propias y en las fichas de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo (MINTUR). Esto sirvió para analizar el estado de los espacios del Centro histórico y seleccionar los recursos de la propuesta (*Gestión y Desarrollo Turístico - Portal de servicios*, s/f).

Los datos recolectados se tabularon en Microsoft Excel. El análisis estadístico incluyó tablas de frecuencia y cruces de variables que se procesó en IBM SPSS Statistics para fundamentar las decisiones comerciales del proyecto.

2.3. Ubicación del lugar

La investigación se realizó en dos campos de trabajo, de acuerdo con los objetivos propuestos. El estudio de mercado se realizó en el Distrito Metropolitano de Quito, aplicando encuestas a la población económicamente activa, entre 18 y 65 años. La elección de esta área tuvo como finalidad conocer las preferencias, expectativas y disposición de compra de los potenciales consumidores, tomando en cuenta que los residentes del Distrito Metropolitano conforman el principal mercado objetivo para la operadora turística propuesta.

La elección del Distrito Metropolitano de Quito se debe a que sus ciudadanos conforman el principal mercado potencial para la empresa turística. Al visitar con mayor frecuencia el Centro histórico va a permitir conocer de primera mano la oferta existente y perciben con mayor claridad la repetición de los recorridos tradicionales. Para esto es fundamental conocer sus preferencias y expectativas ya que conforman el segmento más propenso a valorar y demandar experiencias innovadoras que les permitan redescubrir el patrimonio cultural desde una perspectiva diferente.

Por otra parte, el estudio técnico se realizó en el Centro histórico de Quito, donde se hicieron los recorridos de observación, se levantó la información mediante las fichas de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo (MINTUR) y se analizó los recursos patrimoniales que forman parte de la propuesta. En este campo operativo de la operadora desarrollará los productos turísticos culturales experienciales y sensoriales planteados en la investigación.

Este lugar fue elegido para la implementación del proyecto por su alta concentración de atractivos culturales. La presencia de actores clave del sector artístico y patrimonial aportan beneficios turísticos y el reconocimiento nacional e internacional como destino turístico histórico. Estas condiciones hacen posible proyectar el desarrollo de productos experienciales y sensoriales con un alto valor agregado conectando a la comunidad local con las nuevas exigencias del viajero cultural.

Mapa del lugar

Ilustración 1. *Barrios del Centro histórico de Quito*



Fuente: *GoRaymi.com*

Ilustración 2. *Parroquias del Distrito Metropolitano de Quito*



Fuente: *istockphoto.com*

2.3.1. Universo-población

La principal fuente de datos demográficos se obtuvo del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) mediante su plataforma oficial de consulta estadística (https://cubos.inec.gob.ec/AppCensoEcuador/), donde se puede acceder a la información actualizada de la población de cada provincia, cantón y parroquia del país.

Con los datos con que se cuenta, la provincia de Pichincha tiene una población total de 3.316.636 habitantes, de los cuales 2.704.816 pertenecen al Distrito Metropolitano de Quito, espacio que será el universo de estudio para la recolección de la muestra (*Población y Demografía* |, s/f).

La población seleccionada es de 1,758,130 habitantes que representan a la población económicamente activa, que se encuentra en un rango de 18 a 65 años y que representa un 65% de la población (*Resultados - Censo Ecuador*, s/f).

2.3.2. Tamaño de la muestra

Para seleccionar una muestra representativa de una población finita, se aplicará la siguiente fórmula (Cochran, 1977):

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Población total (1.758.130 habitantes)

Z= Valor de confianza (95%)

p= Proporción esperada de ocurrencia (0.5 o 0.50%)

q= 1- p = (0.5 o 0.50%)

e= Margen de error permitido (0.07 o 7%)

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 1.758.130}{0.07^2 * (1.758.130 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{1.688.884,052}{8.617,7913}$$

$$\boldsymbol{n = 196}$$

Total de encuestas a aplicar: 196

2.3.3. Muestreo

La muestra quedó fijada en 196 encuestas dirigidas a la población del Distrito Metropolitano de Quito. La ciudad fue elegida como mercado relevante para el estudio por su poder económico y su poder adquisitivo.

El levantamiento de datos se dividió en dos partes iguales: 98 encuestas presenciales en diferentes sectores del cantón y 98 encuestas virtuales. En este cálculo estadístico se asume que el 65 % de la población encuestada es un consumidor potencial de la operadora turística.

2.3.4. Herramientas

Para poder realizar esta investigación de la mejor manera y contemplando todos los aspectos necesarios, se emplearán herramientas digitales y de campo para recopilar y procesar los datos. El cuestionario se diseñara y aplicara en Google Forms, siendo este de preguntas cerradas. La plataforma permite la distribución de la encuesta por medios digitales y registra automáticamente las respuestas.

Los datos serán tabulados en Microsoft Excel, en donde también se elaborarán los gráficos y el análisis estadístico descriptivo, cálculo de frecuencias y porcentajes. También, durante los recorridos por el Centro histórico de Quito, se usará una ficha de observación, ya sea en Word o impresa, para registrar el tipo de productos que se ofrecen, el nivel de interacción sensorial, las condiciones de los espacios y el comportamiento del visitante.

CAPÍTULO III - ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Segmentación de mercado

3.1.1. Generalidades del público encuestado

Tabla 2. *Perfil sociodemográfico*

Perfil sociodemográfico			
Variable	**Porcentaje**	**Variable**	**Porcentaje**
Género		**Ocupación**	
Femenino	51,02 %	Empleado privado	26,02 %
Masculino	46,43 %	Empleado público	18,88 %
Otro	2,55 %	Emprendedor/Comerciante	26,53 %
Edad		Estudiante	20,92 %
18-25 años	35,20 %	Jubilado	2,55 %
26-35 años	33,67 %	Otro	5,10 %
36-50 años	20,92 %	**Ingresos económicos**	
51-65 años	5,10 %	Menor a $250	4,08 %
Más de 65 años	5,10 %	$251-$500	21,43 %
Estado civil		$501-$1000	40,82 %
Soltero/a	50,00 %	$1001-$2000	25,51 %
Unión libre o Casado/a	44,39 %	Más de $2001	4,08 %
Divorciado/a	2,55 %	Prefiero no decirlo	4,59 %
Viudo/a	3,06 %	**Lugar de residencia**	
Nivel de instrucción		Quito Norte	35,20 %
Bachillerato	19,90 %	Quito Sur	9,69 %
Técnico/Tecnológico	8,16 %	Centro de Quito	16,33 %
Universidad	50,00 %	Los Valles/Cumbayá/Sangolquí	19,90 %
Posgrado	21,94 %	Otra ciudad	8,67 %
		Otra provincia	10,20 %

Fuente: *Autoría propia.*

Los resultados de las características sociodemográficas de los encuestados han demostrado que son diversos pero con una ligera predominancia del género femenino (51,02 %) y seguido del masculino (46,43 %). En cuanto a la edad se tiene que la mayor participación corresponde a personas de entre 18 y 25 años (35,20 %) y de 26 a 35 años (33,67 %). Lo que indica que el estudio se centra principalmente en una población joven y adulta joven esto genera un segmento que suele mostrar mayor interés por experiencias turísticas innovadoras.

Los solteros son los que más abundan en lo que respecta al estado civil (50,00 %) y seguidos por los casados o en unión libre (44,39 %). En cuanto a estudios realizados se obtuvo que la mayoría tiene estudios universitarios (50,00 %), seguido de posgrado (21,94 %) esto refleja un público de nivel educativo medio y alto. En cuanto a ocupación se destacan los empleados privados (26,02 %) y los emprendedores o comerciantes (26,53 %), seguidos de los estudiantes (20,92 %).Asimismo, el tramo de ingresos más frecuente está entre USD 501 y USD 1.000 (40,82 %), le siguen quienes ganan entre USD 1.001 y USD 2.000 (25,51 %).

Finalmente, en cuanto al lugar de residencia, la mayor parte de los participantes proviene del sector norte de Quito (35,20%), seguidos de los Valles, Cumbayá y Sangolquí (19,90%) y del Centro histórico (16,33%), lo que permite contar con una muestra representativa de potenciales visitantes residentes en el Distrito Metropolitano de Quito.

3.1.2. Generalidades del mercado consumidor

Tabla 3. *Preferencias de consumo*

Generalidades del mercado consumidor			
Variable	**Porcentaje**	**Variable**	**Porcentaje**
Frecuencia de actividades turísticas culturales		**Organización de la última visita**	
Una vez al mes	26,53 %	De manera espontánea	47,96 %
Cada 2-3 meses	47,96 %	Planificada por cuenta propia	34,18 %
Una vez al año	5,61 %	Recomendada por amigo o familiar	9,18 %
Más de una vez al año	16,33 %	A través de una operadora turística	8,67 %
Nunca	3,57 %	**Época de visita**	
Compañía durante el viaje		Fines de semana	42,35%
Amigos	36,73 %	Cualquier momento del año	19,90%
Pareja	35,71 %	Feriados	19,90%
Familia	23,98 %	Vacaciones	17,86%
Sin compañía	3,57 %	**Interés en experiencias sensoriales**	
Visitas al Centro histórico		Nada interesado/a	2,55 %
1 vez	22,96 %	Poco interesado/a	3,06 %
2 o 3 veces	46,43 %	Medianamente interesado/a	23,98 %
Más de 3 veces	22,45 %	Muy interesado/a	70,41 %
Ninguna	8,16 %		
Oferta de experiencias innovadoras			
No	73,47 %		
Sí	14,29 %		
No estoy seguro/a	12,24 %		

Fuente: *Autoría propia.*

¿Qué tipo de actividades prefiere o preferiría realizar al visitar un lugar turístico?

Tabla 4. *Actividades de preferencia*

Actividad	Frecuencia	Porcentaje de encuestados
Visitar museos o iglesias	91	46,43 %
Probar comida típica	87	44,39 %
Realizar compras de artesanías o recuerdos	84	42,86 %
Participar en talleres culturales o artísticos	80	40,82 %
Asistir a presentaciones o eventos culturales	78	39,80 %
Tomar fotografías y pasear por el lugar	76	38,78 %

Fuente: *Autoría propia.*

Los resultados muestran que en cuanto a las actividades que los encuestados harían durante una visita turística por lo que existen diversas preferencias. La opción más aceptada es visitar museos o iglesias con un 46,43 % seguida de probar comida típica con un 44,39 % y comprar artesanías o recuerdos con un 42,86 %. La participación en talleres culturales o artísticos alcanzó un 40,82 %. Mientras que la asistencia a presentaciones o eventos culturales representó un 39,80 % y tomar fotografías y pasear por el lugar obtuvo un 38,78 %.

Los resultados muestran que no existe una concentración exclusiva en una sola actividad, sino un interés relativamente equilibrado por propuestas vinculadas con el patrimonio, la gastronomía y la participación cultural, lo cual favorece el diseño de productos turísticos diversificados que integren varios de estos componentes dentro de la experiencia.

¿Qué elementos considera más atractivos en una experiencia turística cultural?

Tabla 5. *Elementos atractivos*

Actividad	Frecuencia	Porcentaje de encuestados
Narración de leyendas o historias locales	122	62,24 %
Actividades participativas (talleres, recorridos dramatizados)	120	61,22 %
Degustación de comida y bebida tradicional	110	56,12 %
Uso de aromas, luces y efectos visuales	106	54,08 %
Música en vivo o ambientación sonora	84	42,86 %
Contacto con artesanías o técnicas manuales	33	16,84 %

Fuente: *Autoría propia.*

Los resultados indican que los elementos más atractivos para los encuestados dentro de una experiencia turística cultural son la narración de leyendas o historias locales, con un 62,24 %, y las actividades participativas, tales como talleres y recorridos dramatizados, con un 61,22 %.

A esas preferencias les sigue el gusto por la comida y bebida típica, con un 56,12 %, y el empleo de olores, luces y efectos visuales, con un 54,08 %. Por su parte, la música en vivo o ambientación sonora alcanzó un 42,86 %, mientras que el contacto con artesanías o técnicas manuales registró menor preferencia, con un 16,84 %.

Estos resultados demuestran que hay más predisposición a las propuestas que combinan la interpretación del patrimonio y las historias locales con la participación activa y la inclusión de estímulos sensoriales, lo que avala el enfoque experiencial y sensorial planteado para los productos turísticos de la operadora.

¿Cuál de los siguientes productos le parecería más atractivo si lo ofreciera una operadora en el Centro histórico?

Tabla 6. *Productos atractivos*

Actividad	Frecuencia	Porcentaje de encuestados
Recorrido nocturno con ambientación sonora y luminosa	136	69,39 %
Experiencias guiadas en iglesias, plazas y mercados	136	69,39 %
Ruta gastronómica sensorial (sabores e historia)	122	62,24 %
Taller de técnicas artesanales tradicionales	97	49,49 %
Caminata con leyendas dramatizadas	147	75,00 %

Fuente: *Autoría propia.*

Los resultados muestran una alta aceptación de los distintos productos turísticos planteados. La caminata con leyendas dramatizadas fue la más preferida por un 75,00 % de los encuestados, seguida del recorrido nocturno con ambientación sonora y luminosa y de las experiencias guiadas en iglesias, plazas y mercados, ambas con un 69,39 %.

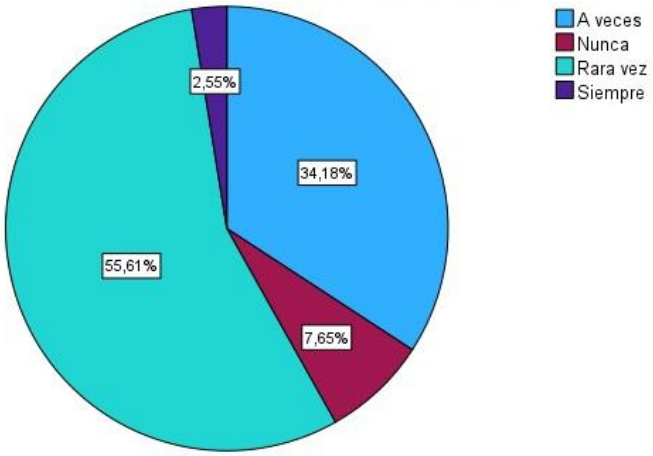
Por su parte, la ruta gastronómica sensorial obtuvo una aceptación del 62,24%, mientras que el taller de técnicas artesanales tradicionales registró el 49,49%. Estos resultados reflejan una mayor inclinación hacia productos que incorporan elementos de narración, dramatización y recorridos por espacios patrimoniales, sin dejar de lado el interés por propuestas gastronómicas y artesanales.

Esta diversidad de preferencias es la que avala la creación de una oferta variada dentro de la operadora, dirigida a los diferentes intereses del mercado al que va dirigida.

3.1.3. Preferencias de consumo

¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de una operadora turística para organizar sus viajes o actividades?

Ilustración 3. *Frecuencia de uso de operadoras*



Fuente: *Autoría propia.*

Los resultados muestran que el uso de operadoras turísticas es poco frecuente entre los encuestados, ya que un 55,61 % afirmó utilizarlas rara vez y un 7,65 % declaró no recurrir nunca a este tipo de servicios. Por otra parte, el 34,18 % señaló usarla a veces, mientras que sólo el 2,55 % afirmó hacerlo siempre.

Estos resultados indican que la mayor parte de los potenciales clientes tiende a organizar sus actividades turísticas de forma autónoma y recurre de forma puntual a los servicios de intermediación turística.

En este sentido, para crear una operadora especializada se necesita ofrecer experiencias diferenciadas, con valor agregado, que le den motivos al visitante para contratar un servicio organizado y no irse por su cuenta.

¿Qué le motivaría más a contratar una experiencia con una operadora turística cultural?

Tabla 7. *Motivaciones para contratar una operadora*

Actividad	Frecuencia	Porcentaje de encuestados
Contacto con la cultura local auténtica	123	62,76 %
Guías capacitados y creativos	120	61,22 %
Innovación y originalidad de la experiencia	114	58,16 %
Buena relación calidad/precio	101	51,53 %
Facilidad de reserva y logística	81	41,33 %
Recomendaciones o prestigio	26	13,27 %

Fuente: *Autoría propia.*

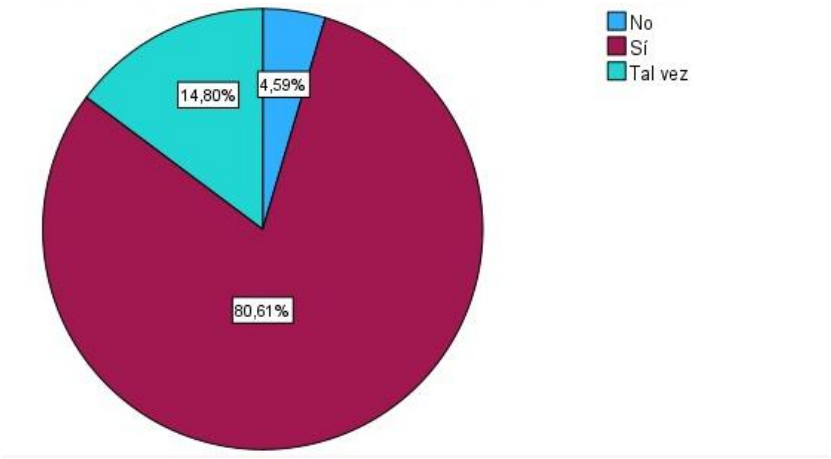
Los resultados indican que el principal factor que impulsaría a los encuestados a contratar los servicios de una operadora turística cultural es el contacto con la auténtica cultura local, con un 62,76 %, seguido de la presencia de guías capacitados y creativos, con un 61,22 %, y la innovación y originalidad de la experiencia, con un 58,16 %.

Asimismo, un 51,53 % considera importante una buena relación calidad-precio y un 41,33 % valora la facilidad de reserva y logística. En menor medida, con un 13,27 %, se encontraron las recomendaciones o el prestigio alcanzado.

Estos resultados demuestran que los potenciales clientes priorizan principalmente la autenticidad, la calidad de la guianza y la innovación cuando se trata de contratar una experiencia turística, aspectos que deben ser elementos centrales en la propuesta de valor y en el diseño de los productos de la operadora.

Si existiera una operadora turística especializada en experiencias culturales sensoriales en Quito (que combine narración, participación activa y estimulación de los sentidos), ¿estaría dispuesto/a contratar sus servicios?

Ilustración 4. *Disposición para contratar una operadora*



Fuente: *Autoría propia.*

Los resultados indican que existe una alta disposición para contratar los servicios de una operadora turística especializada en experiencias culturales sensoriales, ya que el 80,61% de los encuestados respondió afirmativamente. Por otra parte, un 14,80 % señaló que tal vez contrataría este tipo de servicios, mientras que solo un 4,59 % indicó que no estaría dispuesto a hacerlo.

Estos resultados demuestran una aceptación favorable de la propuesta entre los potenciales clientes, y permiten identificar la existencia de un mercado interesado en productos que integren narración, participación y estimulación de los sentidos.

La elevada intención de contratación, por otra parte, avala la creación de la operadora y comprueba el potencial comercial de una oferta diferenciada de turismo cultural, experiencial y sensorial, en el Centro histórico de Quito.

¿Cómo prefiere enterarse o reservar experiencias turísticas?

Tabla 8. *Medios de información turística*

Actividad	Frecuencia	Porcentaje de encuestados
Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok)	171	87,24 %
Recomendación boca a boca	84	42,86 %
Agencias de viajes u operadores turísticos	46	23,47 %
Páginas web y blogs especializados	37	18,88 %
Oficinas de información turística	14	7,14 %

Fuente: *Autoría propia.*

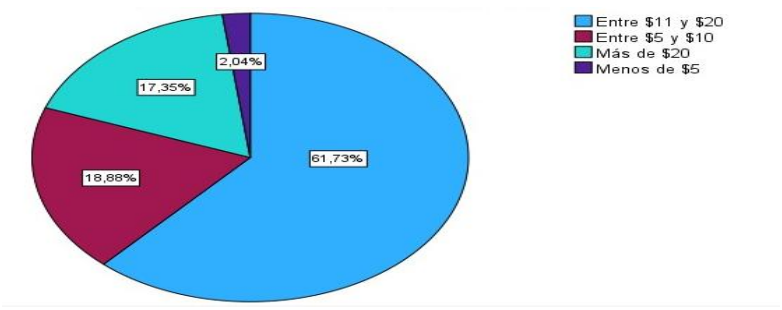
Los resultados reflejan una clara preferencia por las redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok) como principal medio para conocer o reservar experiencias turísticas, opción escogida por el 87,24 % de los encuestados.

En segundo lugar, se encuentra el boca a boca, 42,86 %, y después las agencias de viajes u operadores turísticos, 23,47 %. Los sitios web y blogs especializados alcanzaron por su parte el 18,88 %, y las oficinas de información turística el menor porcentaje, 7,14 %.

Estos resultados evidencian la importancia de priorizar los canales digitales de la operadora, especialmente las redes sociales, en sus estrategias de promoción y comercialización, complementándolos con mecanismos que incentiven las recomendaciones de los clientes y faciliten la reserva directa de las experiencias.

¿Cuál sería el rango de precio que consideraría razonable para una experiencia turística cultural sensorial de 4 a 7 horas?

Ilustración 5. *Rango de precios*



Fuente: *Autoría propia.*

Los resultados indican que el 61,73 % de los encuestados considera aceptable pagar entre USD 11 y USD 20 por una experiencia turística cultural sensorial de 4 a 7 horas, siendo el rango con mayor aceptación. Por otro lado, el 18,88 % se inclinaría por pagar entre USD 5 y USD 10, y un 17,35 % cree que el precio correcto es superior a USD 20. Solo el 2,04 % señaló un valor menor a USD 5. Estos resultados permiten observar una disposición de pago concentrada principalmente entre USD 11 y USD 20, sin embargo, la existencia de un segmento dispuesto a superar los USD 20 evidencia la posibilidad de desarrollar productos diferenciados o de mayor valor agregado. La información resultará de referencia para fijar los precios de los productos turísticos de la operadora, en función de las preferencias del mercado y los costos de cada experiencia.

Cruce de variables demográficas con ¿Cuál sería el rango de precio que consideraría razonable para una experiencia turística cultural sensorial de 4 a 7 horas?

En el análisis de los cruces sociodemográficos se observa una preferencia clara por el rango de USD 11 a USD 20, que concentra el 61,73 % de las respuestas generales. Por género, esta opción alcanza un 32,65% en hombres y un 28,06% en mujeres, lo que evidencia una tendencia similar entre ambos grupos.

En relación con la edad, cabe destacar a las personas de 18 a 25 años (22,45 %), seguidas de las personas entre 26 y 35 años (19,90 %) y de 36 a 50 años (12,76 %) dentro de este rango de precio.

En cuanto a la situación familiar, la mayor parte de la preferencia por pagar entre 11 y 20 dólares corresponde a solteros y a cónyuges o parejas que conviven, con un 29,08 % de los segundos. En cuanto al nivel de instrucción, sobresalen los que han tenido estudios universitarios (36,22 %). Por ocupación sobresalen los emprendedores, comerciantes o personas con negocio propio (17,86 %), los empleados privados (16,84 %), los empleados públicos (12,24 %) y los estudiantes (11,22 %).

Con relación a los ingresos económicos, dentro de este precio la mayor concentración es el grupo que tiene ingresos de USD 501 a USD 1.000 (27,04 %); y por lugar de residencia sobresalen los residentes de Quito Norte (23,98 %) y Los Valles/Cumbayá/Sangolquí (13,27 %).

En líneas generales, los resultados permiten concluir que el rango de USD 11 a USD 20 es el precio que mayor aceptación genera para una experiencia cultural sensorial de 4 a 7 horas, con presencia en los diferentes segmentos sociodemográficos. Sin embargo, también hay un grupo dispuesto a pagar más de USD 20 (17,35 %) sobre todo entre ciertos perfiles, lo que es una oportunidad para desarrollar productos diferenciados o experiencias de mayor valor agregado.

Por tanto, estos resultados sugieren establecer una oferta principal dentro del rango USD 11 a USD 20, complementada con alternativas de categoría superior que incorporen servicios adicionales, actividades exclusivas o componentes sensoriales más especializados, permitiendo diversificar la oferta de la operadora en función de la capacidad y disposición de pago del mercado.

Cruces de variables sociodemográficas con preguntas clave

La intersección entre las preferencias de consumo y las variables sociodemográficas pone de relieve una amplia aceptación de las experiencias culturales y sensoriales. El rango de edades que más interesa va de los 18 a los 35 años, seguido del grupo comprendido entre los 36 y los 50. Por otra parte el perfil predominante está conformado por hombres y mujeres que cuentan con estudios medios o superiores y que se desempeñan como empleados privados, empleados públicos, emprendedores o estudiantes.

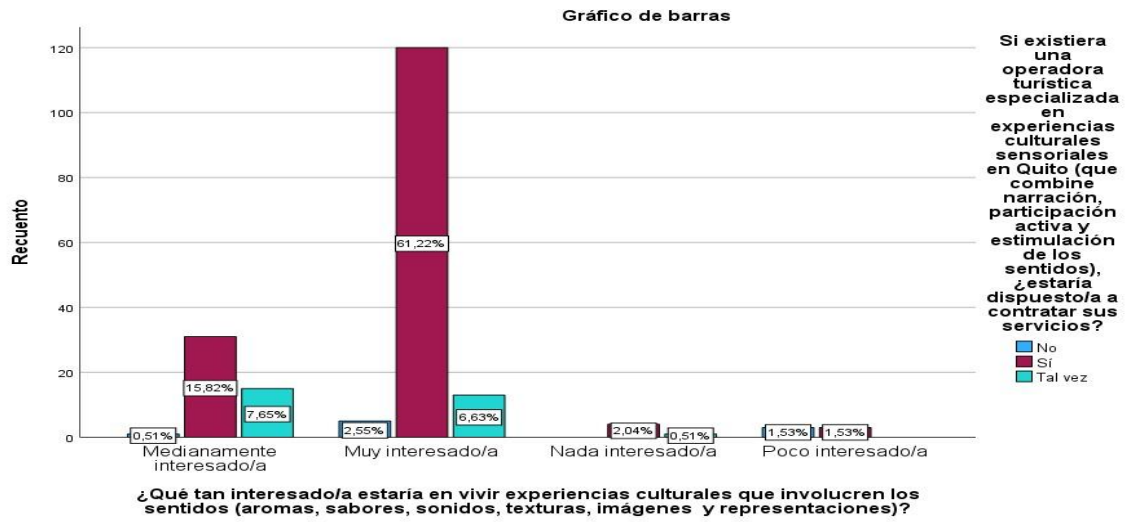
La gente encuestada prefiere actividades que conjuguen recorridos patrimoniales, narración de leyendas, gastronomía local, dramatizaciones y elementos sensoriales. Además,

los principales grupos de población confirmaron estar dispuestos a pagar por los servicios de una empresa turística especializada.

Estos resultados determinan un mercado meta claro para el proyecto: jóvenes y adultos residentes del Distrito Metropolitano de Quito que demandan alternativas de turismo cultural participativo.

Interés en experiencias culturales sensoriales × Disposición a contratar una operadora turística especializada

Ilustración 6. *Cruce experiencias sensoriales x interés en operadoras*



Fuente: *Autoría propia.*

Los resultados muestran que el interés por las experiencias culturales sensoriales está positivamente relacionado con la disposición a contratar los servicios de una operadora especializada. El grupo más representativo es el de quienes se encuentran muy interesados y respondieron que sí contratarían el servicio con el 61,22 %.

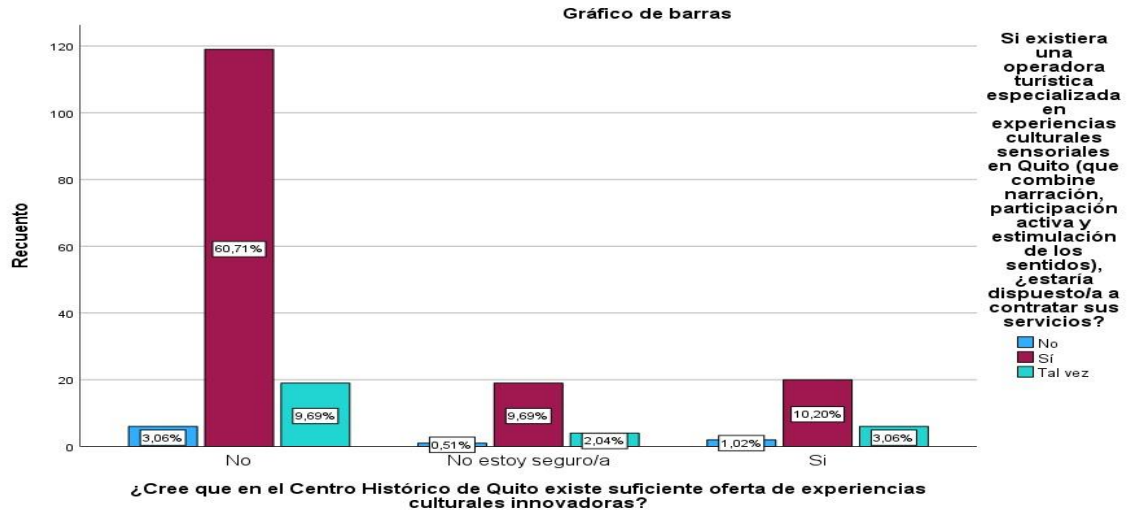
Del mismo modo, de las personas medianamente interesadas, el 15,82 % expresó estar dispuesto a contratarlo y el 7,65 % respondió “tal vez”.

Estos resultados demuestran que el interés de vivir experiencias donde involucren diferentes sensaciones en las que interactúen los sentidos y obtener una experiencia única que se transforma en una intención positiva de compra.

Por lo tanto, el enfoque cultural, experiencial y sensorial planteado para la operadora se relaciona directamente con los intereses del mercado potencial, lo que respalda la aceptación de la propuesta y demuestra que existe un segmento con intención expresa de adquirir este tipo de servicios turísticos.

Percepción de la oferta innovadora × Disposición a contratar una operadora turística especializada

Ilustración 7. *Cruce oferta innovadora x interés en operadoras*



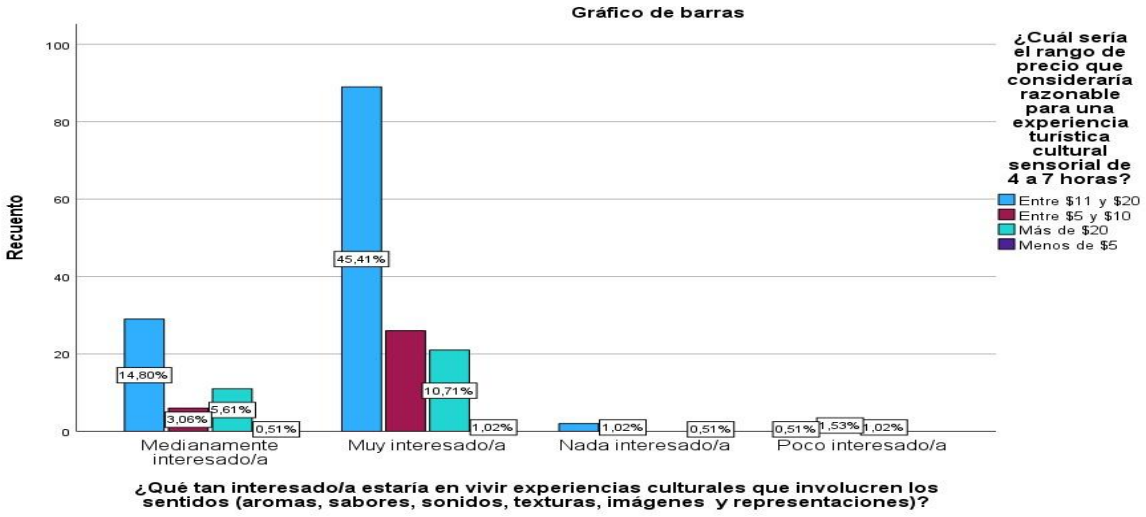
Fuente: *Autoría propia.*

El cruce muestra que el grupo más importante está conformado por quienes consideran que no existe suficiente oferta de experiencias culturales innovadoras y, al mismo tiempo, sí estarían dispuestos a contratar los servicios de la operadora, representando el 60,71 %. Adicionalmente, dentro de quienes tienen esta percepción de insuficiencia, un 9,69 % respondió "tal vez". Por otra parte, incluso entre quienes consideran que sí existe suficiente oferta, el 10,20 % manifestó disposición a contratar la propuesta.

Este es uno de los principales argumentos para respaldar la oportunidad de mercado del proyecto, ya que una proporción considerable de los encuestados identifica una insuficiencia en la oferta actual y simultáneamente manifiesta intención de contratar una nueva alternativa especializada, por lo cual la operadora podría cubrir una necesidad sentida a través de productos diferenciados que integren innovación, cultura, participación activa y estimulación sensorial en el Centro histórico de Quito.

Interés en experiencias culturales sensoriales × Rango de precio considerado razonable

Ilustración 8. *Experiencias culturales sensoriales x rango de precio*



Fuente: *Autoría propia.*

¿Qué tan interesado/a estaría en vivir experiencias culturales que involucren los sentidos (aromas, sabores, sonidos, texturas, imágenes y representaciones)? × ¿Cuál sería el rango de precio que consideraría razonable para una experiencia turística cultural sensorial de 4 a 7 horas?

El cruce evidencia que, entre las personas muy interesadas en vivir experiencias culturales sensoriales, el principal rango de precio aceptado es de USD 11 a USD 20, con el 45,41 % del total de encuestados. Sin embargo, dentro de este mismo grupo también se identifica un 10,71 % dispuesto a pagar más de USD 20, mientras que otra proporción se

inclina por el rango de USD 5 a USD 10. Entre las personas medianamente interesadas, el 14,80 % considera razonable pagar entre USD 11 y USD 20 y el 5,61 %, más de USD 20.

Los resultados permiten establecer una relación importante entre el nivel de interés y la disposición de pago. El segmento con mayor interés concentra tanto la demanda del rango principal de USD 11 a USD 20 como una parte relevante de quienes aceptarían precios superiores a USD 20.

Productos turísticos × Disposición de pago

El cruce entre los productos turísticos seleccionados y la disposición de pago ha podido mostrar que el rango de USD 11 a USD 20 predomina en prácticamente todas las combinaciones con acumulaciones de 121 de las 196 respuestas. El binomio de mayor frecuencia se dio para el recorrido nocturno con ambientación sonora y luminosa. Después tenemos a la caminata con leyendas dramatizadas y experiencias guiadas en iglesias, plazas y mercados con 20 personas que escogieron este rango de precio. También señala la combinación de ruta gastronómica sensorial y recorrido nocturno, con 13 respuestas dentro del mismo rango.

De las 34 respuestas del segmento con disposición a pagar más de USD 20, nuevamente se concentra la mayor cantidad de respuestas en la combinación de recorrido nocturno con ambientación sonora y luminosa, caminata con leyendas dramatizadas y experiencias guiadas en iglesias, plazas y mercados, con 9 respuestas.

Luego viene la combinación de ruta gastronómica sensorial, recorrido nocturno y caminata con leyendas dramatizadas, con 5 respuestas. Otras combinaciones que incluyen gastronomía, paseos nocturnos, talleres artesanales y experiencias guiadas, también son aceptadas dentro de este rango superior.

En líneas generales, el cruce demuestra que las personas con mayor disposición de pago muestran especial interés en productos que incorporan varios componentes

experienciales, principalmente recorridos nocturnos, ambientación sonora y luminosa, leyendas dramatizadas, gastronomía sensorial y experiencias guiadas en espacios patrimoniales. Esto permite que los productos más costosos o de categoría premium puedan ser dirigidos a experiencias más completas e interactivas, mientras que el rango de USD 11 a USD 20 puede mantenerse como referencia para la oferta principal.

Por lo tanto, el precio no debería ser el mismo para todos los productos, sino variar de acuerdo con el nivel de complejidad, duración y cantidad de componentes que se incluyen en cada experiencia.

Por otra parte, los cruces realizados demuestran que la disposición a contratar la nueva operadora no depende necesariamente del uso frecuente de este tipo de servicios, ya que el 45,92 % de los encuestados afirma utilizar rara vez operadoras turísticas, pero sí se sentiría dispuesto a contratar la propuesta especializada. También entre los visitantes recurrentes del Centro histórico persiste la percepción de una oferta cultural poco innovadora, ya que el 34,69 % de los que lo visitaron entre dos y tres veces en el último año considera que no hay suficiente oferta de experiencias culturales innovadoras, percepción que también comparten el 17,86 % de los que hicieron más de tres visitas.

En conjunto, estos resultados muestran una oportunidad para captar tanto a los consumidores que organizan sus actividades de forma independiente habitualmente como a los visitantes recurrentes, a través de una oferta diferenciada que incorpore experiencias culturales, innovadoras y sensoriales.

3.1.4. Segmento de mercado (perfil del turista)

Tabla 9. *Perfil del turista*

Producto turístico: Operadora turística especializada en experiencias culturales, sensoriales y patrimoniales en el Centro histórico de Quito			
Segmentación Geográfica			
Variable		**Número**	**Porcentaje**
País	Ecuador	18.289.896	100%
Provincia	Pichincha	3.316.636	18.13%
Cantón	Distrito Metropolitano de Quito	2.704.816	82%
1er resultado: 2704816 personas del Distrito Metropolitano de Quito.			
Segmentación Demográfica			
Variable		**Número**	**Porcentaje**
Género	Masculino y Femenino	2.704.816	100%
Edad	18 a 50 años	1.352.408	50%
Estado civil	Todos los estados civiles	1.352.408	100%
Ocupación	Empleados privados, empleados públicos, emprendedores y estudiantes	973.733	72%
Ingresos económicos	entre USD 501 y USD 1.000 mensuales	360.281	37%
2do resultado: 360281 personas del Distrito Metropolitano de Quito, hombres y mujeres entre 18 y 50 años de todos los estados civiles que trabajan como empleados públicos, privados, emprendedores y estudiantes con disposición de pago que ganas o tienen una economía familiar de entre USD 501 y USD 1.000 mensuales.			
Segmentación Conductual			
Variable		**Número**	**Porcentaje**
Preferencias	Experiencias culturales auténticas, participativas y sensoriales, con preferencia por recorridos patrimoniales, gastronómicos y dramatizados	252.197	70%
Resultado final/Mercado meta: 252197 personas del Distrito Metropolitano de Quito, hombres y mujeres entre 18 y 50 años de todos los estados civiles que trabajan como empleados públicos, privados, emprendedores y estudiantes con disposición de pago que ganas o tienen una economía familiar de entre USD 501 y USD 1.000 mensuales con interés en experiencias culturales auténticas, participativas y sensoriales, con preferencia por recorridos patrimoniales, gastronómicos y dramatizados			

Fuente: *Autoría propia.*

La segmentación geográfica ubicó el mercado potencial en el Distrito Metropolitano de Quito, el cual cuenta con una población de 2.704.816 habitantes (*Resultados - Censo Ecuador*, s/f).

A partir de este universo, la segmentación demográfica acotó el público a hombres y mujeres de 18 a 50 años. En ese perfil están incluidos empleados del sector público y privado, emprendedores y estudiantes, cuyos ingresos mensuales están entre 501 y 1.000 dólares. Tras aplicar este filtro, el mercado se redujo a 360.281 personas.

Finalmente, el análisis conductual demostró que casi un 70 % de este grupo opta por aquellos que conjugan itinerarios patrimoniales, gastronómicos y dramatizados. Con este indicador, el mercado objetivo se fijó en 252.197 personas. Esta cifra final servirá como base para calcular la demanda en el estudio financiero.

3.1.5. Análisis de la demanda

Tabla 10. *Análisis de la demanda*

Variable	Número	Porcentaje
Mercado objetivo	252.197	100,00 %
Mercado real	27.237	10,80 %
Demanda insatisfecha	224.960	89,20 %

Fuente: *Autoría propia.*

Del mercado objetivo estimado en 252.197 personas, se calcula que el 10,80 % (27.237 personas) corresponde al mercado actualmente atendido por la oferta turística existente. Este porcentaje fue definido en función del análisis de la competencia y de la cobertura estimada de los servicios turísticos similares que operan en el Centro histórico de Quito, teniendo en cuenta que la oferta existente no logra cubrir el total de las preferencias y expectativas identificadas en el estudio de mercado.

Por consiguiente, la demanda insatisfecha está representada por 224.960 personas, equivalentes al 89,20 %, constituyéndose en el segmento al cual se orienta la propuesta de la operadora turística. El tamaño de esta demanda demuestra que existe una buena oportunidad

para el desarrollo del proyecto, ya que el estudio financiero prevé captar únicamente una pequeña fracción del mercado durante los primeros años de operación, un porcentaje que es alcanzable de acuerdo con la capacidad operativa y las proyecciones de ventas establecidas para la empresa.

3.1.6. Análisis de la oferta

Tabla 11. *Análisis de la oferta*

Nombre	Cantón	Permanencia	Paquetes al mes	Paquetes al año
Quito Tour Bus	Quito	20 años	40	480
Kunakkuna Experiences	Quito	11 años	18	216
Gulliver Expeditions	Quito	31 años	25	300
Ecuador Freedom Bike Rental & Tours	Quito	19 años	16	192
CarpeDM Adventures	Quito	12 años	20	240
Total			**119**	**1.428**

Fuente: *Autoría propia.*

3.2. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

3.2.1. Macro localización

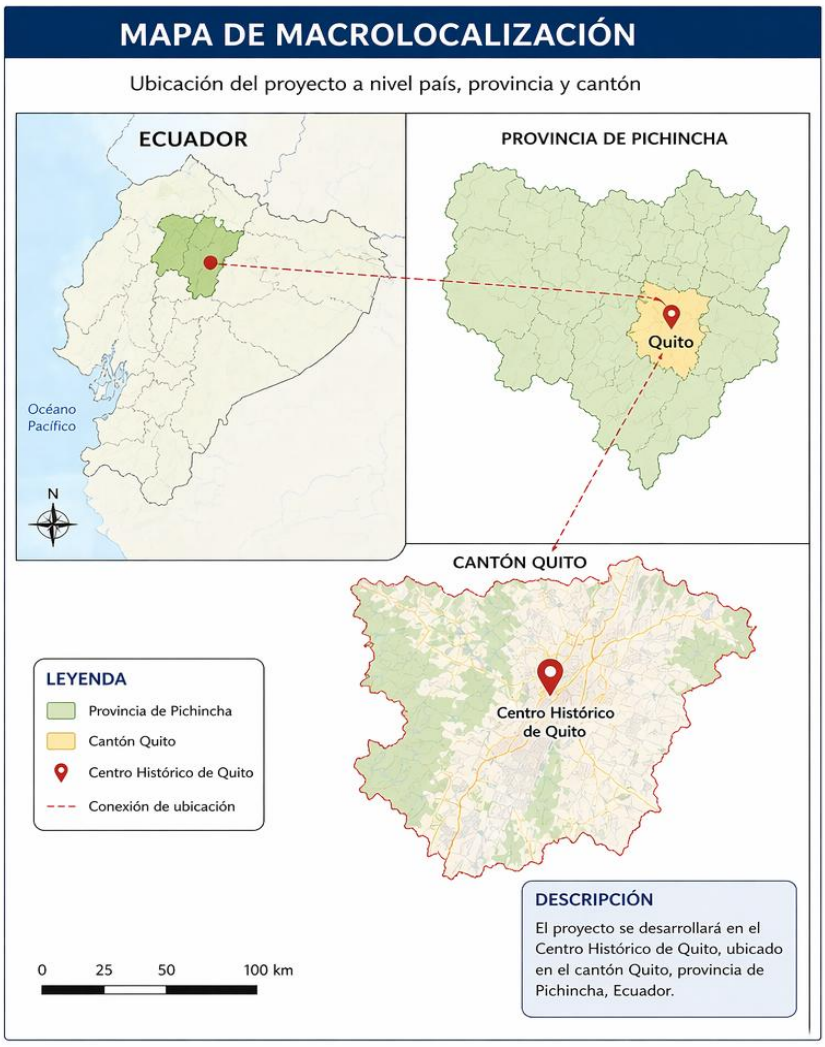
El proyecto se llevará a cabo en el Centro histórico de Quito, perteneciente al cantón de Quito, en la provincia de Pichincha. La elección de esta ubicación se debe a que esta zona presenta condiciones favorables para el ingreso al mercado turístico de la zona con una operadora turística. Se debe a la gran cantidad de actividades culturales y a la afluencia de gente en la zona.

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2022), Quito es uno de los destinos turísticos más importantes del país. Este motivo hace que se distinga por la riqueza patrimonial y la continua afluencia de visitantes. Lo que respalda su potencial para el desarrollo de iniciativas turísticas (*Estadísticas - Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico*, s/f).

A nivel macro el entorno se caracteriza por tener una infraestructura turística consolidada, adecuada y la disponibilidad de servicios básicos que permite el desarrollo operativo del emprendimiento sin restricciones importantes. Además, el área conserva una interacción permanente entre los agentes culturales, comerciales y turísticos, lo cual permite la articulación de propuestas innovadoras dentro del territorio (*City of Quito - UNESCO World Heritage Centre*, s/f).

Dado este contexto, la ubicación permite operar directamente en un ambiente donde la actividad turística ya se encuentra en marcha, pero aún existe oportunidad para el desarrollo de productos diferenciados.

Ilustración 9. *Mapa de macro localización*



Fuente: *Autoría propia.*

3.2.2. Micro localización

La operadora funcionará en la calle Chile OE2-55 y quedará en el Centro histórico de Quito. Esta vía es un eje de circulación con salida directa a espacios con mayor concentración de visitantes. Al no ser una de las zonas más saturadas, permite equilibrar la visibilidad del negocio con la logística necesaria para organizar recorridos a medida.

El sector cuenta con personal vinculado al turismo y servicios culturales cercanos que pueden ser incorporados a los recorridos. También, el estar los proveedores en el mismo entorno, baja los costos de transporte.

En la competencia local, la mayoría de los negocios aledaños responden a modelos tradicionales, lo que facilita el posicionamiento de una propuesta basada en experiencias. Finalmente, al tratarse de un entorno urbano ya consolidado, la ubicación asegura el acceso a herramientas tecnológicas y minimiza los impactos ambientales de la instalación.

Ilustración 10. *Mapa de micro localización*



Fuente: *Autoría propia.*

3.3. Identificación y descripción de los procesos

3.3.1. Caracterización y diseño del producto/servicio

El proyecto principalmente es una operadora turística que se va a enfocar en experiencias culturales y sensoriales en el Centro histórico de la ciudad de Quito. Lo que va diferenciar a esta oparadora turística de los típicos recorridos tradicionales basados en la observación va a ser la incorpora estímulos sensoriales y la participación activa del visitante.

Según la Organización Mundial del Turismo (2021), los destinos deben transformarse a modelos centrados en la experiencia del viajero y su vínculo con la cultura local. Desde esta premisa, el servicio ofrece productos que involucran los sentidos por medio de la gastronomía, los sonidos urbanos, las expresiones artísticas y las tradiciones del sector ("Fashion and Cultural Tourism – Connecting Creators, Businesses and Destinations", 2025).

El diseño de los recorridos se basa en la preferencia del consumidor por las actividades inmersivas. En vez de vender paquetes estandarizados, la operadora plantea opciones flexibles que se ajustan al tiempo, los intereses, la capacidad de gasto y el nivel de interacción de cada segmento. Como apunta Richards (2018), el turismo cultural actual se basa en la vivencia, más que en la observación (Richards, 2018).

Para funcionar, el proyecto se articula con guías especializados, artesanos, gestores culturales y establecimientos gastronómicos de la zona. Esta red de agentes locales potencia la economía de la zona y promueve la sostenibilidad del destino a través de la inclusión de la comunidad (*Sustainable development*, s/f).

La fase inicial se enfoca en el Centro histórico, pero la operadora tiene previsto ir expandiendo su oferta a otros sectores de Quito y de la provincia de Pichincha de acuerdo a la evolución de la demanda.

3.3.1.1. Diseño de productos ajustado a perfil del consumidor

La operadora Umbra estructuró el diseño de sus productos a partir de los resultados del estudio de mercado. Público objetivo: hombres y mujeres de 18 a 50 años de educación universitaria o posgrado. El grupo está conformado por empleados del sector público y privado de igual manera con emprendedores y estudiantes que ganan entre 501 y 1.000 dólares mensuales. Los encuestados dieron a notar que la oferta actual necesita de propuestas más innovadoras y participativas.

En lo que se refiere a las preferencias del consumidor se puede analizar que el mercado busca recorridos patrimoniales, caminatas con leyendas dramatizadas, rutas gastronómicas, visitas a iglesias, plazas y mercados y recorridos nocturnos temáticos. Los usuarios valoran la narración de historias, la participación activa, la música de fondo, la iluminación, los olores tradicionales y las degustaciones. Es por ello que los nuevos productos incorporan recursos sensoriales y temáticos que posibilitan que el visitante interactúe con el entorno, en lugar de mantener un rol netamente contemplativo.

La mayor parte de los consumidores prefiere las excursiones de medio día o de día completo. Las actividades se adecuaron a esas duraciones para una mejor integración a la oferta recreativa del Distrito Metropolitano de Quito, abarcando historia, gastronomía, leyendas y turismo nocturno.

Del lado financiero, el estudio encontró que la disposición a pagar por las experiencias con valor agregado se ubica entre 11 y 20 dólares por persona. Este rango se utilizó como referencia para fijar precios para los recorridos, con el objetivo de asegurar la competitividad local.

Por último, los turistas utilizan las redes sociales y los medios digitales como su principal canal de búsqueda de información turística. Como respuesta a esto, los productos cuentan con una identidad visual y elementos de narrativa adecuados para su promoción en

Instagram, TikTok y Facebook. Esta cartera de experiencias es el punto de partida de los productos específicos que se desarrollan en las siguientes secciones.

3.3.1.2. Paquetes turísticos

Ilustración 11. *Primera línea temática: "Quito Oscuro" (Turismo negro experiencial)*



Fuente: *Autoría propia.*

Paquete 1: "Sangre y Poder" (Turismo negro político-patrimonial experiencial)

Tipo: Recorrido nocturno de turismo negro político-patrimonial.

Duración: 6 horas

Horario: 17h30 a 23h30.

Descripción:

"Sangre y Poder", es un recorrido nocturno de turismo negro político-patrimonial por el Centro histórico de Quito. El teatro pone en escena episodios violentos de la historia ecuatoriana a través de actividades participativas.

La propuesta se refiere a conspiraciones, a asesinatos de presidentes, a castigos públicos. Los visitantes tendrán la oportunidad de recorren plazas, iglesias y callejones ligados a la Masacre del 2 de Agosto de 1810 que es la muerte de Gabriel García Moreno y la Hoguera Bárbara de Eloy Alfaro. Para lograr la inmersión la visita cuenta con ambientación sonora, iluminación temática y representación de personajes históricos (*Muestra permanente 'De Quito al Ecuador' en el Museo Alberto Mena Caamaño – Cultura*, s/f). Los asistentes podrán participar voluntariamente en las recreaciones de juicios y formas de control social de la época colonial y republicana. El paquete incluye también espacios museográficos para contextualizar los hechos. Se realizará un storytelling histórico y la interacción directa en el que se presenta como una alternativa al recorrido turístico convencional (*Museo de la Moneda | BCE - A 107 años de la Hoguera Bárbara*, s/f).

Concepto central del paquete:

El paquete "Sangre y Poder" reinterpreta el Centro histórico de Quito como escenario de memoria política. En este recorrido el patrimonio urbano va a tener la oportunidad de exhibir las huellas de conflictos y conspiraciones que marcaron la historia del Ecuador.

La experiencia va a poder transportar al visitante a los tiempos colonial y republicano a través del teatro e interacción directa. La intención es mostrar cómo el miedo y el control social eran parte de la vida cotidiana de la ciudad. El formato combina turismo negro con interpretación del patrimonio haciendo que el usuario toma un rol activo y no tenga que simplemente estar de observador.

Principales experiencias inmersivas y experienciales del recorrido:

- Recreación del asesinato de Gabriel García Moreno en las afueras del Palacio de Carondelet. El actor que hace de Faustino Rayo va a interactuar entre el público para crear un clima de tensión antes de representar el atentado.
- Integración voluntaria de los asistentes en dramatizaciones de conspiraciones y procesos políticos.
- Teatrales representaciones sobre los castigos públicos empleados en el pasado.
- Dinámicas en el Museo Alberto Mena Caamaño en las que los participantes asumen el rol de prisioneros o acusados y por un tiempo estarán dentro de las celdas.
- Inmersivo relato de la masacre del 2 de Agosto de 1810 y la Hoguera Bárbara de Eloy Alfaro en el que se contará con personajes históricos y sonido ambiente.
- Ambientación multisensorial con música instrumental, campanas, aroma a incienso, iluminación tenue y efectos visuales.
- Áreas de trabajo grupal para la reflexión de los sucesos representados.al más cercana, emocional y participativa dentro del patrimonio histórico quiteño.

Guión:

Bienvenida e introducción: Buenas noches y bienvenidos a "Sangre y Poder", experiencia de turismo negro patrimonial desarrollada en el Centro histórico de Quito. Antes de comenzar la caminata, se hace una pequeña charla sobre las normas de seguridad, dinámica grupal y características generales de la experiencia.

La ruta propone reinterpretar algunos de los acontecimientos políticos y sociales más impactantes de la historia quiteña, mediante narrativas históricas, teatralización y actividades inmersivas, desarrolladas en diferentes espacios patrimoniales del Centro histórico.

En el transcurso de la experiencia los participantes recorren plazas, iglesias, museos y calles históricas, relacionadas con conspiraciones políticas, persecuciones ideológicas y momentos de violencia que marcaron diferentes épocas de la historia ecuatoriana.

Plaza Grande: En este punto se hace una introducción al tema del poder político y la importancia histórica de la Plaza Grande dentro de la construcción política del Ecuador. También se da a conocer que la función de este lugar funciona como sede de decisiones gubernamentales, manifestaciones, confrontaciones y hechos históricos de importancia a lo largo de diferentes periodos (*Monumento a la Independencia: ¡colocamos hasta la última pieza! – Patrimonio*, s/f).

Palacio de Carondelet: Los exteriores del Palacio de Carondelet ponen en contexto los hechos relacionados con el asesinato de Gabriel García Moreno y las tensiones políticas desarrolladas en su gobierno aportando el ambiente necesario para la inmersión. También se da cuenta de la importancia histórica que tuvo el Palacio dentro de la vida política ecuatoriana.

Catedral Metropolitana de Quito: En esta parada se aborda la relación histórica entre religión, poder político y control social durante la época colonial y republicana. También se ofrece una breve explicación del valor patrimonial y simbólico de la Catedral Metropolitana en la historia quiteña.

Museo Alberto Mena Caamaño: En esta visita guiada al museo se cuenta la historia de la masacre del 2 de Agosto de 1810 y los procesos revolucionarios que llevaron a la independencia ecuatoriana.

Calles coloniales y Calle García Moreno: En este tramo se tiene la idea de desarrollar una caminata interpretativa acerca de persecuciones políticas, conspiraciones y mecanismos de control social presentes en distintas épocas históricas del Centro histórico de Quito.

Plaza de Santo Domingo: Llegando a la última parada se pone en contexto los acontecimientos relacionados con la llamada Hoguera Bárbara y la muerte de Eloy Alfaro en donde se abordará el impacto político y social de este episodio dentro de la memoria histórica ecuatoriana.

Despedida y cierre: Para terminar el recorrido se hace una pequeña reflexión acerca de la memoria histórica y el patrimonio político del Centro histórico de Quito. Y finalmente se agradece la participación de los visitantes y se da por concluida la experiencia.

Tabla 12. *Itinerario del recorrido de Turismo negro político-patrimonial "Sangre y Poder"*

Hora	Actividad
17h30 – 18h00	Recepción de participantes en Plaza Grande, entrega de distintivos temáticos e introducción histórica del recorrido.
18h00 – 18h40	Recorrido interpretativo en Plaza Grande y contextualización sobre el poder político en el Centro histórico de Quito.
18h40 – 19h20	Recreación teatralizada del asesinato de Gabriel García Moreno en las inmediaciones del Palacio de Carondelet.
19h20 – 19h45	Dinámica "La conspiración": Representación participativa de debates ideológicos y personajes de la época republicana.
19h45 – 20h15	Visita a la Catedral Metropolitana: Narración enfocada en la relación histórica entre religión, castigo y poder político.
20h15 – 20h40	Pausa gastronómica: Degustación de canelazo, chocolate caliente o bebidas tradicionales quiteñas.
20h40 – 21h25	Visita al Museo Alberto Mena Caamaño: Recreación in situ de la masacre del 2 de agosto de 1810.
21h25 – 21h55	Actividad inmersiva "El juicio y el castigo": Dramatización participativa sobre el control social y las persecuciones públicas.
21h55 – 22h30	Caminata nocturna: Recorrido por los callejones históricos marcados por las conspiraciones y la violencia política.
22h30 – 23h00	Representación dramatizada de "La Hoguera Bárbara" y contextualización histórica de la muerte de Eloy Alfaro.
23h00 – 23h30	Experiencia sensorial final, reflexión grupal, fotografías temáticas y cierre oficial del recorrido.

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 13. *Cotización del recorrido de Turismo negro político-patrimonial "Sangre y Poder"*

No. PAX 20

Insumos	Detalle	Costo general	Costo por persona	Total
Guía especializado	Guía intérprete patrimonial	40	2,00	40
Acto teatral	Teatros especializados	60	3,00	60
Entradas	Museo Alberto Mena Caamaño	30	1,50	30
Alimentación	Bebida tradicional + snack nocturno	80	2,00	40
Ambientación	Sonido, iluminación y utilería	45	2,25	45
Logística y apoyo	Coordinación y seguridad básica	25	1,25	25
		Costo Total		280
		Costo Por Persona		$14,00
		Utilidad 30%		$4,70
		PVP (30% útil)		$18,20
		IVA 15%		$2,73
		PVP Al Cliente		$20,93

Fuente: *Autoría propia.*

Ilustración 12. *Poster promocional del recorrido de Turismo negro "Sangre y Poder"*



Fuente: *Autoría propia.*

Paquete 2: "La Última Confesión" (Turismo negro religioso-patrimonial experiencial)

Tipo: Recorrido nocturno de turismo negro religioso-patrimonial.

Duración: 5 horas y 30 minutos

Horario: 17h30 a 23h00.

Descripción:

"La Última Confesión" es un paseo nocturno de turismo negro religioso por el Centro histórico de Quito. La experiencia indaga la relación entre muerte, culpa y control espiritual en el periodo colonial y la época republicana.

La ruta incluye las catacumbas de la Basílica del Voto Nacional, el Convento de San Francisco, la Iglesia de La Compañía y los espacios subterráneos del Convento de Santo Domingo. En ellos, el visitante puede conocer las prácticas funerarias y las creencias supersticiosas de la sociedad quiteña del pasado (*Principales puntos turísticos - Quito Informa*, s/f).

El recorrido incluye una experiencia única ya que se realiza la observación de obras de arte sacro de la Escuela Quiteña enfocadas en el sufrimiento, el martirio y la muerte. Se toma en cuenta y se analiza que estas piezas al tener un trasfondo histórico se las utiliza como herramientas de evangelización y de control moral. El recorrido utiliza música sagrada, incienso, oscuridad parcial y de igual manera con representaciones teatrales sobre los rituales funerarios para ambientar el ambiente (*City of Quito - UNESCO World Heritage Centre*, s/f).

Concepto central del paquete:

El proyecto muestra cómo iglesias, conventos y criptas funcionaron como espacios de penitencia y construcción del temor. El formato se sustenta en la oscuridad y en el silencio que poseen las rituales funerarias. En vez de tener un rol pasivo el visitante participa de dinámicas inspiradas en confesiones, procesiones y castigos.

Principales experiencias inmersivas y experienciales del recorrido:

- Descenso guiado a las Catacumbas de la Basílica del Voto Nacional coque va a contar con narración sobre las prácticas funerarias coloniales.
- Recorrido subterráneo por los sectores del Convento de Santo Domingo y basándose en relatos de tradición oral sobre antiguos entierros.
- Dinámica “El descanso eterno” donde los visitantes pueden acostarse un rato pero dentro de ataúdes escenográficos ambientados con cánticos religiosos y efectos de luz.
- Visita interpretativa por claustros, pasillos e historias del Convento y Museo de San Francisco.
- Observación del arte de la Escuela Quiteña dando un enfocado en crucifixiones y representaciones de la muerte.
- Escena "La última confesión" en que un actor disfrazado de sacerdote se relaciona con el público por medio de confesiones simbólicas y relatos de pecados coloniales.
- Caminata nocturna “La Procesión”, en silencio, con faroles LED, sonido de campanas y música sacra.
- Teatros en los que los espectadores hacían el papel de acusadores de herejía, superstición o inmoralidad.
- El recorrido está ambientado con incienso, cantos gregorianos y una cálida iluminación.

Guión:

Bienvenida e introducción: Buenas noches y bienvenidos a “La Última Confesión” una experiencia de turismo negro religioso-patrimonial en el Centro histórico de Quito. El guía antes de comenzar va a pasa a explicar las normas de seguridad de igual manera como va a ser la dinámica del grupo y las características generales del recorrido.

El recorrido explora la relación entre espiritualidad, muerte, superstición y control religioso en el Quito colonial y republicano, tomando como escenarios de interpretación histórica y sensorial los espacios patrimoniales y religiosos del Centro histórico.

Los participantes recorren iglesias, conventos, espacios subterráneos, sectores históricos relacionados con las prácticas funerarias, las penitencias religiosas y las expresiones artísticas sobre el sufrimiento y la muerte.

Templo del Voto Nacional: Cuenta la historia religiosa de la Basílica y las prácticas funerarias y creencias espirituales relacionadas con sus catacumbas y espacios subterráneos.

Calles coloniales del Centro histórico: Una caminata interpretativa recorre el camino de las antiguas procesiones religiosas, penitencias y otras manifestaciones de espiritualidad del Quito colonial.

Convento y Museo San Francisco: En este lugar se aprende de la historia y el arte del Convento de San Francisco, de la influencia de la Escuela Quiteña y de las representaciones del sufrimiento, el martirio y la muerte en el arte sacro colonial.

Espacio de ambiente conventual: En este lugar se reproducen los esquemas de confesión, penitencia y dirección espiritual que se vivieron en diferentes momentos de los centros históricos de las instituciones religiosas.

Convento de Santo Domingo: Se trata de la arquitectura subterránea del convento, de las prácticas funerarias y de la historia contada en sus sectores conventuales y antiguas estancias (*Principales puntos turísticos - Quito Informa*, s/f).

Despedida y cierre: El recorrido concluye con una reflexión sobre la memoria religiosa, la espiritualidad y el patrimonio histórico del Centro histórico de Quito. Tras esto, se agradece la participación y se da por concluida la experiencia.

Tabla 14. *Itinerario del recorrido de Turismo negro religioso-patrimonial "La Última Confesión"*

Hora	Actividad
17h30 – 18h00	Recepción de participantes en los exteriores de la Basílica del Voto Nacional, entrega de distintivos temáticos e introducción histórica del recorrido.
18h00 – 18h45	Descenso guiado a las catacumbas de la Basílica del Voto Nacional y experiencia inmersiva "El descenso".
18h45 – 19h15	Caminata nocturna teatralizada "La Procesión" por calles y pasajes coloniales del Centro histórico mediante faroles LED y ambientación sonora.
19h15 – 20h00	Recorrido interpretativo dentro del Convento y Museo de San Francisco en el que se incluye claustros históricos y observación de arte sacro de la Escuela Quiteña.
20h00 – 20h30	Experiencia teatral "La Última Confesión" en donde se desarrolla dentro de un espacio ambientado del convento mediante interacción entre actores y visitantes.
20h30 – 21h15	Pausa gastronómica temática con bebida tradicional caliente y lunch nocturno en establecimiento patrimonial aliado. Espacio libre para descanso e interacción grupal.
21h15 – 21h55	Recorrido inmersivo dentro de sectores subterráneos y espacios históricos vinculados al Convento de Santo Domingo. Narraciones relacionadas con entierros, espiritualidad y supersticiones quiteñas.
21h55 – 22h25	Actividad experiencial "El descanso eterno" en donde algunos visitantes participan voluntariamente en la experiencia sensorial dentro de ataúdes escenográficos.
22h25 – 22h45	Actividades participativas relacionadas con juicios religiosos y de igual manera con penitencias simbólicas y dinámicas inspiradas en prácticas de control espiritual colonial.
22h45 – 23h00	Reflexión grupal, fotografías temáticas y cierre oficial del recorrido.

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 15. *Cotización del recorrido de Turismo negro religioso-patrimonial "La Última Confesión"*

No. PAX 20

Insumos	Detalle	Costo general	Costo por persona	Total
Guía especializado	Guía intérprete patrimonial	40	2,00	40
Acto teatral	Teatros especializados	60	3,00	60
Entradas	Posibles recorridos	50	2,50	50
Alimentación	Bebida tradicional + snack nocturno	70	3,50	70

Ambientación	Sonido, iluminación y utilería	35	1,75	35
Logística y apoyo	Coordinación y seguridad básica	20	1,00	20

Costo Total	305
Costo Por Persona	$15,25
Utilidad 30%	$4,58
PVP (30% útil)	$19,83
IVA 15%	$2,97
PVP Al Cliente	$22,80

Fuente: *Autoría propia.*

Ilustración 13. *Poster Promocional del recorrido de Turismo negro religioso-patrimonial "La Última Confesión"*



Fuente: *Autoría propia.*

Paquete 3: "Ecos del Más Allá" (Turismo negro oral-patrimonial experiencial)

Tipo: Recorrido nocturno de turismo negro oral-patrimonial.

Duración: 4 horas y 30 minutos

Horario: 18h00 a 22h30.

Descripción:

"Ecos del Más Allá" es una experiencia nocturna de turismo cultural experiencial desarrollada en el Centro histórico de Quito, enfocada en la reinterpretación de leyendas, supersticiones, relatos populares y manifestaciones del patrimonio inmaterial quiteño mediante recorridos inmersivos, teatralización y recursos sensoriales. El producto aspira a transformar el recorrido convencional al Centro histórico en una experiencia emocional y multisensorial fundamentada en la memoria colectiva, el enigma y la tradición oral. La propuesta incorpora algunas de las narrativas más emblemáticas del imaginario quiteño y para esto se incluye figuras legendarias como Cantuña, la Dama Tapada, el Padre Almeida y el Gallo de la Catedral. Situados en ubicaciones estratégicas de la metrópolis (Klein & Guerra, s/f; "Tourism and Intangible Cultural Heritage", 2012).

Asimismo, el paquete busca contribuir a la valorización del patrimonio cultural inmaterial de Quito mediante la reinterpretación contemporánea de relatos tradicionales transmitidos generacionalmente dentro de la memoria colectiva de la ciudad.

Concepto central del paquete:

"Ecos del Más Allá" se fundamenta en la reinterpretación del Centro histórico de Quito como un espacio donde las leyendas, supersticiones y relatos populares forman parte esencial de la identidad cultural y de la memoria colectiva de la ciudad. El paquete busca mostrar cómo las historias transmitidas oralmente a lo largo de generaciones continúan influyendo en la percepción simbólica de iglesias, plazas, callejones y edificaciones patrimoniales del Centro histórico.

La experiencia propone una inmersión sensorial y emocional basada en el misterio, la oscuridad y la sugestión psicológica mediante recorridos nocturnos, teatralización y ambientación multisensorial. El visitante deja de ser únicamente un espectador para integrarse a las diferentes dinámicas que van a incluir este paquete turistico y van a estar relacionadas con pactos simbólicos, apariciones, supersticiones y experiencias inspiradas en relatos tradicionales quiteños.

El concepto combina elementos de turismo experiencial, interpretación patrimonial y patrimonio cultural inmaterial, transformando espacios históricos del Centro histórico en escenarios de interacción emocional y narrativas inmersivas vinculadas con la tradición oral y el imaginario popular quiteño.

Principales experiencias inmersivas y experienciales del recorrido:

- Recorrido nocturno por plazas, iglesias y callejones históricos vinculados con leyendas tradicionales del Centro histórico de Quito, incluyendo relatos relacionados con Cantuña, la Dama Tapada, el Padre Almeida y el Gallo de la Catedral (Klein & Guerra, s/f).
- Experiencia inmersiva “El juramento de Cantuña” en donde uno de los visitantes participa voluntariamente en una representación simbólica inspirada en el pacto legendario y se va a utilizar iluminación temática, sonido ambiental y narración dramatizada.
- Dinámica interactiva inspirada en la leyenda del Gallo de la Catedral en la cual los visitantes son invitados a desafiar simbólicamente al gallo antes de ser sorprendidos mediante efectos sonoros y la aparición repentina de un gallo real utilizado como recurso teatral dentro de la experiencia.

- Aparición repentina teatralizada de la Dama Tapada en determinados puntos del recorrido apoyándose de un ambientación visual y narrativa para generar impacto emocional y reforzar la inmersión del visitante dentro de la leyenda.
- Entrega de una carta simbólica al inicio de la experiencia que va a estar relacionada con una leyenda o advertencia específica y este significado es revelado progresivamente a lo largo del recorrido como parte de la narrativa inmersiva.
- Caminatas parcialmente en silencio dentro de callejones históricos y plazas patrimoniales del Centro histórico con la finalidad de intensificar la percepción sensorial y la conexión emocional con las historias narradas.

Guión:

Bienvenida e introducción: Buenas noches y bienvenidos a "Ecos del Más Allá" esta es una experiencia de turismo negro oral patrimonial desarrollada en el Centro histórico de Quito. Antes de iniciar el recorrido el personal realizará una breve explicación sobre las normas de seguridad, dinámica grupal y características generales de la experiencia.

Plaza e Iglesia de San Francisco: En este punto se contextualiza la leyenda de Cantuña y la importancia simbólica de este espacio dentro de la memoria quiteña.

Callejones coloniales: Durante el recorrido se desarrolla una caminata interpretativa relacionada con supersticiones, relatos populares y narrativas urbanas transmitidas generacionalmente dentro del Centro histórico.

Sectores vinculados al Padre Almeida: En esta parada se explican los relatos tradicionales relacionados con el Padre Almeida y su permanencia dentro del imaginario popular quiteño.

Catedral Metropolitana de Quito: En este espacio se contextualiza la leyenda del Gallo de la Catedral y la permanencia de esta narrativa dentro de la tradición oral quiteña.

Callejón de las almas: Durante esta experiencia se desarrolla una caminata sensorial relacionada con relatos de apariciones y supersticiones que van a estar vinculadas con callejones históricos del Centro histórico.

Plaza Grande: En la parada final se aborda la leyenda de la Dama Tapada y su relación con los imaginarios urbanos y las narrativas populares del Quito antiguo.

Cierre y despedida: Para finalizar el recorrido se desarrolla una reflexión relacionada con la importancia de las leyendas y la tradición oral como parte del patrimonio cultural inmaterial de Quito.

Finalmente, se realiza el agradecimiento por la participación de los visitantes y el cierre oficial de la experiencia.

Tabla 16. *Itinerario del recorrido de Turismo negro oral-patrimonial experiencial "Ecos del Más Allá"*

Hora	Actividad
18h00 – 18h30	Recepción de participantes en Plaza de San Francisco, entrega de cartas simbólicas e introducción a las leyendas y tradición oral del Centro histórico de Quito.
18h30 – 19h00	Representación inmersiva "El juramento de Cantuña" en los exteriores e inmediaciones de San Francisco, utilizando iluminación temática y ambientación sonora.
19h00 – 19h30	Recorrido nocturno por callejones y plazas históricas ligadas a leyendas populares quiteñas. Experiencia de "El susurro" con audio direccional y sonidos ocultos durante el trayecto.
19h30 – 20h00	Experiencia teatralizada sobre la leyenda del Padre Almeida y los relatos de apariciones conventuales del Centro histórico.
20h00 – 20h40	Pausa gastronómica temática con bebida tradicional caliente y lunch nocturno en un establecimiento patrimonial aliado.
20h40 – 21h10	Dinámica inmersiva inspirada en la leyenda del Gallo de la Catedral, con participación simbólica del público y efectos sorpresivos ligados a la narración.
21h10 – 21h40	Caminata nocturna "El callejón de las almas", que transcurre en parte en silencio, con niebla artificial, iluminación tenue y la experiencia visual "La sombra".
21h40 – 22h00	Aparición teatralizada de la Dama Tapada en un punto estratégico del recorrido, con ambientación visual y narrativa inmersiva.

Hora	Actividad
22h00 – 22h20	Revelación final del significado de las cartas simbólicas entregadas al inicio del recorrido y cierre narrativo de las leyendas abordadas durante la experiencia.
22h20 – 22h30	Fotografías temáticas, interacción final con los participantes y cierre oficial del recorrido.

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 17. *Cotización del recorrido de Turismo negro oral-patrimonial experiencial "Ecos del Más Allá"*

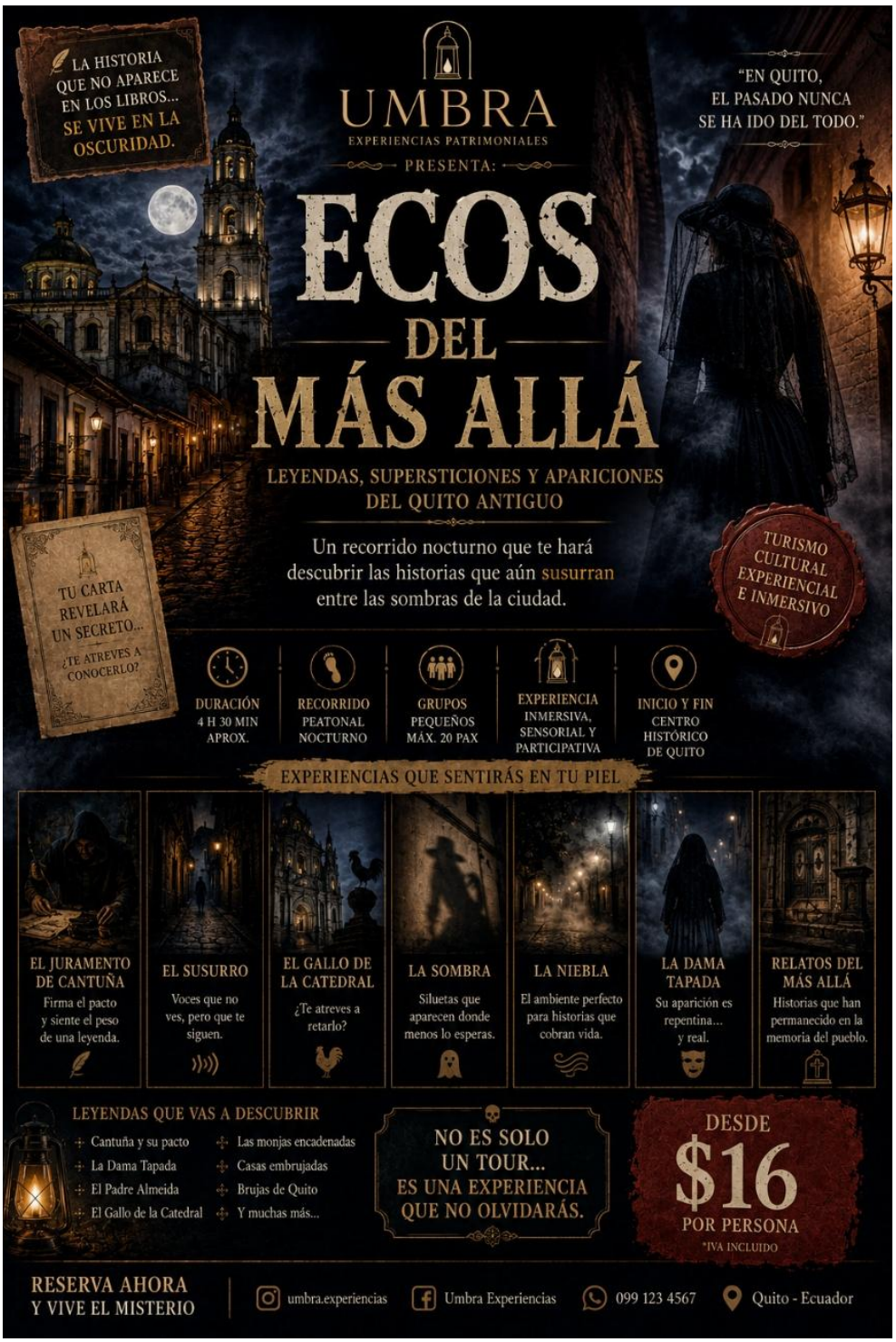
No. PAX 20

Insumos	Detalle	Costo general	Costo por persona	Total
Guía especializado	Guía intérprete patrimonial	40	2,00	40
Acto teatral	Teatros especializados	40	2,00	40
Entradas	Posibles recorridos	60	3,00	60
Alimentación	Bebida tradicional + snack nocturno	45	2,25	45
Ambientación	Sonido, iluminación y utilería	15	1,75	15
Logística y apoyo	Coordinación y seguridad básica	20	1,00	20
		Costo Total		220
		Costo Por Persona		$11,00
		Utilidad 30%		$3,30
		PVP (30% útil)		$14,30
		IVA 15%		$2,15
		PVP Al Cliente		$16,45

Fuente: *Autoría propia*

.

Ilustración 14. *Poster Promocional del recorrido de Turismo negro oral-patrimonial experiencial "Ecos del Más Allá"*



Fuente: *Autoría propia.*

Ilustración 15. *Segunda línea temática: "Sabores del Centro" (Turismo gastronómico sensorial)*



Fuente: *Autoría propia.*

Paquete 3: "Mercados y Memorias" (Turismo gastronómico sensorial-experiencial)

Tipo: Turismo gastronómico, cultural y sensorial experiencial.

Duración: Full day (8 horas)

Horario: 09h00 a 17h00.

Descripción:

"Mercados y Memorias", es una experiencia turística gastronómica y sensorial de "full day" en el Centro histórico de Quito. La propuesta transforma mercados tradicionales, cafeterías patrimoniales y espacios populares en escenarios donde el visitante conoce el Centro histórico a través de sabores, olores, sonidos, texturas y el contacto con las personas que sostienen la gastronomía tradicional quiteña (Quito Tuismo, s/f).

El recorrido incluye mercados emblemáticos de la ciudad, huecas tradicionales, cafeterías históricas y otros espacios gastronómicos. Donde el visitante va a tener la oportunidad de degustar directamente la cocina popular de la ciudad. No es solamente una

ruta gastronómica para comer en este caso es una experiencia que busca vincular a los participantes con la memoria culinaria de Quito. A través de actividades, degustaciones, relatos de recetas, costumbres y prácticas transmitidas de generación en generación.

Activa el olfato, el gusto, el oído y el tacto: los aromas tradicionales, la preparación artesanal de comidas y bebidas asimismo como los sonidos característicos de los mercados y el contacto directo con los ingredientes y finalmente las herramientas y las dinámicas comerciales de los espacios públicos del Centro histórico.

El paquete contempla la interacción con comerciantes, cocineros tradicionales y emprendedores locales. Esto ayuda a que aumente la prioridad a la autenticidad cultural y a la participación activa del visitante en la valorización del patrimonio gastronómico quiteño.

Concepto central del paquete:

Con “Mercados y Memorias” se hace una relectura de la gastronomía popular y de los mercados tradicionales del Centro histórico. Algunos espacios donde perdura la memoria cultural y las prácticas culinarias. El visitante ya no es sólo un consumidor ya que va a tener la experiencia completa e inmersiva en este paquete participando en visitas guiadas, en catas, en la preparación artesanal de los platos, en la identificación de aromas y muchas mas actividades que inciten a la inmersión del momento.

La idea conjuga turismo gastronómico, turismo sensorial e interpretación del patrimonio. Con el objetivo de transformar mercados, cafeterías y espacios populares del Centro histórico en espacios de interacción cultural anclados en la tradición conjunto con la comunidad y la memoria urbana.

Principales experiencias inmersivas y experienciales del recorrido:

- "La Mesa de los Aromas": Identificación olfativa de hierbas, especias, cacao y café para conectar directamente con la base de la cocina tradicional.

- "Chocolate a ciegas": Cata guiada de chocolate artesanal con los ojos vendados al momento de anular la vista se va a potenciar la percepción de aromas, texturas y notas del cacao.
- "El Rincón del Canelazo": Preparación interactiva de esta bebida típica en donde el visitante manipula los ingredientes y especias durante la cocción.
- "Los Sonidos del Mercado": Pausas de atención plena para percibir el paisaje sonoro del entorno: pregones, utensilios, conversaciones y música popular.
- Ruta de huecas y mercados: Recorridos interactivos por cafeterías patrimoniales y comedores populares que sostienen la memoria culinaria de la ciudad.
- "Sabores de la Infancia": Degustación de colaciones, mistelas y dulces típicos que pueden ser acompañadas de relatos sobre las costumbres de antaño.
- "Las Manos de Quito": Interacción usando el tacto con granos, masas y utensilios empleados en la elaboración artesanal de los alimentos.
- Diálogo con la comunidad: Interacción directa con comerciantes y cocineros locales para conocer la historia de los mercados y sus recetas familiares.
- Descanso inmersivo: Zonas de socialización en establecimientos aliados que van a ser ambientadas con música tradicional para cerrar la ruta.

Guión:

Bienvenida e introducción: Buenos días y bienvenidos a “Mercados y Memorias”, experiencia de turismo gastronómico y sensorial en el Centro histórico de Quito.

Antes de comenzar el guía realiza las indicaciones necesarias para que todos los participantes comprendan las dinámicas y se procede a explicar los juegos participativos. Las actividades sensoriales y las características generales del recorrido también van a ser dictadas por el guía. El recorrido reinterpreta la gastronomía popular quiteña teniendo en cuenta parte de la memoria cultural e identidad histórica de la ciudad a través de sabores, aromas, sonidos

y tradiciones culinarias. Los participantes recorren mercados tradicionales, cafeterías de patrimonio y espacios gastronómicos emblemáticos del Centro histórico.

Mercado Central: Se conoce la historia del Mercado Central como un lugar de encuentro social, gastronómico y cotidiano del Centro histórico.

Tradicionales rincones gastronómicos: Se dan los ingredientes, las preparaciones más populares y las prácticas culinarias que la cultura quiteña transmite de generación en generación.

Experiencia La Mesa de los Aromas: Los participantes identifican hierbas, especias y productos tradicionales usando únicamente el sentido del olfato.

Cafeterías y huecos de patrimonio: En esta oportunidad se habla del papel que desempeñan las cafeterías tradicionales y otros espacios gastronómicos históricos en la memoria urbana y culinaria de la ciudad de Quito.

Experiencia "Chocolate a Ciegas": Los participantes probarán chocolate artesanal ecuatoriano en donde van a poner a prueba su percepción de aromas, sabores y texturas.

Tradicional espacio gastronómico: Se conocen las bebidas y recetas populares que conforman la memoria culinaria del Centro histórico.

Despedida y cierre: El recorrido finaliza con una reflexión sobre la gastronomía como parte del patrimonio cultural e identidad histórica de la ciudad, seguido del agradecimiento a los participantes y el cierre oficial de la experiencia ("Tourism and Intangible Cultural Heritage", 2012).

Tabla 18. *Itinerario del recorrido de Turismo gastronómico sensorial-experiencial "Mercados y Memorias"*

Hora	Actividad
09h00 – 09h30	Recepción de participantes en el Centro histórico de Quito, bienvenida e introducción a la memoria gastronómica y sensorial de la ciudad.
09h30 – 10h15	Mercado Central: Recorrido guiado para explorar los ingredientes típicos, los puestos emblemáticos y la dinámica comercial del día a día.

10h15 – 10h45	"La Mesa de los Aromas": Identificación estrictamente olfativa de hierbas, especias y productos locales.
10h45 – 11h30	Degustación de media mañana: Cata de jugos, humitas y empanadas en los comedores populares del sector.
11h30 – 12h00	"Los Sonidos del Mercado": Pausas de atención plena para percibir el paisaje sonoro, los pregones y el bullicio comercial.
12h00 – 13h00	Almuerzo patrimonial: Comida típica en un establecimiento aliado, diseñado como un espacio de descanso e interacción grupal.
13h00 – 13h45	Ruta de cafeterías y huecas: Recorrido vespertino por los locales y espacios gastronómicos más emblemáticos del casco colonial.
13h45 – 14h15	"Chocolate a Ciegas": Degustación guiada de chocolate artesanal ecuatoriano con los ojos vendados.
14h15 – 15h00	"El Rincón del Canelazo": Preparación interactiva de esta bebida típica, acompañada de relatos sobre la historia culinaria de la ciudad.
15h00 – 15h45	"Sabores de la Infancia": Degustación de dulces típicos y colaciones, vinculada a las costumbres y la memoria oral de antaño.
15h45 – 16h15	Actividad sensorial “Las Manos de Quito”, enfocada en interacción con ingredientes, utensilios y procesos artesanales relacionados con la gastronomía tradicional.
16h15 – 16h45	Espacio libre para compras, fotografías y exploración gastronómica complementaria dentro del Centro histórico.
16h45 – 17h00	Reflexión final, cierre del recorrido y despedida oficial de los participantes.

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 19. *Cotización del recorrido de Turismo gastronómico sensorial-experiencial “Mercados y Memorias”*

No. PAX 20

Insumos	Detalle	Costo general	Costo por persona	Total
Guía especializado	Guía intérprete gastronómico y patrimonial	50	2,50	50
Alimentación	Almuerzo tradicional quiteño	180	9,00	180
Degustaciones	Dulces tradicionales, chocolate, bebidas y productos típicos	120	6,00	120
Experiencias sensoriales	Materiales para actividades de aromas, chocolate y degustaciones	40	2,00	40
Ambientación y logística	Coordinación, reservas y apoyo operativo	30	1,50	30

Incentivos comunitarios	Participación de comerciantes y emprendedores locales	20	1,00	20

Costo Total	440
Costo Por Persona	$22,00
Utilidad 30%	$6,60
PVP (30% útil)	$28,60
IVA 15%	$4,29
PVP Al Cliente	$32,89

Fuente: *Autoría propia.*

Ilustración 16. *Poster Promocional del recorrido de Turismo gastronómico sensorial-experiencial "Mercados y Memorias"*



Fuente: *Autoría propia.*

Ilustración 17. *Tercera línea temática: "Quito Vivo" (Turismo histórico-patrimonial inmersivo)*



Fuente: *Autoría propia.*

Paquete 3: "Ruta de la independencia" (Turismo histórico-patrimonial inmersivo)

Tipo: Turismo hitórico teatrealizado e inmersivo

Duración: 5 horas

Horario: 16h00 a 21h00

Descripción:

"La Ruta de la Independencia" es un recorrido histórico teatralizado en el Centro histórico de Quito que se inspira en el proceso independentista ecuatoriano. En lugar de una visita observacional convencional el formato utiliza la dramatización para explicar el ambiente político de la época (*Monumento a la Independencia: ¡colocamos hasta la última pieza! – Patrimonio*, s/f).

La ruta abarca sectores de la Plaza Grande, el Museo Alberto Mena Caamaño e iglesias históricas, lugares directamente vinculados con las reuniones revolucionarias y los acontecimientos del 10 de Agosto.

En el recorrido el storytelling y la teatralización hacen posible que los asistentes tengan la oportunidad de interactuar con actores que estan dramatizando diferentes personajes como próceres y ciudadanos de la época. Para hacer más rica la experiencia el recorrido cuenta con escenografía y ambientación sonora para sumergir al público en un ambiente más inmersivo. Esta concepción fomenta el aprendizaje histórico a través de la participación activa del visitante.

Concepto central del paquete:

En "La Ruta de la Independencia", el Centro histórico de Quito se idealiza como el escenario principal de los procesos revolucionarios del Ecuador. Este paquete muestra cómo sus calles y edificaciones patrimoniales fueron escenario de conspiraciones, reuniones secretas y enfrentamientos decisivos para la independencia que se dieron en su momento.

La experiencia brinda una inmersión histórica mediante recorridos dramatizados y actividades participativas. El visitante no solo es un simple espectador ya que se incorpora activamente a reuniones secretas y discusiones políticas por lo que interactúa con actores que encarnan personajes de la época.

Principales experiencias inmersivas y experienciales del recorrido:

- Recorrido teatralizado por las plazas, calles y edificaciones históricas del Centro histórico de Quito, escenario de los procesos de independencia.
- Dramatizaciones basadas en conspiraciones políticas, reuniones secretas y el Primer Grito de Independencia.
- Interacción directa con actores disfrazados de personajes claves de la independencia quiteña para mejorar la interacción con el publico.
- Visita interpretativa al Museo Alberto Mena Caamaño con relatos sobre las masacres, los procesos revolucionarios y la memoria política del Centro histórico.

- Actividad vivencial "La Conspiración" en la que un grupo de visitantes participa simbólicamente en reuniones secretas y otras dinámicas de estrategia independentista.
- Dramatización participativas de debates políticos y de proclamaciones históricas en plazas y espacios patrimoniales del Centro histórico.
- Sonido con música instrumental y efectos teatrales que aumentan la sensación de estar inmerso en la historia mientras se hace el recorrido.
- Experiencias escénicas y fotográficas en espacios patrimoniales que guardan la memoria política e independentista de la ciudad de Quito.
- Áreas de descanso y socialización en cafeterías patrimoniales u otros establecimientos históricos que estén vinculados a la identidad cultural del Centro histórico.

Guión:

Bienvenida e introducción: Buenas tardes y bienvenidos a "Ruta de la Independencia", experiencia de turismo histórico-patrimonial vivencial en el Centro histórico de Quito. Antes de iniciar, el guía detalla las dinámicas participativas, la teatralización y las características generales del recorrido.

El recorrido reinterpretará los acontecimientos políticos, sociales y revolucionarios del proceso independentista ecuatoriano, a través de recorridos patrimoniales y actividades vivenciales dentro del Centro histórico.

Plaza Grande: Se conoce el papel político e histórico de la Plaza Grande como escenario de los movimientos revolucionarios y los procesos independentistas.

Palacio de Carondelet: Se explica el papel político del Palacio de Carondelet en distintos acontecimientos históricos de la independencia ecuatoriana.

Calles y plazas históricas: Recorrido interpretativo sobre el escenario de encuentros clandestinos, conspiraciones políticas y movimientos revolucionarios del Centro histórico.

Museo Alberto Mena Caamaño: Se aborda la masacre del 2 de agosto de 1810 y los procesos revolucionarios de la independencia ecuatoriana.

Espacios patrimoniales del Centro histórico: En distintos puntos del recorrido se conocen los próceres, los movimientos independentistas y otros acontecimientos históricos relevantes en la construcción política del Ecuador (*Muestra permanente 'De Quito al Ecuador' en el Museo Alberto Mena Caamaño – Cultura*, s/f).

Cierre y despedida: Finaliza el recorrido con una reflexión sobre la memoria histórica, la independencia y el patrimonio del Centro histórico de igual manera se agradece la participación y dando por cerrada la experiencia.

Tabla 20. *Itinerario del recorrido de Turismo histórico-patrimonial inmersivo "Ruta de la Independencia"*

Hora	Actividad
16h00 – 16h30	Recepción de participantes en Plaza Grande, entrega de distintivos temáticos e introducción histórica sobre el contexto político y social de Quito durante el proceso independentista.
16h30 – 17h00	Recorrido con dramatización por los alrededores del Palacio de Carondelet y edificaciones históricas relacionadas con reuniones políticas y acontecimientos revolucionarios.
17h00 – 17h40	Experiencia participativa "La Conspiración" en donde se desarrolla mediante dramatización de reuniones secretas inspiradas en los acontecimientos previos al Primer Grito de Independencia.
17h40 – 18h10	Caminata interpretativa por calles y plazas históricas relacionadas con procesos revolucionarios del Centro histórico de Quito.
18h10 – 19h00	Visita guiada al Museo Alberto Mena Caamaño y representación narrativa relacionada con las masacres, persecuciones y memoria política del proceso independentista.
19h00 – 19h40	Pausa gastronómica y espacio de descanso en cafetería patrimonial o establecimiento histórico del Centro histórico.
19h40 – 20h15	Representación teatralizada de debates políticos y proclamaciones históricas vinculadas con la independencia quiteña en espacios patrimoniales del Centro histórico.
20h15 – 20h45	Recorrido nocturno por plazas y edificaciones emblemáticas relacionadas con la memoria histórica de la independencia ecuatoriana.
20h45 – 21h00	Fotografías temáticas, reflexión final y cierre oficial del recorrido.

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 21. *Cotización del recorrido de Turismo histórico-patrimonial inmersivo "Ruta de la Independencia"*

No. PAX 20

Insumos	Detalle	Costo general	Costo por persona	Total
Guía especializado	Guía intérprete histórico patrimonial	40	2,00	40
Actores teatrales	Personajes históricos y dramatizaciones	50	2,50	50
Entradas	Museo Alberto Mena Caamaño y espacios patrimoniales	40	2,00	40
Alimentación	Bebida tradicional + snack/café patrimonial	50	2,50	50
Ambientación y utilería	Vestuario básico, sonido y elementos teatrales	30	1,50	30
Logística y coordinación	Reservas, apoyo operativo y seguridad básica	20	1,00	20
		Costo Total		230
		Costo Por Persona		$11,50
		Utilidad 30%		$3,45
		PVP (30% útil)		$14,95
		IVA 15%		$2,24
		PVP Al Cliente		$17,19

Fuente: *Autoría propia.*

Ilustración 18. *Poster promocional del recorrido de Turismo histórico-patrimonial inmersivo "Ruta de la Independencia"*



Fuente: *Autoría propia.*

3.3.2. Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

La operadora de turismo que se piensa debe estar ubicada en el Centro histórico de Quito y se enfocaría en experiencias culturales con un enfoque experiencial y sensorial. Se debe tomar en cuenta que su proceso de prestación de servicios está orientado a una atención personalizada y eficiente de acuerdo con lo que busca el turista actual para obtener mejores experiencias.

Actualmente se conoce que los modelos tradicionales se limitan a la guianza informativa del servicio, mientras que esta propuesta añade la interacción, la participación activa y la estimulación sensorial, lo que implica una mayor coordinación operativa y un diseño más detallado de cada experiencia.

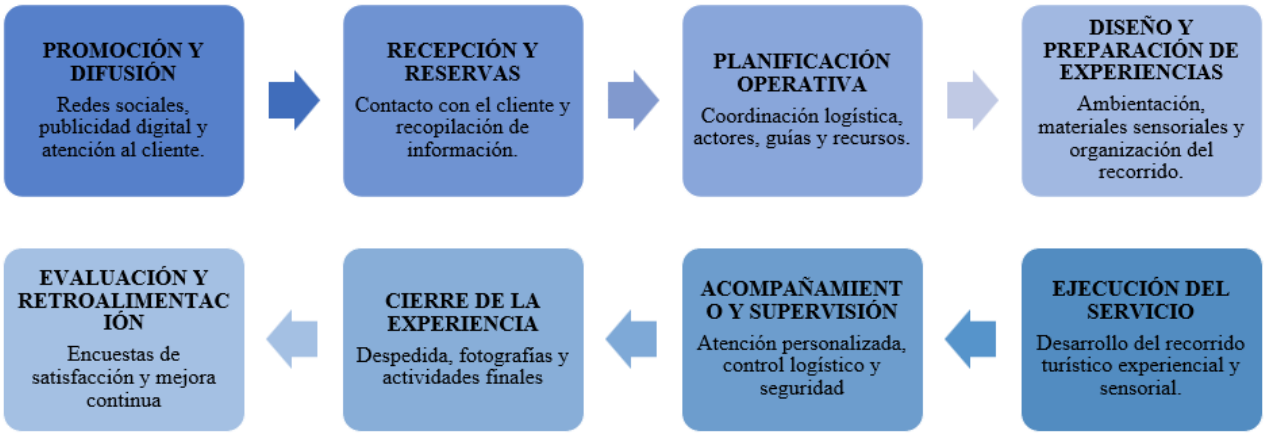
El proceso se inicia con la promoción de los paquetes turísticos a través de redes sociales, plataformas digitales y atención personalizada, para que el cliente conozca las líneas temáticas de la operadora. En esta fase también se conocen las necesidades y preferencias del cliente para adaptar la experiencia a sus intereses y se recibe la solicitud de reserva con datos como número de participantes, horarios y requerimientos específicos.

Una vez confirmada la reserva se avanza a la planificación operativa: se contratan guías, actores, espacios patrimoniales y establecimientos aliados, se preparan los materiales sensoriales, y se coordinan los tiempos de ejecución y actores locales necesarios para el recorrido.

En su ejecución los guías y facilitadores acompañan permanentemente al grupo y tienen la obligación de mediar entre el turista y el destino y desarrollando las actividades programadas de interpretación, teatro y estimulación sensorial. De la misma manera se debe controlar el cumplimiento de horarios, condiciones de seguridad y calidad de la atención.

Al finalizar la experiencia las encuestas de satisfacción y verificar la interacción con los participantes y otras observaciones permiten identificar mejoras para el servicio y adaptar la oferta a las tendencias del mercado. A los turistas internacionales el proceso les añade consideraciones de idioma, de adaptación cultural, e información de contexto sobre el destino.

Ilustración 19. *Descripción de la prestación del servicio.*



Fuente: *Autoría propia.*

3.4. Ingeniería del proyecto

3.4.1. Distribución de planta

La operadora desarrolló su distribución de planta en función de la armonía con el entorno arquitectónico del Centro histórico de Quito. De acuerdo con Chiavenato (2017), una adecuada organización espacial permite optimizar los recursos y la circulación interna y por consecuencia en una empresa turística tiene un impacto directo en la funcionalidad del servicio y en la experiencia del cliente (Chiavenato, 2011).

El local tiene una superficie de unos 180 m², repartidos entre las dependencias interiores y un patio central. La recepción y sala de espera se ubican en la parte frontal, un área de aproximadamente 25 m² para dar la bienvenida a los visitantes, decorada según la identidad cultural del proyecto. Dispone de sala de reuniones contigua de unos 20 m^2, para la formación del personal, la planificación logística de los recorridos y para atender a grupos.

La oficina administrativa principal es de 15 m² y se encarga del manejo de las reservas, la gestión financiera y la coordinación del negocio. También cuenta con un cuarto operativo de 12 m² donde se guarda la utilería y materiales de las rutas, más sanitarios de 4 m² cada uno.

El diseño se sustenta en un patio interior de 50 m^2 que cumple la función de área de descanso y circulación. Sus pasillos abiertos conservan la arquitectura colonial de la edificación y brindan aireación e iluminación natural a los diferentes espacios, permitiendo una circulación ordenada entre las áreas operativas y las zonas de atención al público.

Tabla 22. *Distribución de planta.*

Área / Infraestructura	Características	Cantidad	Valor Unitario	Total
Recepción y sala de espera	Adecuación y ambientación de espacio de bienvenida de 25 m²	1	$1.500	$1.500
Sala de reuniones	Adecuación funcional de espacio para reuniones y coordinación operativa	1	$1.200	$1.200
Oficina administrativa	Adecuación de oficina para gestión y atención al cliente	1	$900	$900
Área operativa y almacenamiento	Adecuación de espacio para materiales y utilería turística	1	$700	$700
Servicios higiénicos	Mejoramiento y adecuación básica de baños existentes	2	$500	$1.000
Patio central y corredores	Adecuación estética, iluminación y mantenimiento de áreas abiertas	1	$1.800	$1.800
Pintura y acabados interiores	Mejoramiento visual y adaptación temática del establecimiento	1	$2.000	$2.000
Instalaciones eléctricas e iluminación	Adecuaciones eléctricas y luminarias decorativas básicas	1	$1.200	$1.200
Sistema de seguridad	Señalética, extintores y cámaras básicas de seguridad	1	$800	$800
Señalética y ambientación temática	Decoración y señalización interna relacionada con la identidad del proyecto	1	$700	$700

Fuente: *Autoría propia.*

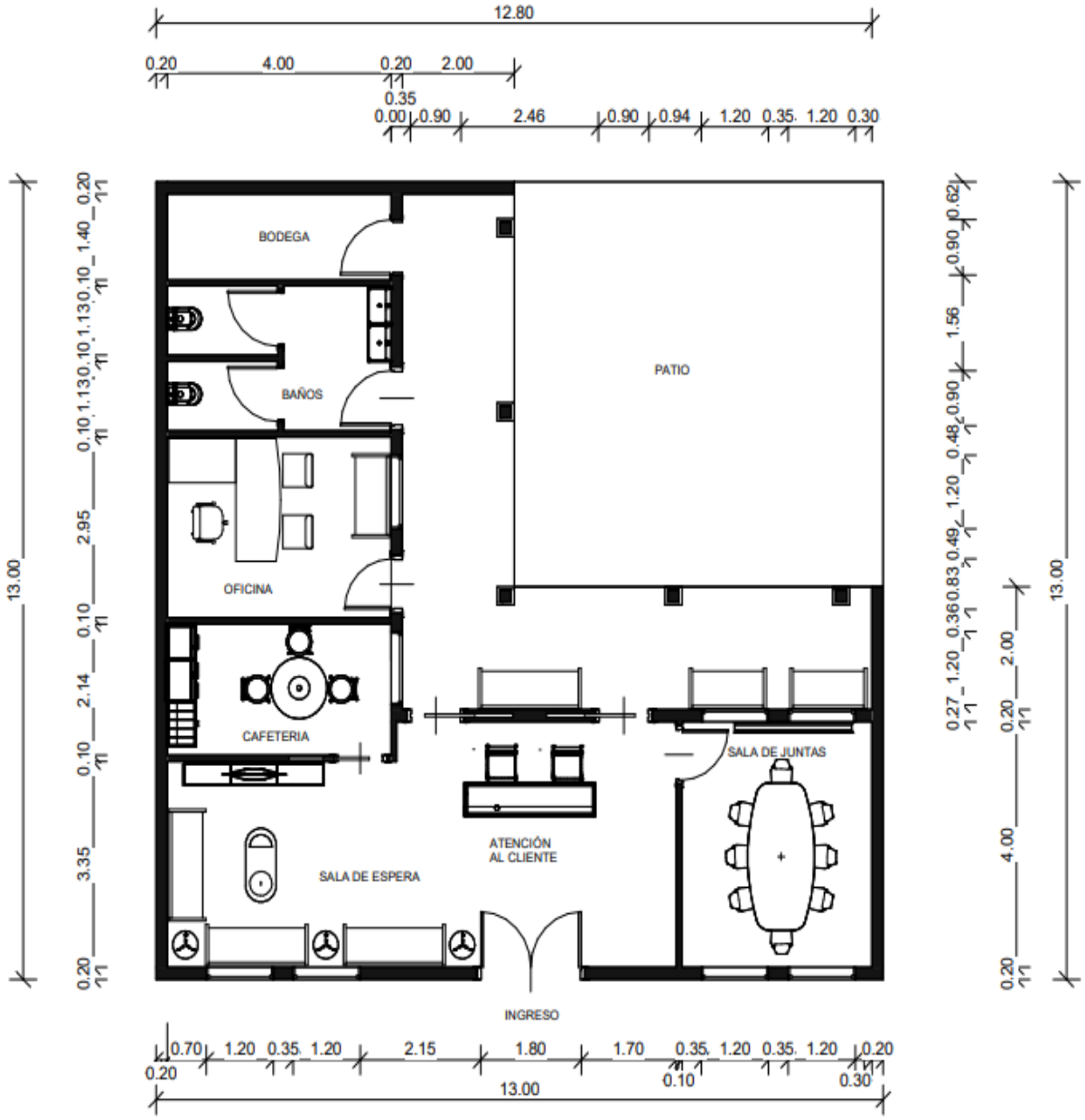
3.4.2. Planos de la instalación/infraestructura

Los planos arquitectónicos de la operadora reflejan diferentes puntos como la distribución interna, la organización espacial y el funcionamiento operativo de la infraestructura propuesta en el Centro histórico de Quito. Fueron pensados con criterios de

funcionalidad, circulación, comodidad y adaptación al enfoque experiencial del proyecto y que puedan mantenerse a futuro.

La propuesta se desarrolla sobre una infraestructura existente adaptada a los requerimientos operativos. La distribución de los espacios está dirigida principalmente a optimizar la atención al cliente, la coordinación administrativa y la planificación logística de las experiencias. Con una estética adecuada al entorno patrimonial del Centro histórico.

Ilustración 20. *Planos de la infraestructura.*



Los planos comprenden de diferentes puntos estrategicos y necesarios como es la recepción, sala de espera, oficinas administrativas, sala de reuniones, espacios operativos, servicios higiénicos y patio central. Los espacios están pensados para facilitar la circulación interna y el desarrollo de las actividades administrativas y turísticas propias del establecimiento.

El diseño se basa en la iluminación natural, la ventilación y la sensación de amplitud, a través de corredores abiertos y un patio interior central que hace que la experiencia espacial sea agradable tanto para el personal como para los visitantes.

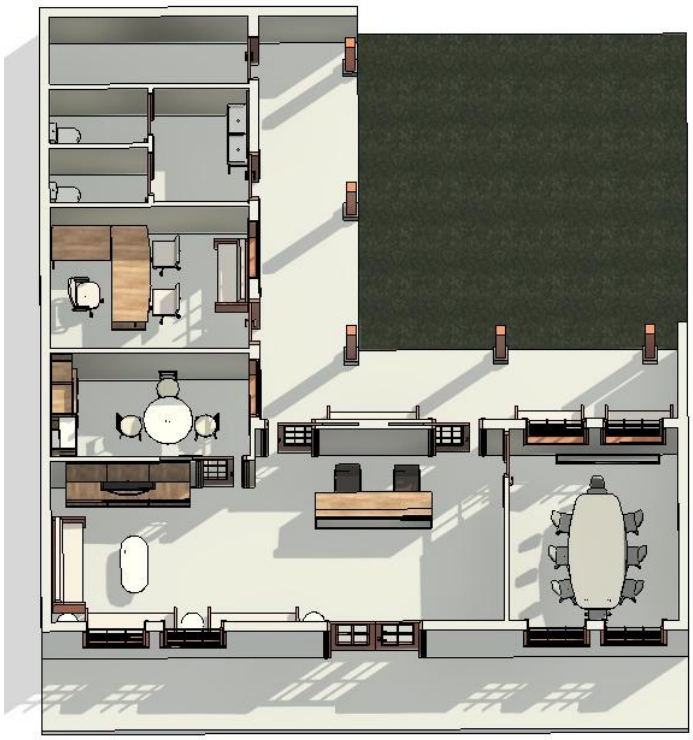
En el caso de la infraestructura, se conservan características visuales y arquitectónicas adecuadas al contexto patrimonial del Centro histórico de Quito. Es importante que los acabados, la distribución y los elementos estéticos respondan a la identidad cultural de la operadora.

Ilustración 21. *Planos 2D de la infraestructura vista 1.*



Fuente: *Autoría propia.*

***Ilustración** 22. Planos 2D de la infraestructura vista 2.*



***Fuente:** Autoría propia.*

***Ilustración 23.** Vista 3D de la infraestructura, patio interior.*



***Fuente:** Autoría propia.*

Ilustración 24. *Vista 3D de la infraestructura, áreas de entrada y recepción.*



Fuente: *Autoría propia.*

3.4.3. Requerimientos por áreas

Para que la empresa funcione necesita contar con una serie de equipos y herramientas para poder gestionar la administración, la logística, la atención al cliente. De acuerdo con Chiavenato (2017), esos recursos materiales y tecnológicos son imprescindibles para mantener la eficiencia operativa y la calidad del servicio de cualquier organización (Chiavenato, 2011).

Bajo este principio la operadora clasifica su equipamiento en las áreas funcionales que requiere para planificar y ejecutar los recorridos en el Centro histórico de Quito.

Tabla 23. *Maquinaria y equipo área de recepción y atención al cliente.*

Equipo	Cantidad	Características	Valor Unitario	Total
Computadora de escritorio	1	Equipo administrativo básico para reservas y atención	$650	$650

Impresora multifuncional	1	Impresora, escáner y copiadora	$220	$220
Teléfono corporativo	1	Teléfono IP o convencional para atención al cliente	$80	$80
Datafono/POS	1	Equipo para pagos electrónicos	$120	$120
Televisor informativo	1	Pantalla LED para información turística y promociones	$350	$350
Total	$1.420			

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 24. *Maquinaria y equipo área admnistrativa*

Equipo	Cantidad	Características	Valor Unitario	Total
Laptop administrativa	2	Equipos para gestión operativa y financiera	$750	$1.500
Impresora administrativa	1	Impresora multifuncional	$250	$250
Router y sistema de internet	1	Conectividad operativa interna	$180	$180
Cámara fotográfica semiprofesional	1	Registro fotográfico y contenido promocional	$700	$700
Total	$2.630			

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 25. *Maquinaria y equipo área operativa*

Equipo	Cantidad	Características	Valor Unitario	Total
Parlante portátil	2	Equipo portátil para ambientación y actividades grupales	$120	$240
Micrófono inalámbrico	2	Sistema de apoyo para interpretación guiada	$90	$180
Linternas recargables	10	Equipos para recorridos nocturnos	$18	$180
Máquina de humo portátil	1	Equipo para ambientación sensorial	$160	$160

Proyector portátil	1	Equipo audiovisual para actividades experienciales	$450	$450
Radio comunicadores	4	Comunicación interna durante recorridos	$45	$180
Total	$1.390			

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 26. *Maquinaria y equipo área de reuniones*

Equipo	Cantidad	Características	Valor Unitario	Total
Pantalla de proyección	1	Pantalla retráctil para reuniones y capacitaciones	$120	$120
Parlante multimedia	1	Equipo de sonido básico	$100	$100
Proyector fijo	1	Equipo audiovisual para presentaciones	$500	$500
Total	$720			

Fuente: *Autoría propia.*

TOTAL GENERAL: $6.160

Tabla 27. *Insumos*

Insumos	Características	Cantidad	Valor Unitario	Total
Ataúdes decorativos	Ataúdes livianos de utilería para experiencias inmersivas	2	$180	$360
Cadenas decorativas	Utilería metálica para ambientación teatral y sensorial	4	$25	$100
Faroles ambientales	Faroles decorativos para recorridos nocturnos	8	$18	$144
Velas LED recargables	Iluminación ambiental reutilizable	20	$6	$120
Líquido para máquina de niebla	Insumo para ambientación inmersiva	6	$12	$72

Insumos	Características	Cantidad	Valor Unitario	Total
Inciensos y esencias aromáticas	Ambientación sensorial reutilizable	20	$4	$80
Manteles y textiles decorativos	Ambientación temática para experiencias culturales	10	$18	$180
Señalética temática portátil	Señalización móvil para recorridos turísticos	6	$20	$120
Carpetas y porta-documentos	Organización administrativa y operativa	15	$8	$120
Material impreso inicial	Mapas, cartas temáticas y material interpretativo	200	$0,50	$100
Botiquín de primeros auxilios	Implementos básicos de seguridad turística	2	$45	$90
Baterías recargables	Alimentación de equipos y linternas	12	$8	$96
Ambientadores y aromatizantes	Ambientación de oficinas y espacios interiores	10	$5	$50
Material de limpieza	Insumos básicos de mantenimiento y limpieza	1	$180	$180
Papelería administrativa	Hojas, carpetas, esferos y suministros básicos	1	$250	$250
Extensiones y adaptadores eléctricos	Soporte operativo para equipos audiovisuales	6	$12	$72
Cuerdas y sogas decorativas	Ambientación de espacios inmersivos	5	$15	$75
Telas oscuras decorativas	Ambientación teatral y sensorial	12	$14	$168

Fuente: *Autoría propia.*

TOTAL GENERAL: $2.377

3.5. Inversiones y capital de trabajo

El capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos económicos necesarios para garantizar el funcionamiento operativo de una empresa durante el desarrollo de sus

actividades. Este elemento permite cubrir gastos relacionados con servicios básicos, salarios, comercialización, operación y demás requerimientos necesarios para la prestación continua del servicio turístico (Besley & Brigham, 2017).

De acuerdo con Besley y Brigham (2016), el capital de trabajo constituye un componente fundamental dentro de la gestión financiera empresarial, debido a que permite mantener liquidez suficiente para cubrir obligaciones operativas de corto plazo y asegurar el funcionamiento eficiente de la organización.

En el caso de la operadora turística experiencial y sensorial el capital de trabajo se encuentra orientado principalmente a cubrir gastos administrativos, operativos y de comercialización vinculados con el desarrollo de las experiencias turísticas ofertadas dentro del Centro histórico de Quito. Los egresos principales que están tomadas como prioridades son los servicios básicos, remuneraciones del personal, promoción digital, contratación de servicios complementarios y costos operativos relacionados con la ejecución de los recorridos turísticos.

Además, debido al enfoque experiencial del proyecto una parte del capital de trabajo se destina a la coordinación de actores externos, reservas anticipadas, ambientación temática y reposición de insumos utilizados durante las experiencias inmersivas y sensoriales. Estos elementos resultan fundamentales para poder garantizar la calidad del servicio y mantener coherencia con la propuesta turística planteada por la operadora.

Tabla 28. *Capital de trabajo, servicios básicos.*

Rubro	Cant.	Características	Valor Unit.	Total
Energía eléctrica	1	Consumo mensual estimado del establecimiento	$90	$90
Agua potable	1	Consumo mensual del establecimiento	$35	$35
Internet y telefonía	1	Servicio de internet y comunicación administrativa	$55	$55

Limpieza y mantenimiento	1	Mantenimiento básico y limpieza mensual	$80	$80
Total		$260		

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 29. *Capital de trabajo, salarios.*

Rubro	Cant.	Características	Valor Unit.	Total
Administrador/a	1	Gestión administrativa y operativa	$650	$650
Guía turístico principal	1	Coordinación y ejecución de recorridos	$600	$600
Asistente operativo	1	Apoyo logístico y atención al cliente	$500	$500
Total		$1750		

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 30. *Capital de trabajo, marketing y comercialización.*

Rubro	Cant.	Características	Valor Unit.	Total
Publicidad en redes sociales	1	Promoción digital mensual	$180	$180
Diseño gráfico y contenido	1	Elaboración de contenido promocional	$120	$120
Impresión de material promocional	1	Flyers, tarjetas y material publicitario	$80	$80
Total		$380		

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 31. *Capital de trabajo, operación.*

Rubro	Cant.	Características	Valor Unit.	Total
Contratación de actores externos	1	Pago mensual aproximado según recorridos realizados	$400	$400

Entradas y reservas anticipadas	1	Fondos operativos para museos y espacios aliados	$250	$250
Insumos operativos básicos	1	Reposición de materiales y ambientación	$180	$180
Total	$830			

Fuente: *Autoría propia.*

TOTAL GENERAL: $3.220

3.5.1. Inversión total del proyecto

La inversión total detalla los recursos económicos necesarios para abrir la operadora turística. Este primer rubro, como señalan Sapag Chain y Sapag Chain (2014), incluye los fondos que serán requeridos para cubrir los requerimientos físicos, administrativos y operativos durante la etapa de implementación (Sapag Chain et al., 2014).

Con este proyecto el capital se utilizará para la adecuación estética y funcional del local, compra de equipos tecnológicos y audiovisuales, adquisición de insumos y capital de trabajo. La estructura de costos contempla, además, un presupuesto específico para la ambientación inmersiva, los equipos de apoyo para los recorridos teatrales y los materiales requeridos para las dinámicas sensoriales.

Tabla 32. *Inversión total del proyecto*

RUBRO	VALOR
Infraestructura y adecuaciones	$11.800
Maquinaria y equipo	$6.160
Insumos operativos	$2.177
Capital de trabajo	$3.220
Total inversión inicial	$23.557

Fuente: *Autoría propia.*

3.6. Estructura organizativa y administrativa

3.6.1. Misión

Ofrecer recorridos turísticos en el Centro histórico de Quito, que integren patrimonio, gastronomía y teatralización. La idea es involucrar al turista de forma activa, con el fin de dar a conocer la identidad cultural quiteña bajo un modelo de operación sostenible.

3.6.2. Visión

Convertirse en una operadora líder en turismo cultural y sensorial dentro del Centro histórico de Quito. La empresa busca destacar por el formato de sus recorridos y aportar a la difusión del patrimonio y la gastronomía de la ciudad.

3.6.3. Políticas

3.6.3.1. Políticas de conducta del personal

a) El personal debe atender al cliente con ética y respeto.
b) Se deben cumplir puntualmente los horarios y recorridos programados.
c) El equipo debe presentarse y comportarse de forma acorde con la imagen institucional.
d) Se mantiene estricta confidencialidad de los datos personales de los clientes (*Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (379637)*, s/f).
e) El equipo de administración y operaciones debe respetar el patrimonio, los espacios históricos y las comunidades locales a lo largo de las rutas.

3.6.3.2. Políticas de reservación

a) Las reservas se tramitarán únicamente a través de los medios oficiales de comunicación.
b) Toda reserva está sujeta a disponibilidad de cupos y horarios de cada recorrido.
c) Una cotización no garantiza el cupo, el mismo se confirma únicamente abonando el anticipo.
d) Se solicita el pago anticipado del 50 % del valor total del paquete para garantizar la fecha.
e) Los recorridos son con cupo limitado para mantener la calidad de la experiencia.

f) En los recorridos privados o personalizados, las condiciones de reserva pueden variar según el servicio solicitado.

3.6.3.3. Políticas de cancelación

a) El cliente puede cancelar su reserva en cualquier momento mediante una notificación previa.
b) Las cancelaciones notificadas con más de 48 horas de anticipación permiten reprogramar la fecha, sujeto a disponibilidad.
c) Las cancelaciones con menos de 24 horas de anticipación no son reembolsables debido a los gastos operativos ya ejecutados.
d) Los reembolsos aplicables se procesarán en un plazo máximo de 10 días hábiles tras la solicitud formal.
e) La operadora puede cancelar o reprogramar las rutas por condiciones climáticas, problemas de seguridad o motivos de fuerza mayor.

3.6.3.4. Políticas de conservación patrimonial

a) La operadora promueve el respeto y la conservación del patrimonio histórico del Centro de Quito.
b) Los visitantes y el personal deben evitar cualquier acción que deteriore los espacios históricos visitados.
c) Toda la actividad de la empresa debe cumplir estrictamente la normativa de conservación patrimonial vigente (Págs, s/f).
d) Las rutas se diseñan con el objetivo de fomentar la valoración de la memoria histórica y la identidad cultural a través de las prácticas de turismo responsable.

3.6.3.5. Políticas de sostenibilidad

a) La operadora promueve el cuidado ambiental y el uso eficiente de los recursos en todas sus actividades.

b) Se prioriza el uso de materiales reutilizables y de bajo impacto ambiental.
c) La empresa fortalece la economía local al integrar en sus rutas a los mercados, locales patrimoniales y actores culturales del Centro histórico.
d) El modelo de servicio fomenta un turismo responsable, basado en el respeto directo hacia la comunidad receptora y su entorno (*GLOBAL SUSTAINABLE TOURISM COUNCIL Global Sustainable Tourism Criteria for Hotels and Tour Operators*, 2012).

3.6.4. Valores

Responsabilidad: Trabajar de forma ética con los visitantes, el personal y el entorno del patrimonio.

Respeto: Respetar las tradiciones locales, la integridad de la comunidad receptora y los espacios históricos.

Innovación: Crear formatos turísticos diferenciados integrando el teatro y los estímulos sensoriales.

Compromiso: Velar por la calidad del servicio y contribuir activamente al desarrollo del sector.

Trabajo en grupo: Coordinar esfuerzos entre el personal interno y los aliados locales a fin de asegurar la excelencia operativa.

Identidad cultural: Difundir la memoria de la ciudad y conectar con el patrimonio del visitante a través de la participación directa.

3.6.5. Marca e imagen corporativa

Ilustración 25. *Logo*



Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 33. *Descripción de los elementos del logotipo.*

Elemento	Significado
Arquitectura patrimonial	Representa las iglesias, cúpulas y edificaciones emblemáticas del Centro histórico de Quito, símbolos del patrimonio histórico, cultural y arquitectónico de la ciudad. Estos elementos reflejan la identidad patrimonial del destino y la conexión de la operadora con la memoria histórica y cultural quiteña.
Luminaria colonial	Simboliza los recorridos nocturnos, la exploración urbana y las experiencias inmersivas desarrolladas dentro del Centro histórico. Además, representa la atmósfera misteriosa y sensorial presente en varias de las experiencias turísticas ofertadas por la operadora.
Arco o ventana	Representa la entrada hacia nuevas experiencias culturales y patrimoniales. Este elemento simboliza la conexión entre el visitante y los espacios históricos de Quito, funcionando como una invitación a descubrir la ciudad desde una perspectiva experiencial y sensorial.
Camino o calle colonial	Simboliza el recorrido turístico, la exploración cultural y el tránsito por calles históricas del Centro histórico de Quito. Asimismo, representa el vínculo entre memoria, historia y experiencia turística.

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 34. *Descripción de los colores corporativos.*

Color	Significado
Dorado	Representa patrimonio, tradición, elegancia y valor histórico. Este color transmite exclusividad y resalta la riqueza cultural y arquitectónica del Centro histórico de Quito.
Negro	Evoca misterio, sofisticación y profundidad. Se relaciona con las experiencias inmersivas, sensoriales y nocturnas desarrolladas por la operadora turística. Además, aporta formalidad y versatilidad visual a la identidad corporativa.
Blanco	Representa equilibrio, claridad y armonía visual. Este color permite mantener limpieza gráfica y adaptabilidad del logotipo en diferentes formatos y aplicaciones promocionales.

Fuente: *Autoría propia.*

Ilustración 26. *Versatilidad del logo*



Fuente: *Autoría propia.*

Ilustración 27. *Aplicación de identidad coorporativa*



Fuente: *Autoría propia.*

3.6.6. Organigramas

3.6.6.1. Organigrama estructural

El organigrama de Umbra: Con “Experiencias Patrimoniales” se define la jerarquía de las áreas que sustentan a la empresa contando con soporte estructural robusto del personal. La estructura fue pensada para dar respuesta ágil a las necesidades de un negocio turístico de pequeña escala.

Este modelo funcional garantiza la coordinación directa entre la administración y la ejecución de las rutas. Con el objetivo de sostener el enfoque experiencial de los recorridos, el esquema cuenta tanto con personal fijo como con una red de colaboradores externos a cargo de la teatralización, la ambientación y la logística. Esta composición permite a la operadora la flexibilidad requerida para ajustar su equipo a los requerimientos específicos de cada producto.

Ilustración 28. Organigrama estructural



Fuente: *Autoría propia.*

3.6.6.2. Organigrama funcional

El organigrama funcional de “Umbra” determina las responsabilidades de cada área para garantizar la coordinación interna y la adecuada ejecución de los servicios.

La Gerencia general dirige la estrategia del negocio, controla el cumplimiento de los objetivos comerciales y establece las alianzas con la red de actores locales. En el área económica que cuenta con la unidad de Administración y finanzas está encargada de gestionar el presupuesto, la facturación, los pagos y el archivo documental necesario para el funcionamiento de la empresa. El Asistente administrativo se encarga de completar estas funciones brindando apoyo en la organización de agendas, el registro de reservas, la atención al cliente y la elaboración de reportes.

En lo que se refiere a la ejecución del servicio, el área operativa planifica los recorridos y coordina horarios, personal, materiales y accesos a los espacios patrimoniales o locales aliados. El guía principal es el líder del equipo y es quien dirige el desarrollo de la ruta, interpreta el patrimonio para el grupo y se comunica en tiempo real con el Personal de

apoyo operativo, quien ayuda en la logística in situ, el manejo de la utilería, el montaje de la ambientación y el acompañamiento de los visitantes.

El área de Marketing y comercialización, de manera transversal, se encarga de gestionar la promoción y venta de los paquetes a través de redes sociales, campañas digitales y el análisis del comportamiento del mercado. Por último, la operadora se apoya en una red de Colaboradores externos, compuesta por actores, músicos, artesanos y gestores culturales que intervienen de manera puntual de acuerdo con los requerimientos de teatralización de cada ruta.

Ilustración 29. Organigrama funcional



Fuente: *Autoría propia.*

3.7. Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual

La operadora Umbra: Experiencias Patrimoniales" quedará constituida como Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) de conformidad con la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. Esta figura legal facilita el proceso de constitución, permite flexibilidad

administrativa y limita la responsabilidad de los socios al capital aportado (*Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (T351278)*, s/f).

Se formalizará el registro por medio de documento privado inscrito en el Registro Mercantil, que le da validez legal, sin necesidad de escritura pública. La sociedad podrá estar constituida por uno o varios accionistas mediante aportes económicos, de bienes o de servicios (Superintendencia de compañias, 2014).

El objeto social de la empresa será la prestación de servicios turísticos, la operación de recorridos patrimoniales y la realización de actividades culturales en el Centro histórico de Quito.

Los trámites principales para la creación de la S.A.S. son (Superintendencia de compañias, 2014):

Obligaciones:

- Denominación o nombre comercial de reserva.
- Redacción del Acta de Constitución.
- Designación del representante legal.
- Registro ante la Superintendencia de Sociedades.
- Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes).
- Apertura de una cuenta bancaria empresarial.
- Registro de la Actividad Económica.
- Trámites de licencias municipales de funcionamiento (*Requisitos Sociedades - intersri - Servicio de Rentas Internas*, s/f).

Requerimientos especiales:

- Certificados y firma electrónica de los socios y del representante (*Registro de Actividades Turísticas - Portal de servicios*, s/f).
- Inscripción del establecimiento turístico ante el Ministerio de Turismo.

- Obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) emitida por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- Gestión de permisos complementarios incorporados a la LUAF.

Este trámite se realiza con la presentación de:

- Solicitud de inscripción.
- Datos del titular o representante legal.
- Diseño gráfico de logotipo.
- Correspondiente clasificación comercial.
- Pago de los aranceles fijados por el SENADI (*¿Cómo registro una marca? – Servicios*, s/f).

Tabla 35. *Trámites de constitución.*

Descripción	Total
Reserva de denominación	$16,00
Registro Superintendencia de Compañías	$40,00
Registro Único de Contribuyentes (RUC)	$0,00
Registro Ministerio de Turismo	$20,00
Licencia Única Anual de Funcionamiento	$120,00
Permiso de Cuerpo de Bomberos	$45,00
Registro de marca SENADI	$208,00
Gestión administrativa	$80,00
Total	**$529,00**

Fuente: *Autoría propia.*

El valor final incluye los principales trámites requeridos para la constitución legal y habilitación operativa de la empresa turística. Se debe considerar permisos relacionados con funcionamiento, regulación turística y protección de propiedad intelectual (*¿Cómo registro una marca? – Servicios*, s/f; *Requisitos Sociedades - intersri - Servicio de Rentas Internas*, s/f; Superintendencia de compañias, s/f).

3.8. Propuesta comercial

La propuesta comercial de "Umbra: Experiencias Patrimoniales" combinará canales digitales y estrategias de promoción cultural para atraer a turistas nacionales y extranjeros interesados en experiencias culturales, sensoriales e inmersivas en el Centro histórico de Quito.

La estrategia promocionará experiencias ligadas al patrimonio, la gastronomía, la historia y el turismo experiencial, para diferenciar la oferta de la operadora en el mercado local. La propuesta responde a una tendencia del turismo actual: los visitantes buscan actividades participativas vinculadas con la cultura y la identidad del destino (Richards, 2018).

3.8.1. Estrategias de penetración de mercado

Las estrategias de penetración de mercado darán a conocer a "Umbra: Experiencias Patrimoniales" en el mercado turístico de Quito, para posicionar la marca y atraer clientes. Para eso, se usarán redes sociales, contenido audiovisual, publicidad digital y alianzas con establecimientos turísticos, cafeterías, hoteles y espacios culturales del Centro histórico de Quito. La operadora también participará en ferias turísticas, eventos culturales y otras actividades de promoción del turismo patrimonial y experiencial.

3.8.2. Canales de comercialización

Redes sociales

Los principales canales de promoción digital serán Instagram, TikTok y Facebook. Instagram será el escaparate visual del proyecto, TikTok captará la atención con cortos videos sobre la dinámica inmersiva de las rutas, y Facebook será la plataforma informativa e institucional para interactuar con los clientes.

WhatsApp para Empresas

Será el instrumento principal de atención directa al público. Este canal gestionará la información, cotización y confirmación de las reservas y aprovechará sus funciones comerciales para automatizar mensajes de bienvenida, realizar el seguimiento posventa y enviar promociones exclusivas.

Alianzas estratégicas

El proyecto conformará una red de cooperación entre hoteles, hostales, cafeterías y centros culturales de la zona. Estos aliados servirán de puntos de recomendación directa para los visitantes que buscan actividades diferentes en la ciudad, de modo que la empresa amplíe su radio de alcance comercial a través de la derivación de clientes.

Material promocional y publicidad visual

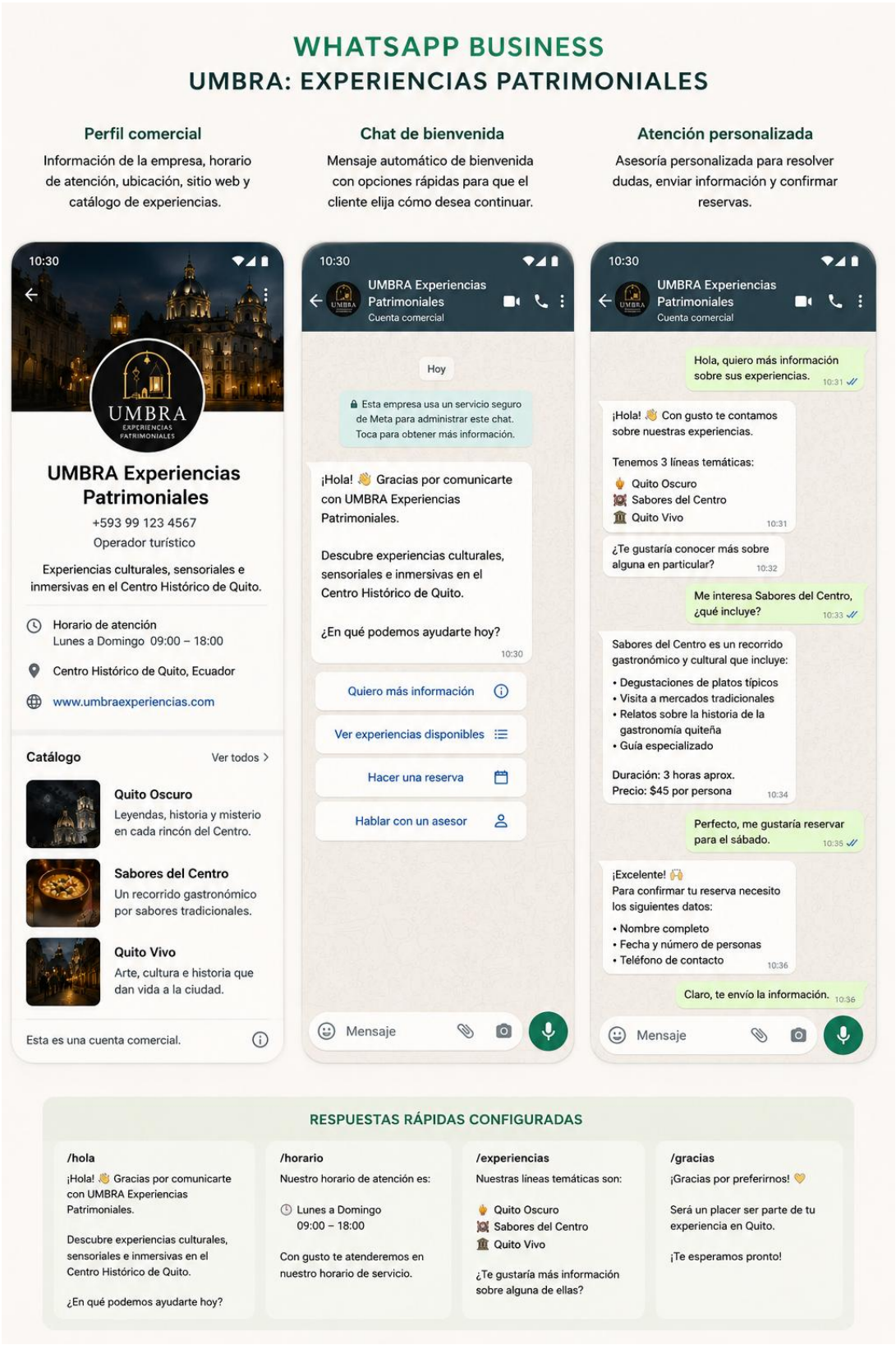
Para cada ruta temática de la empresa se desarrollará material gráfico impreso y audiovisual. Estos materiales serán repartidos tanto en el entorno digital como en los puntos físicos de los aliados comerciales y en zonas de alto tráfico turístico.

Ilustración 30. Sitio web



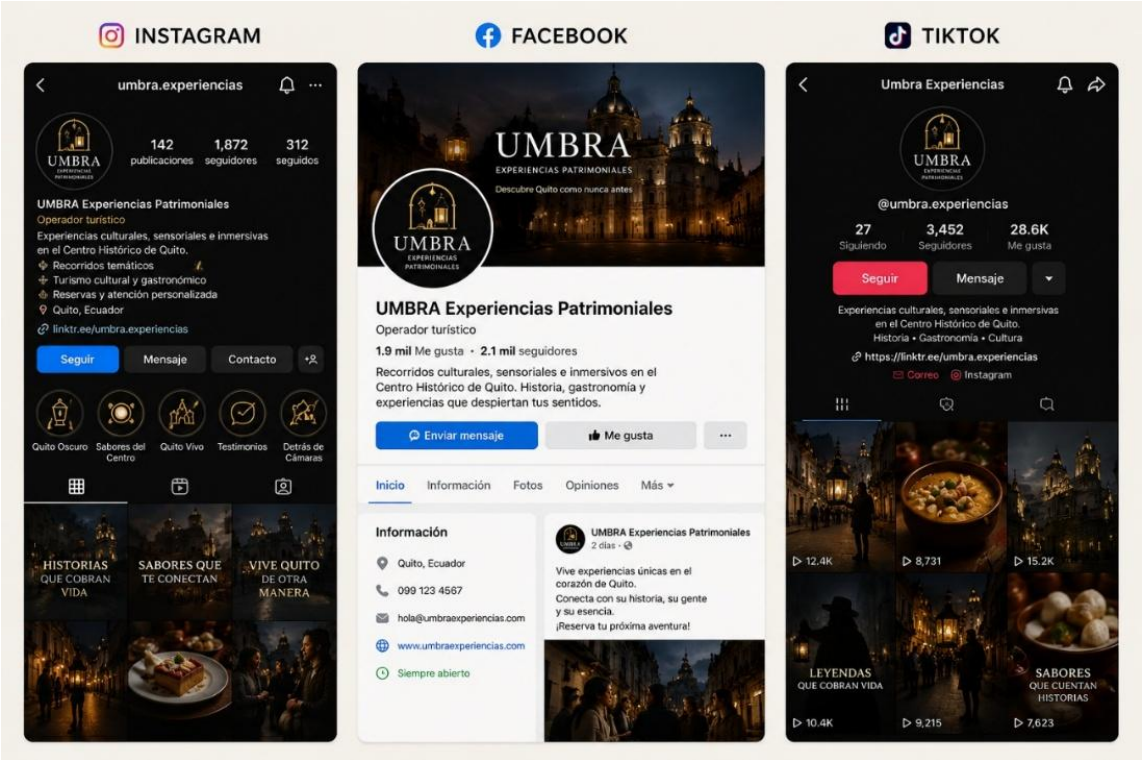
Fuente: *Autoría propia.*

Ilustración 31. WhatsApp Business



Fuente: *Autoría propia.*

Ilustración 32. Redes sociales



Fuente: *Autoría propia.*

CAPÍTULO IV - ESTUDIO AMBIENTAL

"Umbra: Experiencias Patrimoniales es una iniciativa orientada a brindar experiencias turísticas culturales, experienciales y sensoriales en el Centro histórico de Quito. Esto se obtiene gracias a los productos turísticos que se enfocan en la interpretación del patrimonio, la participación del turista y la valorización de los elementos históricos. Integrandose la parte cultural y simbólica del destino (*Código Orgánico del Ambiente - Repositorio digital*, s/f).

La operadora trabaja en la diversificación de la oferta turística del Centro histórico, a través de experiencias que integren recorridos guiados, interpretación cultural, actividades sensoriales, interacción con espacios patrimoniales y el trabajo articulado con los actores locales del turismo, la cultura y los servicios complementarios.

El estudio ambiental permitirá identificar los potenciales efectos que puedan tener las actividades que desarrolle la operadora en su funcionamiento, tomando en cuenta la relación entre emprendimiento turístico, entorno urbano patrimonial, y los componentes sociales, culturales, económicos y ambientales involucrados. La intención es contribuir a una oferta turística sostenible, que sea compatible con la conservación del patrimonio del Centro histórico de Quito (*Reglamento al Código Orgánico del Ambiente - Repositorio digital*, s/f).

4.1. Objetivos

4.1.1. Objetivo general

Evaluar el impacto ambiental generado por las actividades de la operadora turística "Umbra: Experiencias Patrimoniales" en el Centro histórico de Quito, mediante el método de Leopold Modificado, con el fin de identificar, valorar y jerarquizar los impactos positivos y negativos que generan la venta y ejecución de experiencias turísticas culturales, experienciales y sensoriales.

4.1.2. Objetivos específicos

- Identificar los impactos ambientales, tanto positivos como negativos, que se deriven de la comercialización y ejecución de las rutas.
- Valorar y jerarquizar dichos impactos mediante el método de Leopold modificado, analizando la interacción del proyecto con su entorno físico y socioeconómico.
- Diseñar un Plan de Manejo Ambiental que contemple las medidas necesarias para mitigar los efectos adversos y maximizar los beneficios que genere la empresa.

4.2. Descripción de fases y sus respectivos componentes y actividades

4.2.1. Fase inicial

Esta etapa abarca todas las gestiones preoperativas necesarias para poner en marcha el proyecto. Sus actividades principales incluyen la adecuación física del local, la obtención de los permisos legales, la estructuración de la marca, el cierre de alianzas comerciales y el diseño logístico de cada ruta.

4.2.2. Fase de operación

Esta etapa abarca el funcionamiento cotidiano del negocio y la prestación directa de los servicios. Sus procesos principales incluyen la comercialización de los paquetes, la coordinación logística, la atención al cliente y la ejecución de las rutas en campo.

4.2.3. Componentes y actividades

Tabla 36. *Componentes por fases*

FASE	COMPONENTES
Fase Inicial	• Componente de Adecuación del espacio de la Operadora • Componente de Administración, planificación y organización • Componente de Diseño y oferta de paquetes turísticos • Componente de Alianzas estratégicas con prestadores de servicios turísticos • Componente de Promoción, comercialización e identidad corporativa

Fase de Operación	• Componente de Implementación del modelo de gestión turística socio-empresarial y sostenible • Componente de Recepción, logística y administración • Componente de Comercialización y promoción turística • Componente de Guianza turística • Componente de Experiencias turísticas culturales y sensoriales

Fuente: *Autoría propia.*

4.2.4. Actividades, efectos e impactos ambientales por componente

Tabla 37. *Componente de Adecuación del espacio de la Operadora*

ACTIVIDADES	EFECTOS	IMPACTOS AMBIENTALES	FACTORES AMBIENTALES
Adecuación y ambientación del espacio de la operadora	- Organización física del espacio administrativo. - Instalación de mobiliario y elementos decorativos.	- Valor escénico y estético del entorno (+) - Ocupación temporal del espacio (−)	Perceptual Biofísico
Instalación de equipos tecnológicos y material operativo	- Implementación de computadoras, iluminación y dispositivos electrónicos.	- Uso de recursos energéticos (−) - Eficiencia operativa y administrativa (+)	Biofísico Económico
Implementación de imagen corporativa y señalética interna	- Incorporación de material gráfico y visual institucional.	- Valor escénico y estético del entorno (+)	Perceptual

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 38. *Componente de Administración, planificación y organización*

ACTIVIDADES	EFECTOS	IMPACTOS AMBIENTALES	FACTORES AMBIENTALES
Constitución legal y obtención de permisos de funcionamiento	- Regularización administrativa y cumplimiento normativo.	- Permisos de funcionamiento actualizados y en orden (+) - Transparencia en la gestión operativa y administrativa (+)	Legal Social
Organización administrativa y asignación de funciones	- Distribución de responsabilidades y coordinación del personal.	- Incremento de plazas de empleo (+) - Eficiencia operativa y administrativa (+)	Económico Social
Gestión documental y planificación operativa	- Organización de procedimientos y registros internos.	- Eficiencia operativa y administrativa (+)	Económico

Coordinación interna del funcionamiento de la operadora	- Uso de herramientas tecnológicas y administrativas.	- Uso de recursos tecnológicos y administrativos (−) - Eficiencia operativa y administrativa (+)	Biofísico Económico

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 39. *Componente de Diseño y oferta de paquetes turísticos*

ACTIVIDADES	EFECTOS	IMPACTOS AMBIENTALES	FACTORES AMBIENTALES
Diseño de paquetes turísticos culturales, experienciales y sensoriales	- Desarrollo de productos turísticos diferenciados.	- Diversificación de la oferta turística (+) - Revalorización del patrimonio cultural e histórico (+)	Económico Social
Planificación de rutas, itinerarios y guiones interpretativos	- Organización de recorridos y contenidos patrimoniales.	- Fortalecimiento de la interpretación patrimonial (+)	Social
Definición de costos, tarifas y estructura comercial	- Organización económica del producto turístico.	- Ingresos económicos (+) - Eficiencia operativa y administrativa (+)	Económico
Preparación logística de experiencias turísticas	- Coordinación de recursos y materiales operativos.	- Uso de recursos tecnológicos y administrativos (−)	Biofísico

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 40. *Componente de Alianzas estratégicas con prestadores de servicios turísticos*

ACTIVIDADES	EFECTOS	IMPACTOS AMBIENTALES	FACTORES AMBIENTALES
Vinculación con establecimientos y prestadores turísticos	- Integración de servicios complementarios.	- Diversificación de la oferta turística (+) - Ingresos económicos (+)	Económico
Gestión de convenios y acuerdos de colaboración	- Articulación entre actores turísticos locales.	- Incremento de plazas de empleo (+) - Fomento de la cohesión social e intercambio cultural (+)	Social Económico
Coordinación con actores locales y proveedores	- Participación de actores culturales y gastronómicos.	- Revalorización de la identidad cultural y gastronómica (+)	Social

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 41. *Componente de Promoción, comercialización e identidad corporativa*

ACTIVIDADES	EFECTOS	IMPACTOS AMBIENTALES	FACTORES AMBIENTALES
Desarrollo de identidad corporativa y material gráfico	- Creación de imagen institucional.	- Valor escénico y estético del entorno (+)	Perceptual
Implementación de página web, redes sociales y WhatsApp Business	- Uso continuo de plataformas digitales.	- Uso de recursos energéticos (−) - Mayor confianza del cliente y fidelización (+)	Biofísico Social
Diseño de estrategias de promoción y comercialización	- Difusión de experiencias turísticas.	- Diversificación de la oferta turística (+) - Ingresos económicos (+)	Económico

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 42. *Componente de Implementación del modelo de gestión turística socio-empresarial y sostenible*

ACTIVIDADES	EFECTOS	IMPACTOS AMBIENTALES	FACTORES AMBIENTALES
Aplicación de políticas de sostenibilidad turística y responsabilidad social	- Implementación de lineamientos de gestión responsable.	- Transparencia en la gestión operativa y administrativa (+) - Fomento de la cohesión social e intercambio cultural (+)	Social
Gestión eficiente de recursos operativos y administrativos	- Organización del uso de recursos y procedimientos internos.	- Eficiencia operativa y administrativa (+) - Uso de recursos tecnológicos y administrativos (−)	Económico Biofísico
Monitoreo de estándares de calidad y sostenibilidad	- Seguimiento de procesos y mejora continua.	- Mayor confianza del cliente y fidelización (+)	Social

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 43. *Componente de Recepción, logística y administración*

ACTIVIDADES	EFECTOS	IMPACTOS AMBIENTALES	FACTORES AMBIENTALES
Gestión de reservas, pagos y confirmación de servicios	- Atención y organización de procesos comerciales.	- Ingresos económicos (+) - Eficiencia operativa y administrativa (+)	Económico
Atención, registro y orientación de visitantes	- Interacción directa con turistas y visitantes.	- Atención al cliente asertiva (+) - Mayor confianza del cliente y fidelización (+)	Social

Coordinación operativa entre personal, aliados y proveedores	- Gestión de funcionamiento del servicio turístico.	- Eficiencia operativa y administrativa (+)	Económico
Uso de herramientas tecnológicas y administrativas	- Gestión digital y administrativa de operaciones.	- Uso de recursos energéticos (−)	Biofísico

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 44. *Componente de Comercialización y promoción turística*

ACTIVIDADES	EFECTOS	IMPACTOS AMBIENTALES	FACTORES AMBIENTALES
Gestión de canales digitales de comunicación y ventas	- Uso de plataformas digitales y medios virtuales.	- Uso de recursos energéticos (−) - Mayor confianza del cliente y fidelización (+)	Biofísico Social
Atención de consultas, cotizaciones y venta de paquetes turísticos	- Gestión comercial con clientes potenciales.	- Ingresos económicos (+) - Diversificación de la oferta turística (+)	Económico
Difusión y promoción de experiencias turísticas	- Posicionamiento de los productos turísticos.	- Diversificación de la oferta turística (+)	Económico

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 45. *Componente de Guianza Turística*

ACTIVIDADES	EFECTOS	IMPACTOS AMBIENTALES	FACTORES AMBIENTALES
Recepción y acompañamiento de visitantes	- Interacción continua entre guía y turistas.	- Atención al cliente asertiva (+) - Mayor confianza del cliente y fidelización (+)	Social
Interpretación patrimonial y narración cultural	- Transmisión de contenidos históricos y culturales.	- Fortalecimiento de la interpretación patrimonial (+) - Revalorización del patrimonio cultural e histórico (+)	Social
Orientación, asistencia y manejo del grupo turístico	- Organización del desplazamiento y dinámica del recorrido.	- Control del flujo turístico y uso del espacio urbano (+) - Control inadecuado del flujo turístico (−)	Social Biofísico
Aplicación de protocolos de atención y seguridad turística	- Gestión preventiva y asistencia al visitante.	- Mayor confianza del cliente y fidelización (+)	Social

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 46. *Componente de Experiencias turísticas culturales y sensoriales*

ACTIVIDADES	EFECTOS	IMPACTOS AMBIENTALES	FACTORES AMBIENTALES
Ejecución de recorridos culturales, experienciales y sensoriales	- Desplazamiento de visitantes e interacción con espacios patrimoniales.	- Diversificación de la oferta turística (+) - Ocupación temporal del espacio (−) - Alteración mínima de vegetación ornamental urbana (−)	Económico Biofísico Biológico
Desarrollo de actividades inmersivas, gastronómicas y participativas	- Participación activa de visitantes en dinámicas culturales y sensoriales.	- Revalorización de la identidad cultural y gastronómica (+) - Generación de residuos sólidos (−)	Social Biofísico
Interacción con espacios patrimoniales, culturales y actores locales	- Uso compartido de espacios y participación comunitaria.	- Fomento de la cohesión social e intercambio cultural (+) - Perturbación de la dinámica cotidiana del entorno urbano/patrimonial (−)	Social Perceptual
Desarrollo de dinámicas de aprendizaje e interpretación turística	- Participación educativa y cultural del visitante.	- Fortalecimiento de la interpretación patrimonial (+) - Reducción del estrés y fortalecimiento del bienestar emocional (+)	Social
Uso de recursos sonoros, teatrales y experienciales	- Incorporación de elementos inmersivos durante las experiencias.	- Valor escénico y estético del entorno (+) - Generación de ruido ambiental (−) - Perturbación de fauna urbana (−)	Perceptual Biofísico Biológico

Fuente: *Autoría propia.*

4.3. Determinación de la metodología

El estudio emplea el método de Leopold Modificado por su capacidad para identificar, valorar y jerarquizar los impactos ambientales durante las fases de implementación y operación del proyecto (Leopold et al., 1971).

Esta herramienta utiliza una matriz de interacción que cruza las actividades de la empresa con los factores del entorno susceptibles de afectación. Como señalan Leopold et al. (1971), este modelo facilita un análisis sistemático basado directamente en relaciones de causa y efecto(Leopold et al., 1971).

Su aplicación resulta idónea para este proyecto, ya que permite evaluar con precisión cómo la logística y el desarrollo de las rutas interactúan con el tejido físico, social y económico del Centro histórico de Quito.

4.3.1. Factores ambientales

Tabla 47. *Factores Ambientales*

Factor ambiental	Descripción
Biofísico	Elementos físicos del entorno que las actividades de la operadora pueden afectar: consumo de energía, generación de residuos, uso del espacio y condiciones ambientales del entorno urbano.
Biológico	Componentes vivos del entorno, como la vegetación ornamental urbana y la fauna presente en espacios patrimoniales, que pueden alterarse por el tránsito turístico, el ruido o el uso intensivo de determinados espacios.
Social	Relaciones humanas derivadas del funcionamiento de la operadora: atención al visitante, generación de empleo, cohesión social, interacción cultural y dinámica entre turistas, residentes y actores locales.
Económico	Efectos económicos de la actividad turística, como los ingresos, la dinamización económica, la diversificación de la oferta turística y las oportunidades laborales que genera el emprendimiento.
Legal	Cumplimiento de normativa, permisos, regulaciones y requisitos legales aplicables a la operación turística, que dan transparencia y formalidad al funcionamiento del emprendimiento.
Perceptual	Aspectos de percepción visual, estética, sensorial y paisajística del entorno: la imagen del espacio, la ambientación, la experiencia del visitante y la apreciación del patrimonio cultural.

Fuente: *Autoría propia.*

4.3.2. Fórmulas del método Leopol modificado

Índice de Impacto = 2*Ex + Si + Pe + 2*Rv + 2*Rc

Índice de Impacto = Si + Pe + 2*Ex + 2*Rc + 2*Rv

4.3.3. Escalas de valoración

Tabla 48. *Escalas de valoración*

CRITERIO/RANGO	VALORACIÓN	CRITERIO/RANGO	VALORACIÓN
NATURALEZA (N)		**EXTENSIÓN (Ex)**	

Positivo	+	Puntual	1
Negativo	-	Parcial	3
		Total	5
SINERGIA (Si)		**RECUPERABILIDAD (Rc)**	
Simple	1	Poco recuperable	1
Acumulativo	3	Parcialmente recuperable	3
Sinérgica	5	Mitigable	5
PERSISTENCIA (Pe)		**REVERSIBILIDAD (Rv)**	
Fugaz	1	Corto plazo	1
Temporal	3	Mediano plazo	3
Permanente	5	Irreversible	5

Fuente: *Autoría propia.*

Índice de Impacto 1 = (2x1) + 1 + 1 + (2x1) + (2x1) = 8

Índice de Impacto 2 = (2x3) + 3 + 3 + (2x3) + (2x3) = 24

Índice de Impacto 3 = (2x5) + 5 + 5 + (2x5) + (2x5) = 40

Tabla 49. *Escalas de valoración 2*

	Bajo	**8** ——— 16
	Moderado	17 ——— **24**
	Significativo	25 ——— **40**

	Bajo	**- 8** ——— - 16
	Severo	- 17 ——— **- 24**
	Crítico	- 25 ——— **- 40**

Fuente: *Autoría propia.*

4.4. Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales

4.4.1. Identificación de los impactos ambientales

Tabla 50. *Identificación de los Impactos Ambientales Fase Inicial*

Fase Inicial			**Componentes**					
Factores y Sub factores ambientales		**Impactos ambientales**	**Adecuación del espacio de la Operadora**	**Administración, planificación y organización**	**Diseño y oferta de paquetes turísticos**	**Alianzas estratégicas**	**Promoción, comercialización e identidad corporativa**	**Interacción**
Biofísico	Espacio físico	Ocupación temporal del espacio	x					1
	Energía	Uso de recursos energéticos	x				x	2
	Recursos tecnológicos y administrativos	Uso de recursos tecnológicos y administrativos		X	x			2
Perceptual	Paisaje e imagen visual	Valor escénico y estético del entorno	x				x	2
Social	Gestión social y administrativa	Transparencia en la gestión operativa y administrativa		X				1
	Cultura y patrimonio	Revalorización del patrimonio cultural e histórico			x			1

		Fortalecimiento de la interpretación patrimonial			x			1
		Revalorización de la identidad cultural y gastronómica				X		1
	Organización y participación social	Fomento de la cohesión social e intercambio cultural				X		1
	Atención y confianza del cliente	Mayor confianza del cliente y fidelización					x	1
Económico	Actividades productivas	Diversificación de la oferta turística			x	X	x	3
		Ingresos económicos			x	X	x	3
	Gestión operativa y administrativa	Eficiencia operativa y administrativa	x	X	x			3
	Generación de empleo	Incremento de plazas de empleo		X		X		2
Legal	Cumplimiento normativo	Permisos de funcionamiento actualizados y en orden		X				1
TOTAL								**25**

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 51. *Identificación de los Impactos Ambientales Fase de Operación*

Fase de Operación	**Componentes**

Factores y Sub factores ambientales		Impactos Ambientales	Implementación del modelo de gestión turística socio-empresarial y sostenible	Recepción, logística y administración	Comercialización y promoción turística	Guianza turística	Experiencias turísticas culturales y sensoriales	Interacción
BIOFÍSICO	Energía	Uso de recursos energéticos		x	X			2
	Recursos tecnológicos y administrativos	Uso de recursos tecnológicos y administrativos	X					1
	Espacio físico	Ocupación temporal del espacio					x	1
	Residuos	Generación de residuos sólidos					x	1
	Ruido y vibraciones	Generación de ruido ambiental					x	1
BIOLÓGICO	Flora	Alteración mínima de vegetación ornamental urbana					x	1
	Fauna	Perturbación de fauna urbana					x	1
SOCIAL	Organización y participación social	Transparencia en la gestión operativa y administrativa	X					1
		Fomento de la cohesión social e intercambio cultural	X				x	2
	Atención y experiencia del visitante	Mayor confianza del cliente y fidelización	X	x	X	x		4

	Organización y participación social	Atención al cliente asertiva		x		x		2
	Cultura y patrimonio	Fortalecimiento de la interpretación patrimonial				x	x	2
		Revalorización de la identidad cultural y gastronómica					x	1
	Organización y participación social	Control del flujo turístico y uso del espacio urbano				x		1
		Control inadecuado del flujo turístico				x		1
	Bienestar y experiencia turística	Reducción del estrés y fortalecimiento del bienestar emocional					x	1
	Dinámica urbana/patrimonial	Perturbación de la dinámica cotidiana del entorno urbano/patrimonial					x	1
ECONÓMICO	Actividades productivas	Eficiencia operativa y administrativa	X	x				2
		Ingresos económicos		x	X			2
TOTAL								**28**

Fuente: *Autoría propia.*

4.4.2. Aplicación del método Leopold modificado

Tabla 52. *Aplicación del Método Leopold Modificado Fase Inicial*

Fase Inicial				Componentes							
Factores y Sub factores ambientales		Impactos ambientales	Componentes	N	Si	Pe	2*Ex	2*Rc	2*Rv	Importancia	Dictamen
Biofísico	Espacio físico	Ocupación temporal del espacio	Adecuación del espacio de la Operadora	-	1	2	2	5	2	-12	
	Energía	Uso de recursos energéticos	Adecuación del espacio de la Operadora	-	1	3	2	6	2	-14	
			Promoción, comercialización e identidad corporativa	-	1	3	2	6	2	-14	
	Recursos tecnológicos y administrativos	Uso de recursos tecnológicos y administrativos	Administración, planificación y organización	-	1	3	2	6	2	-14	
			Diseño y oferta de paquetes turísticos	-	1	3	2	6	2	-14	
Perceptual	Paisaje e imagen visual	Valor escénico y estético del entorno	Adecuación del espacio de la Operadora	+	1	3	2	6	2	+14	
			Promoción, comercialización e identidad corporativa	+	1	3	2	6	2	+14	
Social	Gestión social y administrativa	Transparencia en la gestión operativa y administrativa	Administración, planificación y organización	+	1	5	2	6	2	+16	

	Cultura y patrimonio	Revalorización del patrimonio cultural e histórico	Diseño y oferta de paquetes turísticos	+	3	5	6	6	6	+26	
		Fortalecimiento de la interpretación patrimonial	Diseño y oferta de paquetes turísticos	+	3	5	6	6	6	+26	
		Revalorización de la identidad cultural y gastronómica	Alianzas estratégicas	+	3	5	6	6	6	+26	
	Organización y participación social	Fomento de la cohesión social e intercambio cultural	Alianzas estratégicas	+	3	5	6	6	6	+26	
	Atención y confianza del cliente	Mayor confianza del cliente y fidelización	Promoción, comercialización e identidad corporativa	+	1	5	6	6	6	+24	
Económico	Actividades productivas	Diversificación de la oferta turística	Diseño y oferta de paquetes turísticos	+	3	5	6	6	6	+26	
			Alianzas estratégicas	+	3	5	6	6	6	+26	
			Promoción, comercialización e identidad corporativa	+	3	5	6	6	6	+26	
		Ingresos económicos	Diseño y oferta de paquetes turísticos	+	3	5	6	6	6	+26	
			Alianzas estratégicas	+	3	5	6	6	6	+26	
			Promoción, comercialización e identidad corporativa	+	3	5	6	6	6	+26	

	Gestión operativa y administrativa	Eficiencia operativa y administrativa	Adecuación del espacio de la Operadora	+	1	5	2	6	6	+20	
			Administración, planificación y organización	+	1	5	2	6	6	+20	
			Diseño y oferta de paquetes turísticos	+	1	5	2	6	6	+20	
	Generación de empleo	Incremento de plazas de empleo	Administración, planificación y organización	+	3	5	6	6	6	+26	
			Alianzas estratégicas	+	3	5	6	6	6	+26	
Legal	Cumplimiento normativo	Permisos de funcionamiento actualizados y en orden	Administración, planificación y organización	+	1	5	2	6	6	+20	

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 53. *Aplicación del Método Leopold Modificado Fase de Operación*

Fase de Operación				**Componentes**							
Factores y Sub factores ambientales		**Impactos ambientales**	**Componentes**	**N**	**Si**	**Pe**	**2*Ex**	**2*Rc**	**2*Rv**	**Importancia**	**Dictamen**
Biofísico	Energía	Uso de recursos energéticos	Recepción, logística y administración	-	1	3	2	6	2	-14	

			Comercialización y promoción turística	-	1	3	2	6	2	-14	
	Recursos tecnológicos y administrativos	Uso de recursos tecnológicos y administrativos	Implementación del modelo de gestión turística socio-empresarial y sostenible	-	1	3	2	6	2	-14	
	Espacio físico	Ocupación temporal del espacio	Experiencias turísticas culturales y sensoriales	-	1	1	2	6	2	-12	
	Residuos	Generación de residuos sólidos	Experiencias turísticas culturales y sensoriales	-	1	3	2	6	2	-14	
	Ruido y vibraciones	Generación de ruido ambiental	Experiencias turísticas culturales y sensoriales	-	1	3	2	6	2	-14	
Biológico	Flora	Alteración mínima de vegetación ornamental urbana	Experiencias turísticas culturales y sensoriales	-	1	1	2	6	2	-12	
	Fauna	Perturbación de fauna urbana	Experiencias turísticas culturales y sensoriales	-	1	3	2	6	2	-14	
Social	Organización y participación social	Fomento de la cohesión social e intercambio cultural	Implementación del modelo de gestión turística socio-empresarial y sostenible	+	3	5	6	6	6	+26	
			Experiencias turísticas culturales y sensoriales	+	3	5	6	6	6	+26	
		Atención al cliente asertiva	Recepción, logística y administración	+	1	5	2	6	6	+20	
			Guianza turística	+	1	5	2	6	6	+20	

		Control del flujo turístico y uso del espacio urbano	Guianza turística	+	1	5	2	6	6	+20	
		Control inadecuado del flujo turístico	Guianza turística	-	1	3	2	6	2	-14	
		Transparencia en la gestión operativa y administrativa	Implementación del modelo de gestión turística socio-empresarial y sostenible	+	1	5	2	6	6	+20	
	Atención y confianza del cliente	Mayor confianza del cliente y fidelización	Implementación del modelo de gestión turística socio-empresarial y sostenible	+	1	5	6	6	6	+24	
			Recepción, logística y administración	+	1	5	6	6	6	+24	
			Comercialización y promoción turística	+	1	5	6	6	6	+24	
			Guianza turística	+	1	5	6	6	6	+24	
	Cultura y patrimonio	Fortalecimiento de la interpretación patrimonial	Guianza turística	+	3	5	6	6	6	+26	
			Experiencias turísticas culturales y sensoriales	+	3	5	6	6	6	+26	
		Revalorización de la identidad cultural y gastronómica	Experiencias turísticas culturales y sensoriales	+	3	5	6	6	6	+26	
	Dinámica urbana/patrimonial	Perturbación de la dinámica cotidiana del entorno urbano/patrimonial	Experiencias turísticas culturales y sensoriales	-	1	3	2	6	2	-14	

	Bienestar y experiencia turística	Reducción del estrés y fortalecimiento del bienestar emocional	Experiencias turísticas culturales y sensoriales	+	1	5	2	6	6	+20	
Económico	Actividades productivas	Eficiencia operativa y administrativa	Implementación del modelo de gestión turística socio-empresarial y sostenible	+	1	5	2	6	6	+20	
			Recepción, logística y administración	+	1	5	2	6	6	+20	
		Ingresos económicos	Recepción, logística y administración	+	3	5	6	6	6	+26	
			Comercialización y promoción turística	+	3	5	6	6	6	+26	

Fuente: *Autoría propia.*

4.4.3. Jerarquización

Tabla 54. *Jerarquización*

Carácter	Valor	Impacto Ambiental
IA (+)	**+26**	Revalorización del patrimonio cultural e histórico
	+26	Fortalecimiento de la interpretación patrimonial
	+26	Diversificación de la oferta turística
IA (−)	**−14**	Uso de recursos energéticos
	−14	Generación de residuos sólidos
	−14	Perturbación de la dinámica cotidiana del entorno urbano/patrimonial

Fuente: *Autoría propia.*

4.5. Análisis de resultados

Los resultados de la matriz muestran una clara predominancia de impactos positivos, impulsados por la naturaleza cultural del proyecto. Las variables mejor valoradas (+26) son: la revalorización histórica, el fortalecimiento de la interpretación patrimonial y la diversificación de la oferta de la ciudad. Estos beneficios son el resultado directo de la ejecución de las rutas y del modelo de guianza vivencial.

El proyecto se caracteriza socialmente por su contribución a la cohesión e intercambio cultural. El análisis confirma que el diseño participativo de las experiencias permite una interacción respetuosa y directa entre los visitantes, los actores locales y el espacio público.

Los impactos negativos por su parte registran valores bajos o moderados, lo que garantiza un nivel de afectación controlable. Los factores que más preocupan (puntuados con -14) son el consumo energético, la generación de residuos sólidos y la alteración temporal de la dinámica cotidiana del sector. Estas externalidades, propias del flujo de visitantes y de la logística operativa, son puntuales y estrictamente mitigables.

En conjunto, el proyecto muestra viabilidad ambiental. Los beneficios socioeconómicos y culturales son mucho mayores que las afectaciones físicas que se podrán neutralizar a través de un plan de manejo que controle los consumos operativos, que gestione adecuadamente los desechos y que regule los comportamientos de los grupos en el espacio patrimonial.

La evaluación de impacto ambiental realizada mediante el método Leopold Modificado permitió identificar y valorar los impactos ambientales asociados a las actividades desarrolladas por la operadora turística "Umbra: Experiencias Patrimoniales". Por esta razón se evidencia la relación existente entre las acciones del emprendimiento y los factores ambientales presentes en el Centro histórico de Quito.

Los resultados obtenidos muestran una predominancia de impactos positivos frente a los negativos. Son aspectos que reflejan la contribución del proyecto al fortalecimiento cultural, turístico y económico del destino.

Los impactos negativos identificados corresponden principalmente al uso de recursos energéticos, la generación de residuos sólidos, la ocupación temporal del espacio y determinadas alteraciones derivadas de la interacción turística en espacios patrimoniales. Pero de igual manera estos impactos presentan niveles de importancia bajos o moderados y características que permiten su manejo mediante estrategias adecuadas de control ambiental.

La aplicación del método permitió establecer una jerarquización clara de los impactos ambientales, facilitando la identificación de aquellos elementos prioritarios para la gestión ambiental del emprendimiento y proporcionando una base técnica para la elaboración de un futuro Plan de Manejo Ambiental orientado a prevenir, mitigar, controlar y potenciar los impactos derivados del funcionamiento de la operadora.

Se concluye que la operadora turística “Umbra: Experiencias Patrimoniales” presenta condiciones favorables para desarrollar sus actividades de manera compatible con el entorno urbano patrimonial del Centro histórico de Quito, siempre que incorpore medidas de sostenibilidad, manejo responsable de recursos y regulación operativa orientadas a fortalecer sus efectos positivos y reducir posibles acciones ambientales.

4.6. Plan de manejo

Tabla 55. *Plan de Manejo Ambiental*

Factor	Impacto Ambiental	Medida de Mitigación / Manejo	Presupuesto	Responsables	Tiempo	Observación
Biofísico	Uso de recursos energéticos	Implementar prácticas de eficiencia energética mediante uso responsable de equipos tecnológicos, apagado de dispositivos fuera de horario operativo y optimización del uso de plataformas digitales.	$150	Gerencia / Administración	Mensual	Aplicable durante ambas fases del proyecto.
Biofísico	Generación de residuos sólidos	Establecer un protocolo de reducción, separación y disposición adecuada de residuos generados durante actividades inmersivas, gastronómicas y recorridos turísticos.	$200	Guías / Coordinación operativa	Permanente	Priorizar materiales reutilizables y reducción de desechables.
Biofísico	Ocupación temporal del espacio	Regular el tamaño de los grupos turísticos y coordinar previamente horarios y espacios de recorrido para minimizar saturación de áreas patrimoniales.	$100	Guías turísticos / Coordinación operativa	Permanente	Aplicable principalmente en experiencias sensoriales.
Biológico	Alteración mínima de vegetación ornamental urbana	Evitar tránsito innecesario sobre jardineras, vegetación ornamental y zonas verdes presentes en espacios patrimoniales y áreas públicas.	$50	Guías turísticos	Permanente	Incorporar indicaciones dentro de la inducción al visitante.

Biológico	Perturbación de fauna urbana	Controlar el volumen de recursos sonoros y actividades teatrales para evitar alteraciones sobre fauna urbana presente en el entorno patrimonial.	$80	Coordinación operativa / Guías	Permanente	Mayor control en horarios nocturnos.
Social	Control inadecuado del flujo turístico	Aplicar protocolos de manejo de grupos, normas de comportamiento y planificación de recorridos para evitar aglomeraciones o interferencias en espacios urbanos.	$120	Guianza turística	Permanente	Revisar capacidad de carga operativa.
Perceptual / Social	Perturbación de la dinámica cotidiana del entorno urbano/patrimonial	Coordinar actividades con actores locales y respetar horarios, circulación peatonal y dinámicas propias del Centro histórico.	$150	Operadora / Guías / Aliados locales	Permanente	Mantener compatibilidad con el entorno patrimonial.
Social	Fortalecimiento de la interpretación patrimonial (+)	Potenciar contenidos interpretativos mediante actualización de guiones, capacitación continua y validación histórica/cultural de la información.	$250	Guías / Coordinación académica	Semestral	Medida de potenciación del impacto positivo.
Social	Revalorización del patrimonio cultural e histórico (+)	Fortalecer la integración de actores locales, patrimonio intangible, gastronomía y narrativas históricas dentro de los productos turísticos.	$300	Operadora / Aliados culturales	Semestral	Potenciación de beneficios culturales.

Económico	Diversificación de la oferta turística (+)	Actualizar periódicamente experiencias turísticas y generar nuevas propuestas culturales, sensoriales y temáticas para ampliar la oferta del destino.	$400	Dirección estratégica	Anual	Medida orientada al fortalecimiento competitivo del emprendimiento.

Fuente: *Autoría propia.*

CAPÍTULO V - ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se muestra el estudio financiero del proyecto para comprobar su viabilidad económica. El estudio contempla la cuantificación de las inversiones iniciales, la estructura de financiamiento y el cálculo del capital de trabajo necesario para la fase operativa. Con estos datos se elaboran los estados financieros proyectados y se aplican los indicadores de rentabilidad como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y punto de equilibrio para valorar el rendimiento del capital y respaldar la ejecución técnica del negocio (Sapag Chain et al., 2014).

5.1. Inversiones y capital de trabajo

La inversión inicial corresponde al conjunto de recursos económicos necesarios para la puesta en marcha de la operadora turística. Comprende las adecuaciones de la infraestructura, la maquinaria y el equipo, los insumos operativos requeridos para la ambientación de los recorridos y el capital de trabajo destinado a cubrir el primer mes de operación. La inversión total asciende a veintitrés mil quinientos cincuenta y siete dólares (USD 23.557,00), distribuida conforme se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 56. *Inversión inicial total del proyecto*

Rubro de inversión	Valor (USD)	Participación
Infraestructura y adecuaciones	$11.800,00	50,09%
Maquinaria y equipo	$6.160,00	26,15%
Insumos operativos	$2.377,00	10,09%
Capital de trabajo (1 mes)	$3.220,00	13,67%

Fuente: *Autoría propia.*

El 76,24 % del presupuesto se destina a activos fijos (infraestructura, maquinaria y equipos). Esta gran concentración de capital responde directamente a las exigencias técnicas del proyecto, que requiere una rigurosa adecuación física y tecnología

audiovisual para sostener la puesta en escena de las rutas. El resto por ciento es para los insumos operativos y el capital de trabajo y asegura el flujo de caja necesario para garantizar el primer mes de operaciones.

5.1.1. Capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad de recursos que necesita una empresa o institución para desarrollar sus operaciones con normalidad; es decir, los activos con los que la organización es capaz de cumplir sus funciones y actividades en el corto plazo. Refleja el equilibrio entre los activos y pasivos corrientes, indispensable antes de obtener ganancia, ya que de ello depende la continuidad de las operaciones (Besley & Brigham, 2017)

Para esta operadora, el capital de trabajo agrupa los gastos recurrentes de un mes de operación: servicios básicos, salarios del personal, marketing y comercialización, y gastos de operación de los recorridos. El detalle se presenta a continuación.

Tabla 57. *Capital de trabajo mensual*

Rubro	**Valor mensual (USD)**
Servicios básicos (energía, agua, internet, limpieza)	$260,00
Salarios (administrador, guía y asistente operativo)	$1.750,00
Marketing y comercialización	$380,00
Gastos de operación (actores, entradas y reservas, insumos)	$830,00

Fuente: *Autoría propia.*

El monto mensual de USD 3.220,00 se incorpora a la inversión inicial como un mes de capital de trabajo. Esto asegura la disponibilidad de recursos para iniciar la operación mientras se consolidan los primeros ingresos por ventas.

5.1.2. Fuentes de financiamiento y costo de capital

5.1.2.1. Monto de inversión propio y monto a financiar

La inversión total de USD 23.557,00 se cubre mediante dos fuentes: el aporte propio del socio y un préstamo con una institución financiera. Se destina como capital propio USD 13.557,00 (57,55% de la inversión) y se financia mediante crédito bancario USD 10.000,00 (42,45%), monto que se amortiza en cinco años bajo el sistema francés de cuota fija.

Tabla 58. *Estructura de financiamiento*

Fuente de financiamiento	Valor (USD)	Participación
Capital propio (aporte del socio)	$13.557,00	57,55%
Préstamo bancario (crédito productivo)	$10.000,00	42,45%
TOTAL	$23.557,00	100,00%

Fuente: *Autoría propia.*

El crédito se pacta a una tasa de interés anual del 11,00% (tasa referencial de crédito productivo) y un plazo de 60 meses, lo que genera una cuota mensual fija de USD 217,42.

Tabla 59. *Amortización del préstamo (resumen anual)*

Año	Cuota anual	Interés	Capital	Saldo final
1	$2.609,09	$1.021,54	$1.587,55	$8.412,45
2	$2.609,09	$837,83	$1.771,26	$6.641,20
3	$2.609,09	$632,87	$1.976,22	$4.664,97
4	$2.609,09	$404,18	$2.204,91	$2.460,06
5	$2.609,09	$149,03	$2.460,06	$0,00
TOTAL	**$13.045,45**	**$3.045,45**	**$10.000,00**	**$0,00**

Fuente: *Autoría propia.*

Al término del quinto año el saldo del préstamo es cero, lo que confirma la cancelación total de la obligación. El interés pagado durante la vida del crédito asciende a USD 3.045,45.

El costo de capital se determina mediante el promedio ponderado del costo de las fuentes de financiamiento (WACC). Considerando un costo de oportunidad del capital propio del 7,19% y una tasa del préstamo del 11,00%, ponderados por su participación, se obtiene un costo de capital del 8,81%, tasa que se emplea como factor de descuento en la evaluación financiera.

5.2. Estados financieros proyectados

A partir de las inversiones, el financiamiento y la proyección de ventas de los cinco paquetes turísticos, se elaboran los estados financieros proyectados que permiten evaluar la situación inicial y los resultados esperados del proyecto.

5.2.1. Balance de situación inicial

El balance de situación inicial refleja la posición financiera de la operadora al inicio de sus operaciones. El total del activo (USD 23.557,00) se financia con pasivo (préstamo bancario) y patrimonio (aporte propio), manteniendo el equilibrio contable.

Tabla 60. *Balance de situación inicial*

ACTIVO	**PASIVO Y PATRIMONIO**
Activo Circulante	Pasivo a Largo Plazo
Caja y bancos (capital de trabajo) $3.220,00	Préstamo bancario $10.000,00
Inventario de insumos operativos $2.377,00	**Total Pasivo $10.000,00**
Total Activo Circulante $5.597,00	
ACTIVO FIJO	**PATRIMONIO**
Infraestructura y adecuaciones $11.800,00	Capital propio (aporte del socio) $13.557,00

Maquinaria y equipo $6.160,00	**Total Patrimonio $13.557,00**
Total Activo Fijo $17.960,00	
TOTAL ACTIVO $23.557,00	**TOTAL PASIVO + PATRIMONIO $23.557,00**

Fuente: *Autoría propia.*

La igualdad entre el total del activo y la suma de pasivo y patrimonio (USD 23.557,00) confirma que el balance se encuentra cuadrado.

5.2.2. Tabla de amortización

El financiamiento de USD 10.000,00 se amortiza mediante el sistema francés, que mantiene una cuota constante de USD 217,42 mensuales durante 60 meses. En cada período, la porción de interés disminuye y la de capital aumenta progresivamente, hasta cancelar la totalidad de la deuda, según el resumen anual presentado en la Tabla 59. El interés total pagado es de USD 3.045,45 sobre un capital de USD 10.000,00.

5.2.3. Costo de capital

El costo de capital promedio ponderado (WACC) integra el costo del capital propio y del financiamiento externo, ponderados por su participación en la inversión total.

Tabla 61. *Costo de capital*

Fuente	Participación	Costo	Ponderado
Capital propio	57,55%	7,19%	4,14%
Financiamiento	42,45%	11,00%	4,67%
COSTO DE CAPITAL (WACC)		**8,81%**	

Fuente: *Autoría propia.*

El costo de capital de 8,81% constituye la rentabilidad mínima exigida al proyecto y se utiliza como tasa de descuento para el cálculo del Valor Actual Neto.

5.2.4. Flujo de caja del primer año y proyección a 5 años

El flujo de caja proyecta los ingresos por la venta de los cinco paquetes turísticos y los egresos por costos variables, costos fijos, impuestos y el pago del préstamo. Durante el primer año se estima una venta de 5.832 pasajeros, con ingresos por USD 125.088,50 y egresos por USD 117.458,80, lo que genera un flujo de caja neto positivo de USD 7.629,70.

Tabla 62. *Ingresos anuales proyectados por paquete (año 1)*

Paquete turístico	PVP	Pax/año	Ingreso anual
Sangre y Poder	$20,93	1.337	$27.972,94
La Última Confesión	$22,80	1.154	$26.316,90
Ecos del Más Allá	$16,45	1.276	$20.986,09
Mercados y Memorias	$32,89	911	$29.971,01
Ruta de la Independencia	$17,19	1.154	$19.841,56
TOTAL		**5.832**	**$125.088,50**

Fuente: *Autoría propia.*

Tabla 63. *Flujo de caja proyectado a cinco años*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	$125.088	$133.845	$143.214	$153.239	$163.966
Egresos	$117.459	$125.681	$134.479	$143.892	$153.965
Flujo de caja neto	**$7.630**	**$8.164**	**$8.735**	**$9.347**	**$10.001**

Fuente: *Autoría propia.*

La proyección considera un incremento anual del 7,00% (2,00% por inflación y 5,00% por posicionamiento comercial). El flujo de caja neto es positivo y creciente en los cinco años, lo que evidencia la capacidad del proyecto para generar excedentes y cubrir sus obligaciones.

Tabla 64. *Flujo de caja proyectado a un año*

FLUJO DE CAJA - AÑO 1 (mensualizado)

INGRESOS / PAQUETE	PVP	Costo/pax	Unid/mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL ANUAL	UNID/ANO
Factor estacional				0.85	0.85	0.90	0.95	1.00	1.15	1.25	1.20	0.90	0.95	1.00	1.15		
Paquete 1: Sangre y Poder	$20.93	$14.00	110	$1,957	$1,957	$2,072	$2,187	$2,302	$2,648	$2,878	$2,763	$2,072	$2,187	$2,302	$2,648	$27,973	1,337
Paquete 2: La Ultima Confesion	$22.80	$15.25	95	$1,841	$1,841	$1,949	$2,058	$2,166	$2,491	$2,708	$2,599	$1,949	$2,058	$2,166	$2,491	$26,317	1,154
Paquete 3: Ecos del Mas Alla	$16.45	$11.00	105	$1,468	$1,468	$1,555	$1,641	$1,727	$1,986	$2,159	$2,073	$1,555	$1,641	$1,727	$1,986	$20,986	1,276
Paquete 4: Mercados y Memorias	$32.89	$22.00	75	$2,097	$2,097	$2,220	$2,343	$2,467	$2,837	$3,083	$2,960	$2,220	$2,343	$2,467	$2,837	$29,971	911
Paquete 5: Ruta de la Independencia	$17.19	$11.50	95	$1,388	$1,388	$1,470	$1,551	$1,633	$1,878	$2,041	$1,960	$1,470	$1,551	$1,633	$1,878	$19,842	1,154
TOTAL INGRESOS				**$8,751**	**$8,751**	**$9,266**	**$9,781**	**$10,295**	**$11,840**	**$12,869**	**$12,354**	**$9,266**	**$9,781**	**$10,295**	**$11,840**	**$125,089**	**5,832**
EGRESOS																	
Costo variable Paquete 1				$1,309	$1,309	$1,386	$1,463	$1,540	$1,771	$1,925	$1,848	$1,386	$1,463	$1,540	$1,771	$18,711	
Costo variable Paquete 2				$1,231	$1,231	$1,304	$1,376	$1,449	$1,666	$1,811	$1,739	$1,304	$1,376	$1,449	$1,666	$17,602	
Costo variable Paquete 3				$982	$982	$1,040	$1,097	$1,155	$1,328	$1,444	$1,386	$1,040	$1,097	$1,155	$1,328	$14,033	
Costo variable Paquete 4				$1,403	$1,403	$1,485	$1,568	$1,650	$1,898	$2,063	$1,980	$1,485	$1,568	$1,650	$1,898	$20,048	
Costo variable Paquete 5				$929	$929	$983	$1,038	$1,093	$1,256	$1,366	$1,311	$983	$1,038	$1,093	$1,256	$13,274	
Sueldos y salarios				$1,750	$1,750	$1,750	$1,750	$1,750	$1,750	$1,750	$1,750	$1,750	$1,750	$1,750	$1,750	$21,000	
Servicios basicos				$260	$260	$260	$260	$260	$260	$260	$260	$260	$260	$260	$260	$3,120	
Marketing y publicidad				$380	$380	$380	$380	$380	$380	$380	$380	$380	$380	$380	$380	$4,560	
Impuestos y patentes (2% ventas)				$175	$175	$185	$196	$206	$237	$257	$247	$185	$196	$206	$237	$2,502	
Pago de prestamo (cuota)				$217	$217	$217	$217	$217	$217	$217	$217	$217	$217	$217	$217	$2,609	
TOTAL EGRESOS				**$8,636**	**$8,636**	**$8,990**	**$9,345**	**$9,700**	**$10,763**	**$11,473**	**$11,118**	**$8,990**	**$9,345**	**$9,700**	**$10,763**	**$117,459**	
FLUJO DE CAJA NETO				**$115**	**$115**	**$275**	**$436**	**$596**	**$1,076**	**$1,397**	**$1,236**	**$275**	**$436**	**$596**	**$1,076**	**$7,630**	
FLUJO ACUMULADO				$115	$231	$506	$942	$1,537	$2,614	$4,010	$5,247	$5,522	$5,958	$6,553	$7,630		

COSTO FIJO TOTAL ANUAL	**$31,289**
COSTO VARIABLE TOTAL ANUAL	**$86,170**

Celdas amarillas (Unid/mes y factores) = supuestos de demanda editables. PVP = 'PVP al cliente' de la tesis.

Fuente: *Autoría propia*

5.2.5. Análisis y evaluación financiera (VAN, TIR)

Con base en los flujos proyectados y el costo de capital del 8,81%, se calculan los indicadores de evaluación financiera que determinan la viabilidad del proyecto.

Tabla 65. *Indicadores de evaluación financiera*

Indicador	Resultado	Criterio
Valor Actual Neto (VAN) a 5 años	$10.358,04	VAN > 0
Tasa Interna de Retorno (TIR) a 5 años	23,71%	TIR > WACC
Relación Beneficio-Costo (B/C)	1,44	B/C > 1
VAN a 10 años	$41.548,37	VAN > 0
TIR a 10 años	36,56%	TIR > WACC

Fuente: *Autoría propia.*

El Valor Presente Neto es positivo (USD 10.358,04 a 5 años), lo que indica que el proyecto genera valor por encima de la inversión una vez que se descuentan los flujos a la tasa del costo de capital. La Tasa Interna de Retorno del 23,71% es muy superior al costo de capital del 8,81%, de modo que el rendimiento del proyecto es superior al mínimo requerido (*11.4 Use Discounted Cash Flow Models to Make Capital Investment Decisions - Principles of Accounting, Volume 2: Managerial Accounting | OpenStax*, s/f).

El beneficio-costo de 1,44 significa que por cada dólar invertido se recupera ese valor más USD 0,44 de ganancia. En un horizonte de diez años, el VAN alcanza los USD 41.548,37 y la TIR el 36,56%, lo que confirma la solidez del proyecto a mediano y largo plazo. Los tres indicadores, vistos en conjunto, confirman la viabilidad financiera del emprendimiento.

5.2.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio determina el nivel de ventas en el cual los ingresos igualan a los costos totales, es decir, donde el proyecto no genera pérdida ni utilidad. Dada la oferta de cinco paquetes con precios y costos distintos, se aplica el modelo de punto de equilibrio multiproducto, que pondera el margen de contribución de cada paquete según su participación en las ventas.

Tabla 66. *Punto de equilibrio multiproducto*

Concepto	Valor
Precio de venta promedio ponderado	$21,45
Margen de contribución ponderado	$7,10
Costo fijo anual	$31.289,09
Punto de equilibrio (pasajeros/año)	**4.405**
Punto de equilibrio (ingresos/año)	**$94.491,84**
Ventas proyectadas (pasajeros/año)	5.832

Fuente: *Autoría propia.*

El proyecto alcanza su punto de equilibrio al vender 4.405 pasajeros al año, equivalentes a USD 94.491,84 en ingresos. Dado que las ventas proyectadas ascienden a 5.832 pasajeros, el proyecto opera por encima de su punto de equilibrio con un margen de seguridad del 32,39%, lo que significa que las ventas pueden disminuir hasta en ese porcentaje antes de que la operadora comience a registrar pérdidas. Este resultado ratifica la viabilidad operativa del emprendimiento.

5.3. Conclusión del estudio financiero

El estudio financiero demuestra que la operadora de turismo cultural en el Centro histórico de Quito es viable. Con una inversión total de USD 23.557,00, financiada en un 57,55% con capital propio y un 42,45% con crédito bancario, el proyecto obtiene un Valor Actual Neto positivo de USD 10.358,04 a cinco años, una

Tasa Interna de Retorno del 23,71% superior al costo de capital del 8,81% y una relación beneficio-costo de 1,44. Asimismo, opera por encima de su punto de equilibrio con un margen de seguridad del 32,39%. Estos resultados evidencian que el emprendimiento es rentable, sostenible y capaz de cubrir sus obligaciones financieras, por lo que se recomienda su ejecución.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- El diagnóstico de la oferta turística del Centro histórico de Quito permitió establecer que, aunque se concentra una importante riqueza patrimonial, histórica y cultural, predominan los recorridos convencionales con un enfoque principalmente informativo. Existen propuestas innovadoras como recorridos teatralizados y experiencias sensoriales que, sin embargo, se desarrollan de manera independiente y con escasa articulación comercial, lo que evidencia la necesidad de una operadora especializada que integre estos recursos dentro de una oferta estructurada y permanente.
- El estudio de mercado permitió identificar que el segmento objetivo de la operadora está conformado mayoritariamente por adultos jóvenes entre los 18 y 35 años, con formación universitaria, ingresos mensuales entre USD 501 y USD 1.000, y que residen en su mayoría en el norte del Distrito Metropolitano de Quito. También se encontró que los potenciales clientes son viajeros que acostumbran a realizar visitas de un solo día al Centro histórico y que utilizan principalmente las redes sociales para consultar información turística.
- En sus preferencias se inclinaron más por los recorridos teatralizados o dramatizados, las experiencias gastronómicas, las leyendas, las actividades sensoriales y las vivencias que les permitan interactuar directamente con el patrimonio, y además manifestaron una disposición de pago entre USD 11 y USD 20, información que sirvió de base para el diseño de los productos turísticos y las estrategias de comercialización de Umbra: Experiencias Patrimoniales.

- Así nació la operadora turística Umbra como respuesta a las necesidades detectadas: Experiencias Patrimoniales, que incluye cinco paquetes turísticos agrupados en las líneas temáticas Quito Oscuro, Quito Vivo y Sabores del Centro, con la incorporación de actividades de storytelling, teatralización, degustaciones, experiencias multisensoriales e interpretación del patrimonio. La propuesta incluye, además, una estructura administrativa, identidad corporativa, infraestructura adecuada al contexto patrimonial y procesos operativos que aseguren la prestación de un servicio innovador y diferenciado dentro del Centro histórico de Quito.
- La aplicación del método de Leopold Modificado permitió constatar que la empresa operadora turística presenta una mayor incidencia de impactos positivos que negativos, sobresaliendo la revalorización del patrimonio cultural, el fortalecimiento de la interpretación patrimonial, la diversificación de la oferta turística y la generación de empleo, factores que alcanzaron las valoraciones positivas más representativas (+26). Por el contrario, los impactos negativos se concentraron en aspectos como el consumo de energía, la generación de residuos sólidos y las molestias temporales ocasionadas durante el desarrollo de las actividades con una valoración de -14 considerada de baja magnitud y susceptible de ser controlada mediante las medidas contempladas en el Plan de Manejo Ambiental.
- La evaluación financiera confirmó que el proyecto es viable económicamente, con una inversión inicial de USD 23.557, la cual se financiaría mediante un aporte propio de USD 13.557 y un crédito por USD 10.000. En el primer año se estima atender a 5.832 pasajeros, lo cual generará ingresos por USD 125.088,50 y un flujo de caja neto positivo de USD 7.629,70. Los indicadores financieros, por otra parte,

muestran un Valor Actual Neto (VAN) positivo, una Tasa Interna de Retorno (TIR) superior al costo de capital del 8,81 % y una relación beneficio-costo favorable, lo que evidencia la rentabilidad del proyecto. De acuerdo con el flujo de caja proyectado, la recuperación de la inversión inicial se logra aproximadamente durante el tercer año de operación, mientras que la operadora comienza a generar utilidades a partir del primer año, lo que confirma la factibilidad y sostenibilidad financiera de la propuesta.

6.2. Recomendaciones

- Implementar la operadora turística Umbra: Experiencias Patrimoniales en el Centro histórico de Quito, estableciendo alianzas estratégicas con museos, iglesias, gestores culturales, artesanos y establecimientos gastronómicos, con el propósito de consolidar una oferta turística integrada que complemente los recorridos tradicionales y fortalezca la puesta en valor del patrimonio cultural.
- Mantener un proceso permanente de investigación de mercado mediante la aplicación periódica de encuestas y el análisis de las tendencias del turismo cultural, con el fin de actualizar la oferta de la operadora de acuerdo con las preferencias identificadas en el segmento objetivo, especialmente en lo relacionado con experiencias teatrales, gastronómicas, sensoriales e inmersivas, además de fortalecer las estrategias de promoción digital a través de las redes sociales, principal medio de información utilizado por los potenciales clientes.
- Ejecutar la propuesta técnica diseñada para Umbra: Experiencias Patrimoniales, asegurando el cumplimiento de los procesos operativos, la capacitación continua del personal en interpretación del patrimonio y atención al cliente, así como la actualización periódica de los nueve paquetes turísticos, con el propósito de

mantener una oferta innovadora, competitiva y acorde con las nuevas tendencias del turismo experiencial.

- Aplicar de manera permanente el Plan de Manejo Ambiental propuesto, priorizando acciones orientadas a la adecuada gestión de residuos sólidos, el uso eficiente de los recursos energéticos y la sensibilización ambiental de visitantes y colaboradores, con el fin de minimizar los impactos negativos identificados y fortalecer los beneficios sociales, culturales y económicos derivados de la operación turística.
- Realizar un seguimiento periódico de los resultados financieros de la operadora, especialmente de los ingresos, egresos, flujo de caja y nivel de ventas, con el fin de comprobar que se mantenga la rentabilidad proyectada y que la empresa pueda cumplir oportunamente con sus obligaciones financieras. Además, se recomienda controlar el punto de equilibrio y destinar parte de las utilidades generadas al fortalecimiento de la operación y a futuras mejoras de los productos turísticos.

BIBLIOGRAFÍA

11.4 Use Discounted Cash Flow Models to Make Capital Investment Decisions - Principles of Accounting, Volume 2: Managerial Accounting | OpenStax. (s/f). Recuperado el 25 de agosto de 2026, de https://openstax.org/books/principles-managerial-accounting/pages/11-4-use-discounted-cash-flow-models-to-make-capital-investment-decisions

Benseny, D. G. (s/f). *ESPACIOS TURÍSTICOS AMERICANOS TURISMO EXPERIENCIAL*.

Besley, Scott., & Brigham, E. F. . (2017). *Cfin5*. https://books.google.com/books/about/CFIN.html?hl=es&id=WABVCwAAQBAJ

Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos : el capital humano de las organizaciones*. 1–400. http://bibliotecadigital.fce.unam.edu.ar/handle/bhp/565

City of Quito - UNESCO World Heritage Centre. (s/f). Recuperado el 24 de agosto de 2026, de https://whc.unesco.org/en/list/2/

Cochran, W. G. (1977). *Cochran_1977_Sampling_Techniques__Third_Edition.pdf*. 448. https://www.wiley.com/en-us/sampling-techniques-3rd-edition-p-9780471162407

Código Orgánico del Ambiente - Repositorio digital. (s/f). Recuperado el 25 de agosto de 2026, de https://sustanciasyresiduos.ambiente.gob.ec/producto/codigo-organico-del-ambiente/

¿Cómo registro una marca? – Servicios. (s/f). Recuperado el 25 de agosto de 2026, de https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). Diseño de investigación. Enfoques cualitativos, cuantitativos y mixtos. *book*, 304.

https://books.google.com/books/about/Research_Design.html?hl=es&id=335ZDwAAQBAJ

'Cultura dorada' hace una visita virtual al Museo Alberto Mena Caamaño - Quito Informa. (s/f). Recuperado el 24 de agosto de 2026, de https://quitoinforma.quito.gob.ec/2020/11/06/cultura-dorada-hace-una-visita-virtual-al-museo-alberto-mena-caamano/

Estadísticas - Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. (s/f). Recuperado el 24 de agosto de 2026, de https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/

ESTUDIO DE COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA INTERNACIONAL QUE VISITA LA CIUDAD DE QUITO SEGMENTO: TURISTAS NACIONALES SEPTIEMBRE 2017 CONTENIDO. (s/f).

Fashion and Cultural Tourism – Connecting Creators, Businesses and Destinations. (2025). *Fashion and Cultural Tourism – Connecting Creators, Businesses and Destinations*. https://doi.org/10.18111/9789284426287

Framework Convention on Tourism Ethics. (2020). *Framework Convention on Tourism Ethics*. https://doi.org/10.18111/9789284421671

Gestión y Desarrollo Turístico - Portal de servicios. (s/f). Recuperado el 24 de agosto de 2026, de https://servicios.turismo.gob.ec/gestion-y-desarrollo-turistico/

GLOBAL SUSTAINABLE TOURISM COUNCIL Global Sustainable Tourism Criteria for Hotels and Tour Operators. (2012).

Klein, C., & Guerra, J. C. (s/f). *Leyendas Ecuatorianas*.

Leopold, L. B., Clarke, F. E., Hanshaw, B. B., & Balsley, J. R. (1971). A procedure for evaluating environmental impact. *Circular*, *Circular*. https://doi.org/10.3133/CIR645

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (T351278). (s/f). Recuperado el 25 de agosto de 2026, de https://www.asambleanacional.gob.ec/es/multimedios-legislativos/60908-ley-organica-de-emprendimiento-e

Ley Orgánica de Protección de Datos Personales (379637). (s/f). Recuperado el 25 de agosto de 2026, de https://www.asambleanacional.gob.ec/es/multimedios-legislativos/63464-ley-organica-de-proteccion-de-datos

Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta · Colección Digital · Biblioteca Digital. (s/f). Recuperado el 24 de agosto de 2026, de https://bibliotecadigital.uce.edu.ec/s/L-D/item/793

Monumento a la Independencia: ¡colocamos hasta la última pieza! – Patrimonio. (s/f). Recuperado el 24 de agosto de 2026, de https://patrimonio.quito.gob.ec/?p=4347

Muestra permanente 'De Quito al Ecuador' en el Museo Alberto Mena Caamaño – Cultura. (s/f). Recuperado el 25 de agosto de 2026, de https://cultura.quito.gob.ec/?p=2877

Museo de la Moneda | BCE - A 107 años de la Hoguera Bárbara. (s/f). Recuperado el 25 de agosto de 2026, de https://museodelamoneda.bce.fin.ec/index.php/museo/item/111-a-107-a%C3%B1os-de-la-hoguera-b%C3%A1rbara.html

Págs. (s/f). *SUMARIO*.

Pérez-García, A., Franco, I. C., & González, M. E. L. (2023). Aproximación conceptual al turismo experiencial: presencia, uso y alcance de un nuevo modelo de turismo.

Journal of Tourism Analysis Revista de Análisis Turístico (JTA), *30*(2), 86–119. https://doi.org/10.53596/F1C23S34

Población y Demografía |. (s/f). Recuperado el 24 de agosto de 2026, de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/

Principales puntos turísticos - Quito Informa. (s/f). Recuperado el 25 de agosto de 2026, de https://quitoinforma.quito.gob.ec/2018/10/31/10-actividades-para-el-feriado-en-quito/

Quito Tuismo. (s/f). *SISTEMATIZACIÓN PRODUCTO GASTRONÓMICO FESTIVAL GASTRONÓMICO SAL QUITEÑA 2017 1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO 1.1 DEFINICIÓN TURISMO GASTRONÓMICO*.

Registro de Actividades Turísticas - Portal de servicios. (s/f). Recuperado el 25 de agosto de 2026, de https://servicios.turismo.gob.ec/registro-de-actividades-turisticas/

Reglamento al Código Orgánico del Ambiente - Repositorio digital. (s/f). Recuperado el 25 de agosto de 2026, de https://sustanciasyresiduos.ambiente.gob.ec/producto/reglamento-al-codigo-organico-del-ambiente/

Requisitos Sociedades - intersri - Servicio de Rentas Internas. (s/f). Recuperado el 25 de agosto de 2026, de https://www.sri.gob.ec/requisitos-sociedades

Resultados - Censo Ecuador. (s/f). Recuperado el 24 de agosto de 2026, de https://www.censoecuador.gob.ec/resultados-censo/

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *36*, 12–21. https://doi.org/10.1016/J.JHTM.2018.03.005

Rivera Mateos, M. (s/f). *EL TURISMO EXPERIENCIAL COMO FORMA DE TURISMO RESPONSABLE E INTERCULTURAL*.

Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag P., J. M. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. Mc Graw Hill educación. https://hdl.handle.net/20.500.14624/1159

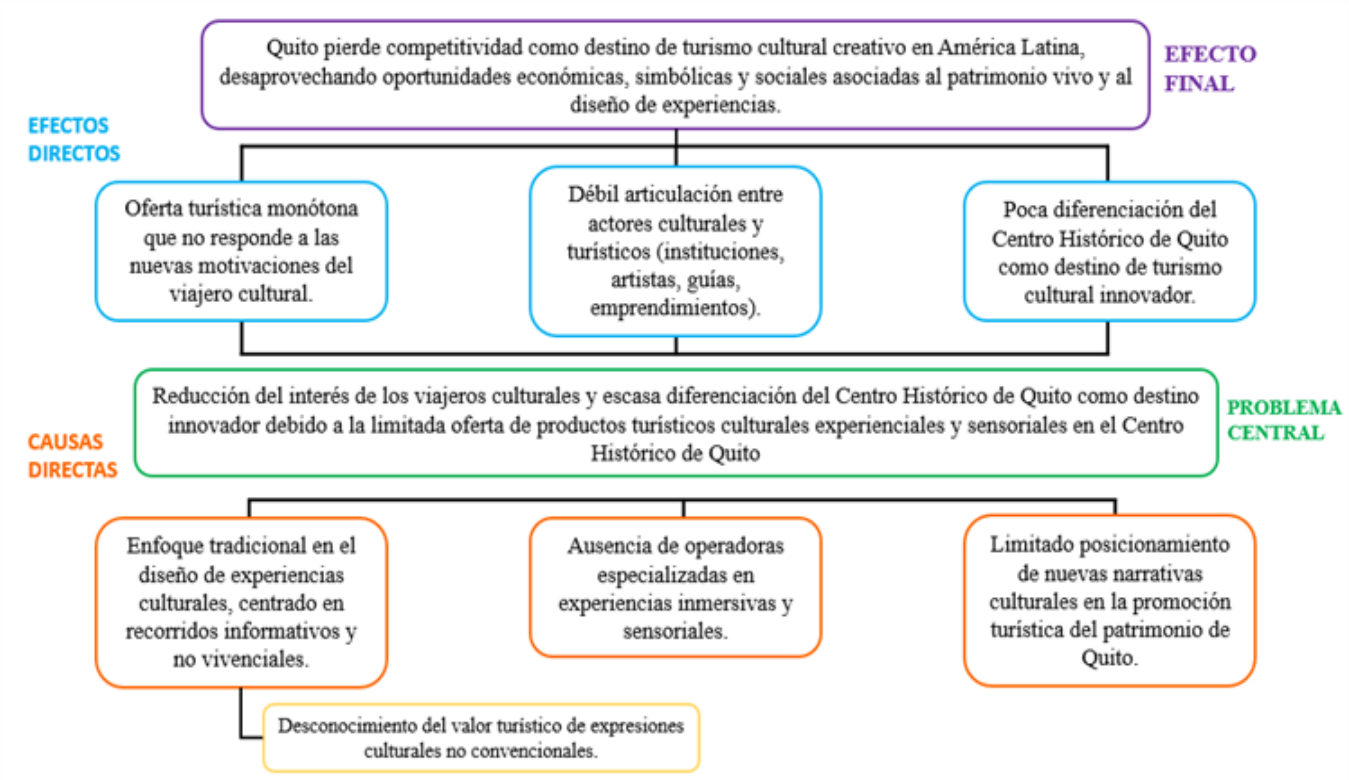
Superintendencia de compañias. (s/f). *CONSTITUCIÓN ELECTRÓNICA SAS Versión 12 2 Prohibida su reproducción parcial o total Dirección Nacional de Planificación, Procesos y Calidad CONTROL DE CAMBIOS*.

Sustainable development. (s/f). Recuperado el 24 de agosto de 2026, de https://www.untourism.int/sustainable-development

Tourism and Intangible Cultural Heritage. (2012). *Tourism and Intangible Cultural Heritage*. https://doi.org/10.18111/9789284414796

ANEXOS

8.1. Árbol de problemas



8.2. Modelo de encuesta

DATOS DEMOGRÁFICOS

1. Género

- Femenino
- Masculino
- Otro

2. Edad

- 18-25 años
- 26-35 años
- 36-50 años
- 51-65 años
- Mayores de 65 años

3. Estado civil

- Soltero/a
- Unión Libre o Casado/a
- Divorciado/a
- Viudo/a

4. Nivel de instrucción

- Educación Básica
- Bachillerato
- Técnico/Tecnológico
- Universidad
- Posgrado

5. Ocupación/Profesión

- Estudiante
- Empleado Público
- Empleado Privado
- Emprendedor/Comerciante/Negocio propio
- Jubilado
- Otro

6. Ingresos económicos

- Menor a $250
- $251 - $500
- $501 - $1000
- $1001 - $2000
- Mayor a $2001
- Prefiero no decirlo

7. Lugar de residencia

- Quito norte
- Quito Sur
- Centro de Quito
- Los Valles/Cumbayá/Sangolquí
- Otra provincia
- Otra ciudad

PREFERENCIAS DE TURISMO CULTURAL

8. ¿Con qué frecuencia realiza actividades turísticas culturales en Ecuador?

- Una vez al mes
- Cada 2-3 meses
- Una vez al año
- Más de una vez al año
- Nunca

9. ¿Con quién estuvo acompañado la última vez que realizó un viaje por turismo cultural en Ecuador?

- Familia
- Amigos
- Pareja
- Sin compañía
- Otros

10. ¿Cuántas veces ha visitado el Centro Histórico de Quito en los últimos 12 meses?

- Ninguna
- 1 vez
- 2 o 3 veces
- Más de 3 veces
- Otros

11. ¿Cómo organizó esa última visita al Centro Histórico de Quito?

- De manera espontánea, sin planificación
- Planificada por cuenta propia
- A través de una operadora turística
- Recomendada por un amigo o familiar

12. ¿En qué época suele realizar visitas turísticas dentro del Centro Histórico de Quito?

- Fines de semana
- Feriados
- Vacaciones
- Cualquier momento del año

13. ¿Qué tipo de actividades prefiere o preferiría realizar al visitar un lugar turístico? (Puede marcar hasta 3)

- Visitar museos o iglesias
- Probar comida típica
- Participar en talleres culturales o artísticos
- Asistir a presentaciones o eventos culturales

- Tomar fotografías y pasear por el lugar
- Realizar compras de artesanías o recuerdos

14. ¿Qué elementos considera más atractivos en una experiencia turística cultural? (Puede marcar hasta 3)

- Narración de leyendas o historias locales
- Degustación de comida y bebida tradicional
- Música en vivo o ambientación sonora
- Contacto con artesanías o técnicas manuales
- Actividades participativas (talleres, recorridos dramatizados)
- Uso de aromas, luces y efectos visuales

15. ¿Qué tan interesado/a estaría en vivir experiencias culturales que involucren los sentidos (aromas, sabores, sonidos, texturas, imágenes y representaciones)?

- Nada interesado/a
- Poco interesado/a
- Medianamente interesado/a
- Muy interesado/a

16. ¿Cuál de los siguientes productos le parecería más atractivo si lo ofreciera una operadora en el Centro Histórico? (Puede elegir más de uno)

- Ruta gastronómica sensorial (sabores e historia)
- Recorrido nocturno con ambientación sonora y luminosa
- Taller de técnicas artesanales tradicionales
- Caminata con leyendas dramatizadas
- Experiencias guiadas en iglesias, plazas y mercados

17. ¿Cree que en el Centro Histórico de Quito existe suficiente oferta de experiencias culturales innovadoras?

- Sí
- No
- No estoy seguro/a

OPERADORAS

18. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de una operadora turística para organizar sus viajes o actividades?

- Siempre
- A veces
- Rara vez
- Nunca

19. ¿Qué le motivaría más a contratar una experiencia con una operadora turística cultural? (Elija hasta tres)

- Innovación y originalidad de la experiencia
- Contacto con la cultura local auténtica
- Buena relación calidad/precio
- Facilidad de reserva y logística
- Recomendaciones o prestigio
- Guías capacitados y creativos

20. Si existiera una operadora turística especializada en experiencias culturales sensoriales en Quito (que combine narración, participación activa y estimulación de los sentidos), ¿estaría dispuesto/a a contratar sus servicios?

- Sí
- No
- Tal vez

21. ¿Cómo prefiere enterarse o reservar experiencias turísticas? (Puede marcar hasta 2)

- Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok)
- Recomendación boca a boca
- Agencias de viajes o operadores turísticos
- Páginas web y blogs especializados
- Oficinas de información turística

22. ¿Cuál sería el rango de precio que consideraría razonable para una experiencia turística cultural sensorial de 4 a 7 horas?

- Menos de $5
- Entre $5 y $10
- Entre $11 y $20
- Más de $20

8.3. Fichas MINTUR

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	0	0	#N/A	#N/A	#N/A	#N/A	0	0	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		

1. DATOS GENERALES			
1.1 Nombre del Atractivo Turístico			
1.2 Categoría	1.3 Tipo	1.4 Subtipo	
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO			
2.1 Provincia	2.2 Cantón	2.3 Parroquia	
2.4 Barrio, Sector o Comuna	2.5 Calle Principal	2.6 Número	2.7 Transversal
2.8 Latitud (grados decimales)	2.9 Longitud (grados decimales) Click	2.10 Altura (msnm)	

2.11 Información del administrador			
a. Tipo de Administrador: texto		b. Nombre de la Institución: texto	
c. Nombre del Administrador: texto		d. Cargo que ocupa: texto	
e. Teléfono / Celular: (+593)		f. Correo Electrónico: texto	
Observaciones: texto			

3. CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO		
3.1 Características climatológicas		
a. Clima:	b. Temperatura(°C):	c. Precipitación Pluviométrica (mm):

3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)		
a. Cultura	b. Naturaleza	c. Aventura

3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico				
a. Prístino	b. Primitivo	c. Rústico Natural	d. Rural	e. Urbano

3.4 Ingreso al atractivo (U)							
a. Tipo de Ingreso	b. Horario de Atención		c. Atención				
	Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar

VICEMINISTERIO DE TURISMO (Metodología 2017)

Libre	0:00	0:00				texto
Restringido	0:00	0:00				texto
Pagado	0:00	0:00				texto

d. Maneja un sistema de reservas:		f. Forma de Pago:	Efectivo	Dinero Electrónico	Depósito Bancario	Tarjeta de Débito
e. Precio:	Desde 0,00 Hasta 0,00		Tarjeta de Crédito	Transferencia Bancaria	Cheque	
g. Meses recomendables de visita:		texto				

Observaciones: texto

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO	**SI**	**NO**	**S/I**

a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):	texto						
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:	0 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:	0:00 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):	Lat.: 0	Long.: 0	

Observaciones: texto

4.2 Vías de Acceso (M)

	Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
a. Terrestre (M)	a. Primer orden	0	0	0	texto	
	b. Segundo orden	0	0	0	texto	
	c. Tercer orden	0	0	0	texto	

Observaciones: texto

b. Acuático (U)	Marítimo	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado	
	Lacustre	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto		
	Fluvial	Puerto / Muelle de partida	texto			Puerto / Muelle de Llegada	texto		

Observaciones: texto

c. Aéreo (U)	Nacional:	Internacional:

Observaciones: texto

4.3 Servicio de transporte (M)

a. Bus	b. Buseta	c. Transporte 4x4	d. Taxi	e. Moto taxi	f. Teleférico
g. Lancha	h. Bote	i. Barco	j. Canoa	k. Avión	l. Avioneta
m. Helicóptero	n. Otro	Especifique			

Observaciones: texto

4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)

		c. Frecuencia	

a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	Diaria	Semanal	Mensual	Eventual	d. Detalle (Traslado origen / destino)
texto	texto					texto
texto	texto					texto
texto	texto					texto
texto	texto					texto
texto	texto					texto

4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)

General	Discapacidad Física	Discapacidad Visual	Dicapacidad Auditiva	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	d. No es accesible

Observaciones: texto

4.5 Señalización

a. Señalización de aproximación al atractivo	Estado (U)	Bueno	Regular	Malo

Observaciones: texto

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS — **SI** **NO** **S/I**

5.1 Planta turística (M)

a. En el Atractivo				b. En la ciudad o poblado cercano			
Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	**Alojamiento**	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas
Hotel	0	0	0	Hotel	0	0	0
Hostal	0	0	0	Hostal	0	0	0
Hostería	0	0	0	Hostería	0	0	0
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0
Refugio	0	0	0	Refugio	0	0	0
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	0	0	0
Observaciones: texto				Observaciones: texto			
Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	**Alimentos y bebidas**	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	0	0	0
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	0	0	0
Bares	0	0	0	Bares	0	0	0

Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0
Observaciones: texto				Observaciones: texto			

Agencias de Viaje	Establecimientos registrados	**Agencias de Viaje**	Establecimientos registrados
Mayoristas	0	Mayoristas	0
Internacionales	0	Internacionales	0
Operadoras	0	Operadoras	0
Observaciones: texto		Observaciones: texto	

Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	**Guía**	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
	0	0	0	Aventura	0		0	0	0	Aventura	0
Observaciones: texto						Observaciones: texto					

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo

Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U) B	R	M
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	0	0	texto				
	I-Tur	0	0	texto				
	Centro de interpretación	0	0	texto				
	Centro de facilitación turística	0	0	texto				
	Centro de recepción de visitantes	0	0	texto				
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardianía	0	0	texto				
	Miradores	0	0	texto				
	Torres de avistamiento de aves	0	0	texto				
	Torres de vigilancia para salvavidas	0	0	texto				
c. De recorrido y descanso	Senderos	0	0	texto				
	Estaciones de sombra y descanso	0	0	texto				
	Áreas de acampar	0	0	texto				
	Refugio de alta montaña	0	0	texto				
d. De servicio	Baterías sanitarias	0	0	texto				
	Estacionamientos	0	0	texto				
e. Otros		0	0	texto				
Observaciones: texto								

5.3 Complementarios a la actividad turística (M)

En áreas naturales	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	
Letreros informativos	De información botánica	0	0	0	texto	
	Normativos de concienciación	0	0	0	texto	
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	
Otros	texto					

Observaciones: texto

7.3 Salud (más cercano) (M)

a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano		
Hospital o Clínica	Cantidad	0	Hospital o Clínica	Cantidad	0
Puesto / Centro de salud		0	Puesto / Centro de salud		0
Dispensario médico		0	Dispensario médico		0
Botiquín de primeros auxilios		0	Botiquín de primeros auxilios		0
Otros		0	Otros		0

Observaciones: texto

7.4 Seguridad (M)

a. Privada	Detalle	texto
b. Policía nacional		texto
c. Policía metropolitana / Municipal		texto
d. Otra		texto

Observaciones: texto

7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)

a. En el atractivo	b. En la ciudad o poblado mas cercano

8.4. Reporte de tutorías

EVALUACIÓN DE LA FASE DE DESARROLLO DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (FASE II).

Tema: "Operadora de turismo especializada en productos culturales en el Centro Histórico de Quito, Ecuador"

Director TIC II: Flores Ruiz Jorge Armando

Facultad: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Carrera: Turismo

Autor/a: Méndez Gordillo Génesis Luzdary

** Simbología de evaluación: MA = Muy Aceptable; A = Aceptable; PA = Poco Aceptable*

ACTIVIDADES SEGÚN CRONOGRAMA	CUMPLIÓ CRONOGRAMA			RESULTADOS			Horas de asesoría	OBSERVACIONES (FECHA DE LA REVISIÓN)
	MA	A	PA	MA	A	PA		
1.1 Estudio de mercado	✓			✓			2	
1.2 Estudio técnico	✓			✓			4	
1.3 Estudio ambiental	✓			✓			6	
2.1 Estudio económico financiero	✓			✓			2	
2.2 Informe final de TIC	✓			✓			2	

Seguimiento del Director TIC

Fecha: 21 de Abril del 2026 **Firma:** .....

Fecha: 12 de Mayo del 2026 **Firma:** .....

Fecha: 11 de Junio del 2026 **Firma:** .....

Fecha: 09 de Julio del 2026 **Firma:** .....

Firma del biometrista (metodólogo): .....

Firma del estudiante: .....

Firma del Coordinador de la carrera: .....

EVALUACIÓN DE LA FASE DE DESARROLLO DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR (FASE II).

Tema: "Operadora de turismo especializada en productos culturales en el Centro Histórico de Quito, Ecuador"

Asesor TIC II: Ruiz Erazo Victoria Geovanna

Facultad: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Carrera: Turismo

Autor/a: Méndez Gordillo Génesis Luzdary

** Simbología de evaluación: MA = Muy Aceptable; A = Aceptable; PA = Poco Aceptable*

ACTIVIDADES SEGÚN CRONOGRAMA	CUMPLIÓ CRONOGRAMA			RESULTADOS			Horas de asesoría	OBSERVACIONES (FECHA DE LA REVISIÓN)
	MA	A	PA	MA	A	PA		
1.1 Estudio de mercado	/			/			2	
1.2 Estudio técnico	/			/			2	
1.3 Estudio ambiental	/			/			2	
2.1 Estudio económico financiero	/			/			2	
2.2 Informe final de TIC	/			/			2	

Seguimiento del Asesor TIC

Fecha: 15 de Abril del 2026 **Firma:** .....

Fecha: 18 de Mayo del 2026 **Firma:** .....

Fecha: 08 de Junio del 2026 **Firma:** .....

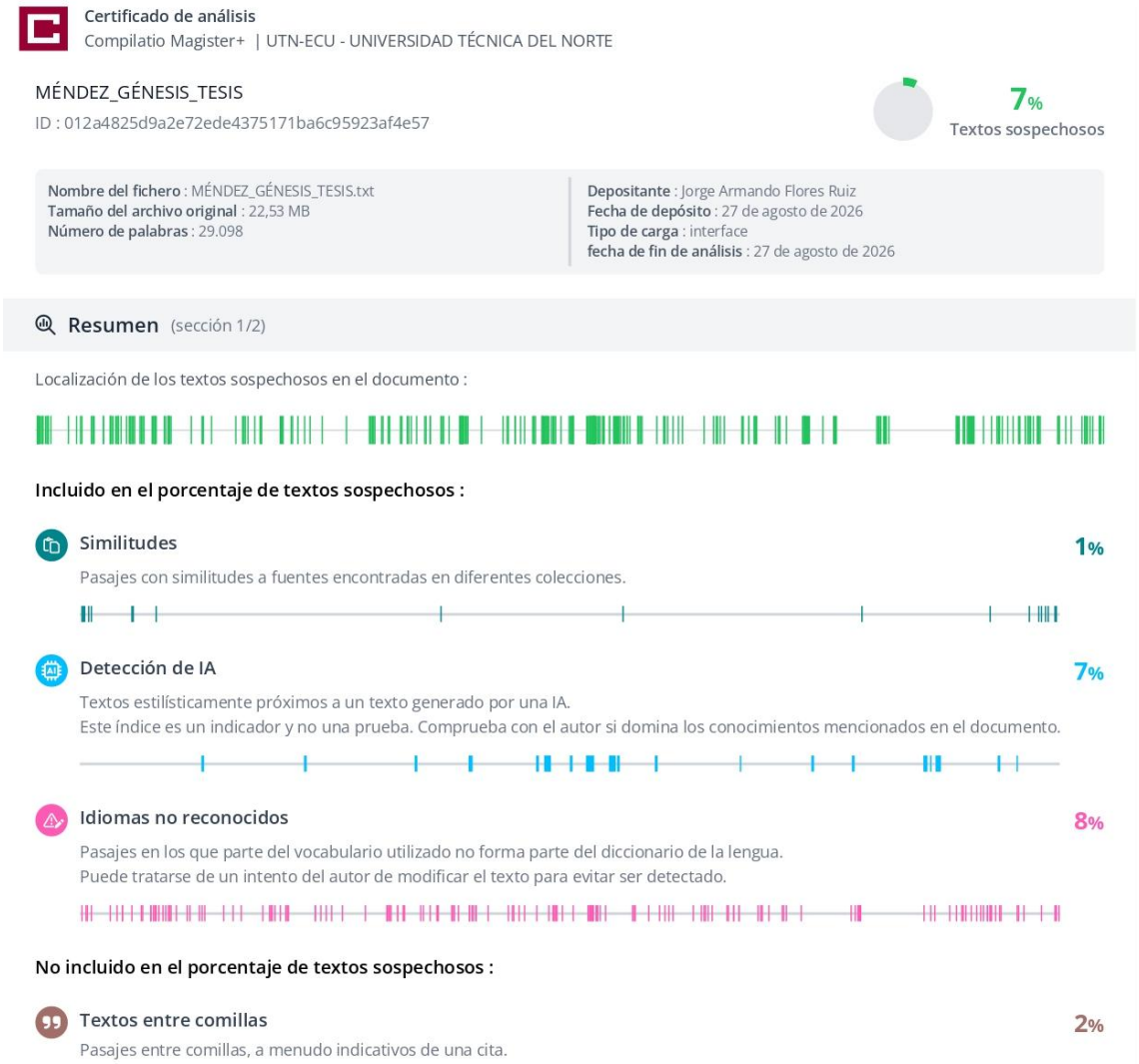
Fecha: 20 de Julio del 2026 **Firma:** .....

Firma del biometrista (metodólogo): .....

Firma del estudiante: .....

Firma del Coordinador de la carrera: .....

8.4. Reporte de plagio



Certificado de análisis
Compilatio Magister+ | UTN-ECU - UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

MÉNDEZ_GÉNESIS_TESIS
ID : 012a4825d9a2e72ede4375171ba6c95923af4e57

7%
Textos sospechosos

Nombre del fichero : MÉNDEZ_GÉNESIS_TESIS.txt
Tamaño del archivo original : 22,53 MB
Número de palabras : 29.098

Depositante : Jorge Armando Flores Ruiz
Fecha de depósito : 27 de agosto de 2026
Tipo de carga : interface
fecha de fin de análisis : 27 de agosto de 2026

Resumen (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :

Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Similitudes 1%
Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.

Detección de IA 7%
Textos estilísticamente próximos a un texto generado por una IA.
Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.

Idiomas no reconocidos 8%
Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua.
Puede tratarse de un intento del autor de modificar el texto para evitar ser detectado.

No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Textos entre comillas 2%
Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.

Fuentes de similitudes (sección 2/2)

Similitudes

1%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



Fuente principal detectada

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones
1	cn.overleaf.com cn.overleaf.com/latex/templates/template-fica-utn/ptdydjxzhnzj.pdf	<1%	
2	Plan de social media para la Caja de Ahorro Credi Global en el... repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/17273	<1%	
3	repositorio.utn.edu.ec repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/804/2/03%20FOR%20183%20...	<1%	
5	Turismo y cultura | ONU Turismo www.unwto.org/es/turismo-y-cultura	<1%	

Fuente mencionada (sin similitudes detectadas)

N°	Descripciones
1	https://books.google.com/books/about/CFIN.html?hl=es&id=WABVCwAAQBAJ
2	http://bibliotecadigital.fce.unam.edu.ar/handle/bhp/565
3	https://whc.unesco.org/en/list/2/
4	https://www.wiley.com/en-us/sampling-techniques-3rd-edition-p-9780471162407
5	https://sustanciasyresiduos.ambiente.gob.ec/producto/codigo-organico-del-ambiente/
6	https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/
7	https://books.google.com/books/about/Research_Design.html?hl=es&id=335ZDwAAQBAJ
8	https://quitoinforma.quito.gob.ec/2020/11/06/cultura-dorada-hace-una-visita-virtual-al-museo-alberto-m...
9	https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/
10	https://doi.org/10.18111/9789284426287
11	https://doi.org/10.18111/9789284421671
12	https://servicios.turismo.gob.ec/gestion-y-desarrollo-turistico/
13	https://doi.org/10.3133/CIR645
14	https://www.asambleanacional.gob.ec/es/multimedios-legislativos/60908-ley-organica-de-emprendimient...
15	https://www.asambleanacional.gob.ec/es/multimedios-legislativos/63464-ley-organica-de-proteccion-de-d...
16	https://bibliotecadigital.uce.edu.ec/s/L-D/item/793

N°		Descripciones
17		https://patrimonio.quito.gob.ec/?p=4347
18		https://cultura.quito.gob.ec/?p=2877
19		https://museodelamoneda.bce.fin.ec/index.php/museo/item/111-a-107-años-de-la-hoguera-bárbara.html
20		https://doi.org/10.53596/F1C23S34
21		https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/
22		https://quitoinforma.quito.gob.ec/2018/10/31/10-actividades-para-el-feriado-en-quito/
23		https://servicios.turismo.gob.ec/registro-de-actividades-turisticas/
24		https://sustanciasyresiduos.ambiente.gob.ec/producto/reglamento-al-codigo-organico-del-ambiente/
25		https://www.sri.gob.ec/requisitos-sociedades
26		https://www.censoecuador.gob.ec/resultados-censo/
27		https://doi.org/10.1016/J.JHTM.2018.03.005
28		https://hdl.handle.net/20.500.14624/1159
29		https://www.untourism.int/sustainable-development
30		https://doi.org/10.18111/9789284414796
31		https://cubos.inec.gob.ec/AppCensoEcuador/

JORGE ARMANDO FLORES RUIZ

Firmado digitalmente por JORGE ARMANDO FLORES RUIZ
Fecha: 2026.09.09 11:20:26 -05'00'

(f)……

MSc. Jorge Armando Flores Ruiz

C.C.: 1002236410