



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

TEMA:

“OPERADORA ESPECIALIZADA EN ITINERARIOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES, EN EL CANTÓN MACARÁ, LOJA – ECUADOR”

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

Línea de investigación: Gestión, producción, productividad, innovación y desarrollo económico

AUTOR:

Nathaly Silvana Jumbo Cajas

DIRECTOR:

MSc. Jorge Armando Flores Ruiz

Ibarra – Ecuador 2026



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1105517997		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Jumbo Cajas Nathaly Silvana		
DIRECCIÓN:	La Victoria, Hugo Guzmán Lara, 11-45		
EMAIL:	nsjumboc@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	N/A	TELÉFONO	0986760176
		MÓVIL:	
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“Operadora especializada en itinerarios turísticos naturales y culturales, en el cantón Macará, Loja – Ecuador”		
AUTOR (A):	Nathaly Silvana Jumbo Cajas		
FECHA:DD/MM/AAAA	10-03-2026		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo		
DIRECTOR:	Msc. Jorge Armando Flores Ruiz		
ASESOR:	PhD. Mónica Patricia Buenaño Allauca		

CONSTANCIAS

La autor(a) **Nathaly Silvana Jumbo Cajas** manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 10 días del mes de marzo de 2026

EL AUTOR:

f.....

Nathaly Silvana Jumbo Cajas

CERTIFICACIÓN DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Ibarra, 10 de marzo 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.

(f)

MSc. Jorge Armando Flores Ruiz

C.C.: 1002236410

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

Yo, Jorge Armando Flores Ruiz, director del trabajo de grado, “**OPERADORA ESPECIALIZADA EN ITINERARIOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES, EN EL CANTÓN MACARÁ, LOJA – ECUADOR**” de autoría de la señorita Jumbo Cajas Nathaly Silvana, con cédula de ciudadanía Nro. 1105517997, tengo a bien manifestar que el documento contiene los requisitos académicos e investigativos pertinentes para que sea sometido a defensa pública por lo que ha autorizado que se realicen los trámites consiguientes.

(f):.....

MSc. Jorge Armando Flores Ruiz

C.C.: 1002236410

DEDICATORIA

Después de un largo camino marcado por días de esfuerzo constante, noches de desvelo, sacrificios y aprendizajes continuos, dedico este proyecto de investigación a Dios por ser mi fortaleza en los momentos de cansancio y por guiar cada uno de mis pasos con fe y sabiduría.

A mi familia, por su amor incondicional, paciencia infinita y apoyo permanente, por creer en mí incluso en los momentos de duda y por ser el principal impulso para no rendirme.

A los futuros profesionales del sector turístico y a todas aquellas personas interesadas en el desarrollo sostenible y la gestión responsable del turismo, con el anhelo de que esta investigación sirva como una guía de consulta, un referente académico y una herramienta de apoyo para la toma de decisiones, contribuyendo al fortalecimiento del conocimiento, a la generación de nuevas ideas y al impulso de iniciativas que promuevan el desarrollo local y la valorización del patrimonio natural y cultural del cantón Macará.

Nathaly Silvana Jumbo Cajas

AGRADECIMIENTO

Al concluir esta hermosa etapa de mi vida quiero agradecer infinitamente a Dios por guiarme en cada paso del camino y formarme como una mujer valiente y resiliente, por darme calma en los momentos de incertidumbre y recordarme incluso en los días más difíciles que nunca estuve sola, que sus planes son perfectos y que todo es a su tiempo y a su manera.

A mi familia, en especial a mis padres Luis y Nidia, mi gratitud infinita por su amor incondicional, su paciencia infinita y los sacrificios realizados a lo largo de toda mi formación académica. Su ejemplo de esfuerzo y dedicación me enseñaron a no rendirme, a creer en mis capacidades y a levantarme cada vez que el camino se hizo más difícil.

A mis hermanas y hermano, quiénes han sido un pilar fundamental en mi vida y mi mayor fuente de motivación e inspiración para seguir adelante, gracias infinitas por su apoyo, por estar ahí en las buenas y malas, por escucharme en los momentos de cansancio, y animarme cuando sentía que ya no podía más.

A mis amigos y compañeros de carrera Damaris y Juan, mi más sincero agradecimiento por su amistad sincera, su compañerismo y por compartir conmigo cada momento de este viaje académico. A mis profesores, gracias por cada enseñanza, por la paciencia y por el compromiso con el que me guiaron durante este proceso.

A mi persona especial, por su amor, comprensión y paciencia infinita, gracias por ser mi refugio en los días difíciles, calma en los momentos de duda y fortaleza cuando sentía que no podía más, gracias por acompañarme en cada desvelo y recordarme que, si era capaz de lograrlo.

Este logro tiene el corazón de quiénes me sostuvieron, gracias por ser parte de este sueño que hoy se convierte en realidad.

Con gratitud infinita,

Nathaly Silvana Jumbo Cajas

RESUMEN

La presente investigación se fundamenta en la necesidad de diversificar y fortalecer la oferta turística del cantón Macará, aprovechando su territorio fronterizo y su riqueza natural y cultural, el objetivo general fue realizar el estudio de factibilidad para la implementación de una operadora turística, especializada en turismo natural y cultural, en el Cantón Macará, provincia de Loja, la metodología aplicada tuvo un enfoque mixto, utilizando técnicas de investigación; como la observación de campo, encuestas y el levantamiento de información mediante fichas de inventario de atractivos turísticos, donde se evidenció una preferencia por viajes de corta duración y experiencias vinculadas a la naturaleza y la cultura, así como una recurrencia significativa hacia la provincia de Loja, lo que demuestra un mercado potencial para el desarrollo de productos turísticos estructurados, en base a ello, se diseñaron paquetes turísticos que aprovechen los recursos del cantón, se aplicó el método de Leopold, para el análisis ambiental, en el cual se determinó que los ecosistemas presentan un buen nivel de conservación, aunque con riesgos asociados al uso inadecuado de los recursos, estos generan impactos mayoritariamente positivos en los ámbitos social, económico y cultural, mientras que los impactos ambientales negativos identificados son de magnitud moderada y pueden ser mitigados, concluyendo que la propuesta ambiental es viable, en el análisis económico se determinó que la inversión inicial asciende a un monto de 18.881,32, el flujo proyectado para el primer año es de 1.974,03, lo que demuestra una capacidad de generación de ingresos, la tendencia hasta los 10 años es positiva, por lo que se concluye la viabilidad económica del proyecto y su potencial de rentabilidad en el mediano plazo.

Palabras clave: turismo sostenible, operadora turística, itinerarios, atractivos naturales, patrimonio cultural.

ABSTRACT

This research is based on the need to diversify and strengthen the tourism offer in the canton of Macará, taking advantage of its border territory and its natural and cultural wealth. The overall objective was to conduct a feasibility study for the implementation of a tour operator specializing in natural and cultural tourism in the canton of Macará, province of Loja. The methodology applied had a mixed approach, using research techniques such as field observation, surveys, and the collection of information using inventory forms for tourist attractions. This revealed a preference for short trips and experiences related to nature and culture, as well as a significant recurrence in the province of Loja, demonstrating a potential market for the development of structured tourism products. Based on this, tourist packages were designed to take advantage of the canton's resources. The Leopold method was applied for environmental analysis, which determined that the ecosystems are well preserved, although there are risks associated with the inappropriate use of resources. These resources generate mostly positive impacts in the social, economic, and cultural spheres, while the negative environmental impacts identified are moderate in magnitude and can be mitigated. It was concluded that the environmental proposal is viable. The economic analysis determined that the initial investment amounts to \$18,881.32, with a projected cash flow for the first year of \$1,974.03, demonstrating income-generating capacity. The trend over 10 years is positive, leading to the conclusion that the project is economically viable and has the potential for profitability in the medium term.

Keywords: sustainable tourism, tour operator, itineraries, natural attractions, cultural heritage.

1. Índice de Contenidos

DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
RESUMEN	8
ABSTRACT.....	9
1. Índice de Contenidos.....	10
1.1. Índice de Figuras	13
1.2. Índice de tablas	15
2. Introducción	17
2.1. Problema de Investigación.....	18
2.2. Justificación	20
2.3. Objetivos.....	21
3. Capítulo I: Diagnostico Situacional	22
3.1. Reseña Histórica	22
3.2. Ubicación Geográfica	22
3.3. Límites	23
3.4. División Político-Administrativa.....	23
3.5. Ecología	23
3.6. Accesibilidad	23
3.7. Caracterización de los Atractivos	24
3.8. Análisis FODA	25

4.	Capítulo II: Metodología.....	30
4.1.	Métodos, técnicas e instrumentos.....	31
4.2.	Cálculo de la muestra	32
4.3.	Procedimiento y análisis de datos.....	34
5.	Capítulo III: Resultados y Discusiones.....	35
5.1.	Segmentación de Mercado.....	35
5.2.	Estudio técnico	55
5.3.	El producto/servicio.....	57
5.4.	Diseño ajustado a las preferencias del mercado	68
5.5.	Infraestructura de la empresa.....	88
5.6.	Organización empresarial	93
5.7.	Constitución legal de la empresa	99
5.8.	Estrategias de Comercialización.....	101
6.	Estudio Ambiental	113
6.1.	Objetivos.....	113
6.2.	Determinación de fases e identificación de actividades:	114
6.3.	Matriz de Interacción.....	115
6.4.	Definición del método de evaluación de Impactos Ambientales:	116
6.5.	Aplicación del Método:	119
6.6.	Plan de Manejo Ambiental	122
7.	Estudio Financiero	123

7.1.	Capital de Trabajo	123
7.2.	Fuentes de Financiamiento	123
7.3.	Estados Financieros	124
7.4.	Costo de Capital.....	126
7.5.	Flujos de Efectivo	127
7.6.	Evaluación Financiera	129
8.	Conclusiones y Recomendaciones	131
8.1.	Conclusiones.....	131
8.2.	Recomendaciones	132
9.	Bibliografía	134
10.	Anexos	137
10.1.	Anexo 1: Árbol de Problemas	137
10.2.	Anexo 2: Modelo de la Encuesta	138
10.3.	Anexo 3: Ficha MINTUR.....	140
10.4.	Anexo 4: Reporte de Tutorías.....	144
10.5.	Anexo 5: Reporte de plagio	146

1.1. Índice de Figuras

Figura 1 Tipo de destino que visitó la última vez.....	38
Figura 2 Cruce de variable entre la edad y el destino	38
Figura 3 Cruce de variable entre el género y el tipo de destino.....	39
Figura 4 Cruce de variable entre el estado civil y el tipo de destino	41
Figura 5 Cruce de variable entre el nivel de ingresos y el tipo de destino	42
Figura 6 Cruce de variable entre el nivel de instrucción y el tipo de destino	43
Figura 7 Cruce de variable entre la ocupación y el tipo de destino	44
Figura 8 Organización del viaje.....	45
Figura 9 Temporada del viaje	46
Figura 10 Tipo de acompañante.....	47
Figura 11 Frecuencia de viaje dentro de la provincia de Loja.....	48
Figura 12 Duración del viaje.....	49
Figura 13 Tipo de alojamiento preferido	50
Figura 14 Tipo de comida preferida.....	51
Figura 15 Reserva Biológica Jorupe	58
Figura 16 Reserva de Utuana.....	59
Figura 17 Reserva Ecológica Laipuna	59
Figura 18 Fondos azules	60
Figura 19 El resbaloncito	60
Figura 20 Laguna del amor.....	61
Figura 21 La Lajilla	61
Figura 22 La cruz del panadero	62
Figura 23 Parroquia de Larama.....	62
Figura 24 Petroglifos de Numbiaranga	63

Figura 25 Iglesia san Antonio de Macará:	63
Figura 26 Parque Otamendi Macará	64
Figura 27 Mirador María Auxiliadora	64
Figura 28 Florecimiento de Guayacanes en Zapotillo	65
Figura 29 Santuario Nacional del Cisne	65
Figura 30 Feria Internacional Artes Vivas de Loja.....	66
Figura 31 Fiesta de Cantonización de Macara	67
Figura 32 Infraestructura Macará Tours	89
Figura 33 Organigrama estructural	95
Figura 34 Organigrama funcional.....	96
Figura 35 Logotipo de Macará Tours	102
Figura 36 Adaptabilidad de la marca	104
Figura 37 Canales directos de comercialización.....	105
Figura 38 Canales indirectos de comercialización.....	105
Figura 39 Plataformas de comercialización.....	106
Figura 40 Modelo del diseño de la página web	107
Figura 41 Formato redes sociales Macará Tours	109
Figura 42 Formato Tarjetas de presentación.....	110
Figura 43 Folletos Promocionales	110
Figura 44 Flujo primer año	128

1.2. Índice de tablas

Tabla 1	Caracterización de los atractivos	24
Tabla 2	Análisis FODA	29
Tabla 3	Generalidades del Público Encuestado	35
Tabla 4	Perfil del Turista	52
Tabla 5	Análisis de la demanda	54
Tabla 6	Análisis de la oferta	54
Tabla 7	Macro localización Cantón Macará	56
Tabla 8	Micro localización de la Operadora.....	56
Tabla 9	Paquete 1 Explorando el Bosque Seco y Montano Jorupe & Utuana.....	70
Tabla 10	Costo del Paquete 1.....	71
Tabla 11	Paquete 2: Cultura Aventura y sabor de Macará	73
Tabla 12	Costo del paquete 2.....	74
Tabla 13	Paquete 3: Festival Internacional Artes Vivas de Loja.....	76
Tabla 14	Costo del paquete 3.....	77
Tabla 15	Full Day 1: Reserva Ecológica Laipuna	78
Tabla 16	Costo full day 1.....	79
Tabla 17	Full Day Fondos azules.....	80
Tabla 18	Costo Full Day 4 Fondos azules	81
Tabla 19	Full day 3 Arroz Macareño	83
Tabla 20	Costo full day 3.....	83
Tabla 21	Full Day 4 Florecimiento de los Guayacanes	85
Tabla 22	Costo full day 4.....	85
Tabla 23	Full Day 5 Virgen de El Cisne.....	87
Tabla 24	Costo full day 5.....	87

Tabla 25	Costos de Equipamiento de sala de espera, oficinas.....	90
Tabla 26	Costos de insumos y materiales de oficina	91
Tabla 27	Costos de materiales de aseo y limpieza:.....	92
Tabla 28	Costos de publicidad inicial y marketing.....	92
Tabla 29	Otros costos.....	93
Tabla 30	Costos de Constitución de la Operadora.....	101
Tabla 31	Determinación de las actividades	114
Tabla 32	Identificación de los impactos ambientales	114
Tabla 33	Escala interpretativa de valoración	117
Tabla 34	Clasificación de Rangos para impactos positivos.....	117
Tabla 35	Clasificación de Rangos para impactos negativos.....	118
Tabla 36	Jerarquía de los impactos fase operativa.....	121
Tabla 37	Plan de Manejo Ambiental	122
Tabla 38	Capital de Trabajo Macará Tours	123
Tabla 39	Amortización del crédito	124
Tabla 40	Cálculo del costo del capital	126
Tabla 41	Flujo de 5 años.....	129
Tabla 42	Flujo de 10 años.....	129
Tabla 43	Evaluación Financiera.....	130

2. Introducción

El Cantón Macará, ubicado en el extremo sur de la provincia de Loja y que comparte frontera con Perú, cuenta aproximadamente con 575 kilómetros cuadrados lo que constituye al 5,2% de la superficie de la provincia, por eso es la subcuenca alta más importante del Catamayo-Chira.

Macará está situada en los Andes Bajos donde recibe una mayor influencia tanto del Pacífico como de la Amazonía, se destaca como un territorio de notable interés natural y cultural, con un potencial significativo para el desarrollo turístico, abarca un área caracterizada que incluye valles fértiles a orillas del río Macará, colinas y zonas que transitan del bosque seco a ecosistemas de mayor altitud, ofreciendo un paisaje variado y atractivo.

Entre los principales atractivos naturales del cantón destaca la Reserva Biológica Jorupe y la Reserva Ecológica Laipuna, importantes áreas de conservación que resguardan remanentes vitales del Bosque Seco Tumbesino, un ecosistema único conocido por su alta biodiversidad y especies endémicas. Además, cuenta con diversos cuerpos de agua como cascadas y balnearios naturales que ofrecen espacios de recreación y contacto directo con la naturaleza como Fondos Azules, La Lajilla y el Resbaloncito cuyos entornos permiten realizar diferentes actividades, entre ellas la observación de flora y fauna endémica de la región tumbesina, lo que convierte a Macará en un destino valioso para el turismo de naturaleza y científico, especialmente para ornitólogos y naturalistas.

Desde la perspectiva cultural, Macará posee una rica historia marcada por su condición fronteriza, el patrimonio cultural se manifiesta en sus tradiciones locales, sus festividades, su singular gastronomía que fusiona sabores de la sierra y la costa, y sitios con vestigios arqueológicos como los petroglifos, testigos de antiguas poblaciones, la vida cotidiana en sus mercados y barrios refleja la autenticidad de un pueblo con profundas raíces y un fuerte sentido de comunidad.

2.1. Problema de Investigación

El cantón Macará, ubicado al sur de la provincia de Loja, es un destino turístico que cuenta con diversos atractivos turísticos que combinan su historia con la belleza natural de sus paisajes, lo que ofrece una experiencia auténtica a sus visitantes. Sin embargo, la limitada presencia de operadoras turísticas para promoción de los atractivos ocasiona el escaso conocimiento del destino y el flujo de visitantes.

Una de las causas principales que afecta directamente al desarrollo del turismo en Macará es la débil infraestructura turística en el territorio, muchos atractivos carecen de servicios básicos como señalización, accesibilidad, áreas de descanso o centros de información, lo que limita gravemente la experiencia del visitante.

También se evidencia una limitada inversión en el sector turístico, lo que responde en parte a la ausencia de políticas públicas enfocadas en atraer inversión para el desarrollo del turismo local, la falta de planificación y financiamiento frena la creación de nuevos productos turísticos,

En el mismo sentido, la promoción de los atractivos naturales y culturales por parte de las autoridades ha sido muy baja, no existe como tal una estrategia de marketing territorial ni campañas que posicionen al cantón en los mercados nacionales o internacionales, situación que ha conllevado a que Macará sea un destino desconocido, sin presencia digital ni difusión adecuada de sus servicios turísticos, lo cual limita el interés de los visitantes y el posicionamiento del destino en la mente del turista.

De acuerdo con el catastro de establecimientos turísticos, en el cantón Macará no existe ninguna agencia operadora que ofrezca paquetes turísticos que faciliten la organización, planificación y faciliten la visita al lugar, por lo que se asume que, al no contar con agencias de viaje u operadoras turísticas, la mayoría de las actividades turísticas que se realizan en la zona lo hacen sin la organización de un profesional que asegure una experiencia de calidad a

los visitantes que llegan a la zona, siendo esta otra de las causas principales de la limitada oferta turística del cantón, ya que al no existir intermediarios especializados los turistas deben planificar su visita por cuenta propia, lo que se vuelve completamente difícil debido a la escasa información del sitio.

Estas causas generan un problema que afecta directamente al desarrollo del turismo en Macará, los turistas no eligen al cantón como destino, no porque no tenga encanto, sino porque simplemente no lo conocen y cuando no se conoce un lugar, no se visita, no se recomienda y no se valora.

Por lo tanto, la implementación de una operadora turística especializada en itinerarios turísticos naturales y culturales pueden desempeñar un papel fundamental para abordar estas deficiencias identificadas, desarrollando paquetes turísticos específicos, promoviendo prácticas sostenibles, mejorando la experiencia del visitante y, en última instancia, maximizando los beneficios económicos, sociales y ambientales del turismo para el cantón Macará.

Por el contrario, si no se toman acciones para enfrentar esta problemática, Macará continuará siendo un destino invisible en el mapa turístico nacional, los turistas seguirán sin incluirlo en sus planes de viaje, y el potencial turístico de la zona se perderá, lo que significa menos ingresos para la comunidad, desmotivación entre emprendedores que migran por falta de oportunidades y un patrimonio natural y cultural que queda sin difusión ni valoración y por ende la falta de acción prolongará el estancamiento turístico y dejará pasar valiosas oportunidades de desarrollo para el cantón.

2.2. Justificación

El cantón Macará a pesar de contar con atractivos turísticos valiosos como la Reserva Biológica Jorupe, tradiciones culturales y paisajes andinos únicos, es un destino que enfrenta una limitada presencia de operadoras turísticas, lo que lo ha convertido en un destino poco atractivo para los turistas. Esto se debe a que el potencial turístico con el que cuenta la zona no ha sido plenamente aprovechado por la gestión turística del cantón, su enfoque no ha sido principalmente en el desarrollo del turismo local.

Por lo tanto, se ha considerado necesario establecer una operadora turística para fomentar y promocionar el turismo del cantón, mediante la oferta de paquetes turísticos que promuevan y resalten adecuadamente la riqueza natural y cultural de Macará, creando también vínculos con los distintos hoteles, restaurantes y emprendimientos para generar empleo y fortalecer el desarrollo de la economía local.

A través de la operadora se pretende promocionar los diferentes atractivos turísticos naturales y culturales de Macará mediante la oferta de paquetes turísticos donde se ofrece una alternativa para el disfrute de las diferentes actividades recreativas que ofrecen los distintos atractivos enriqueciendo su experiencia y promoviendo el turismo sostenible.

El modelo de negocio plantea la vinculación con las distintas comunidades locales para generar empleo y fortalecer la integridad natural y cultural de la zona, donde se espera que los principales beneficiarios sean los habitantes y los pequeños empresarios del cantón. Además, en caso de que la operadora llegue a mantenerse dentro del mercado, se visiona posicionarse a nivel nacional e internacional como un referente en promoción del patrimonio local, fortaleciendo la imagen de Macará reconocido no solo como un pueblo mágico sino también como un destino turístico de calidad.

2.3. Objetivos

2.3.1. *Objetivo General*

Realizar el estudio de factibilidad para la implementación de una operadora turística, especializada en turismo natural y cultural, en el Cantón Macará, provincia de Loja.

2.3.2. *Objetivos Específicos*

Caracterizar los principales atractivos naturales y culturales del cantón Macará.

Determinar la tipología del visitante al cantón Macará.

Estructurar el organigrama estructural y funcional de la operadora y comercialización de paquetes turístico.

Realizar el estudio de Impactos ambientales generados por la operadora.

Realizar el estudio económico financiero para determinar la factibilidad de la operadora.

3. Capítulo I: Diagnostico Situacional

3.1. Reseña Histórica

La fundación de Macará se debe al Capitán Juan Felipe Tamayo del Castillo, quien llega a estos lugares en el año de 1787. Al encontrarse en este pequeño pueblo manifiesta. “Hallé en este lugar de Macará 102 almas de ambos sexos y de todas las edades, y vine para darles la medida de una legua a la redonda para el Común de Indios”

Etimológicamente Macará significa Ma: este es, CA: un lugar hermoso, RA, digno de admirar, pero por tradición española, al momento de su fundación se le agregó el nombre de un santo, por lo que se le bautizó con el nombre de “San Antonio de Macará”. El 22 de septiembre de 1902, Macará alcanza la categoría de cantón, de anexo de Sozoranga y de parroquia de Calvas, pasa a cantón, incluyendo en su nuevo territorio a la parroquia de Sozoranga, dando la vuelta a la historia.

En 1946 se inician los trabajos para la construcción del aeropuerto, con un equipo caminero que llegó por el Perú y su inauguración se realiza el 13 de junio de 1947 con la presencia del Sr. Dr. José María Velazco Ibarra, además se construyen las carreteras Catacocha-Macará y Cariamanga-Macará. Con estos hechos, Macará empieza su etapa de crecimiento y desarrollo, para dar un paso a un nuevo tiempo donde nace el comercio y la comunicación de Macará con el resto de nuestro país.

3.2. Ubicación Geográfica

Macará es un cantón del sur de Ecuador en la provincia de Loja, conocido por su belleza natural y clima agradable. Es conocida como la “Ciudad de las Flores” por la abundante flora que adorna la ciudad. Macará es famosa por la producción de plátanos y café, considerada la cuarta urbe más grande y poblada de la Provincia de Loja, situada al sur de la región Interandina de Ecuador, en la línea de frontera a orillas del río Macará, a una altitud de 425 msnm y un clima tropical sabana de 26°C en promedio.

3.3. Límites

Se encuentra limita, al norte con los cantones de Céllica y Sozoranga, al sur con la República del Perú, al este, con el Cantón Sozoranga y al oeste, con los cantones de Céllica y Zapotillo

3.4. División Político-Administrativa

El cantón Macará se divide en cinco parroquias, dos parroquias urbanas y tres parroquias rurales, las cuales son:

Las parroquias Urbanas son: Macará y Eloy Alfaro

Las parroquias rurales tenemos: Larama, Sabiango, La Victoria.

3.5. Ecología

Respecto de la vegetación, el área del cantón Macara se encuentran sobre terrenos desprovistos de vegetación natural, representada en parches boscosos con vegetación natural secundaria, ubicada en quebradas hondonadas y laderas de difícil acceso, la mayoría de ellos son el producto de extracción selectiva de madera, actividades de tala.

Las especies arbóreas más representativas en peligro de extinción son: Guayacán, Faique, Gualtaco, Algarrobo, Guarapo, Cedro, Nogal y Cascarilla. La degradación de los bosques en todos los rangos altitudinales se acentúa aún más en los alrededores de los centros poblados, por la cercanía de hatos de caprinos y bovinos, que con el pasar de los años avanzan en la degradación de zonas más lejanas. El bosque seco que rodea al cantón Macará, es más que eso, pues el bosque es rico en miel de palo y miel de tierra, la misma que es explotada por la gente que habita estos sectores de forma manual, en estas zonas se puede encontrar una gran cantidad de aves endémicas.

3.6. Accesibilidad

El cantón Macara presenta una cobertura adecuada de los servicios básicos mencionados, lo que refleja condiciones favorables para el desarrollo social y económico.

Adicionalmente, el cantón cuenta con tres vías principales de acceso, entre ellas la vía fronteriza internacional, la vía Panamericana y una vía alterna, lo que fortalece su conectividad y facilita la movilidad de residentes y visitantes.

3.7. Caracterización de los Atractivos

Para caracterizar los atractivos turísticos tanto naturales como culturales se realizó el levantamiento de información de los atractivos mediante la ficha de atractivos del MINTUR donde se pudo recopilar y sistematizar información relevante relacionada con la jerarquización, el estado de conservación, la accesibilidad, la infraestructura turística y la proximidad de cada atractivo, facilitando su análisis y clasificación conforme a los criterios establecidos.

Tabla 1

Caracterización de los atractivos

Nombre del atractivo	Jerarquía	Estado de conservación	Accesibilidad	Señalética en el atractivo	Proximidad
Atractivos naturales					
Cruz del Panadero		Regular	Si	No	17.7 km
El Resbaloncito		Regular	Si	No	5.7 km
Fondos Azules	II	Regular	Si	Si	18.5 km
La Lajilla		Bueno	Si	No	3.5km
Reserva Ecológica Laipuna		Bueno	Si	Si	32.8km
Reserva Jorupe	III	Bueno	Si	Si	7.3km
Atractivos culturales					
Altar de la Patria		Bueno	Si	No	0km
Iglesia San Antonio de Macará		Bueno	Si	No	0km
Mirador María Auxiliadora	II	Bueno	Si	No	2km
Puente Internacional		Bueno	Si	No	3.3km
Petroglifos Numbiaranga		Bueno	Si	No	28.8km
Parque Otamendi		Bueno	Si	No	0km

La tabla de jerarquización de los atractivos del cantón Macará se elaboró a partir de los rangos establecidos, los cuáles permiten clasificar los atractivos en jerarquías que van desde

los recursos hasta la jerarquía IV, en función de su nivel de significación turística, condiciones de conservación, accesibilidad e infraestructura disponible.

De acuerdo con la tabla 1, la mayoría de los atractivos naturales y culturales del cantón se ubican en las categorías de jerarquización II y III, lo que indica que presenta rasgos llamativos y condiciones básicas para la generación de productos turísticos, así como la capacidad de promover flujos turísticos en conjunto con otros atractivos, en cuanto al estado de conservación. Se observa que predominan las condiciones buenas y regulares, lo cual muestra un potencial turístico importantes, sin embargo, dicho potencial no se encuentra plenamente aprovechado.

Respecto a la accesibilidad, los atractivos mencionados, en su mayoría se consideran accesibles, lo que facilita el desplazamiento de los visitantes y su integración con los itinerarios turísticos, sin embargo, al analizar la infraestructura turística, se identifica una deficiencia significativa en lo que respecta a la escasa señalética, al ausencia se equipamiento básicos y la limitada provisión de servicios de apoyo al visitante, esta situación es coherente con la jerarquización obtenida, ya que varios atractivos, pese a contar con características naturales y culturas relevantes, no cumplen con las condiciones óptimas de infraestructura necesarias para alcanzar jerarquías superiores, como la jerarquía IV.

3.8. Análisis FODA

La operadora especializada en itinerarios turísticos naturales y culturales en el cantón macará se encuentra en una zona poblada dentro del cantón, por ende, se va a identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene el entorno mediante un análisis FODA, que es una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales donde (Chicaiza et al., 2022), menciona que es importante distinguir los aspectos favorables y desfavorables de una organización, entrelazándolos con los factores internos y externos, mientras que para (Gamble

et al., 2016), manifiesta que: “El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna y externa de una organización. En el caso del sector turístico, según (Domínguez et al., 2023), expresa que los determinantes de la competitividad residen tanto en su ventaja comparativa relacionados con la dotación de recursos, como el clima, paisaje, la riqueza cultural, etc., como en su ventaja competitiva, en la tabla 2 se muestra el análisis FODA de manera más detallada:

3.8.1. Fortalezas

Una de las principales fortalezas del cantón Macará radica en su ubicación geográfica estratégica, situada en la frontera sur del Ecuador, lo que le permite establecer conexiones tanto con mercados nacionales como internacionales, especialmente con el norte del Perú.

Asimismo, el cantón cuenta con una amplia diversidad de atractivos turísticos naturales como la Reserva Biológica Jorupe, Reserva Ecológica Laipuna, Fondos Azules, La Lajilla, La Cruz del Panadero, y el resbaloncito que incluyen senderos naturales, ríos, miradores y balnearios naturales, así también atractivos culturales como la Iglesia Matriz de Macará, el Altar Patrio, Templete María Auxiliadora, Parque Otamendi, Petroglifos de Numbiaranga y el Puente Internacional, así mismo festividades religiosas, danzas y gastronomía tradicional, esta diversidad constituye una fortaleza del territorio, ya que lo posiciona como un espacio ideal para el diseño y desarrollo de itinerarios turísticos temáticos que integren la naturaleza y la identidad cultural de sus comunidades.

Otra fortaleza clave es la presencia de áreas ecológicas con alta biodiversidad, tales como la Reserva Biológica Jorupe y Reserva Ecológica Laipuna con remanentes de bosque seco y zonas de transición hacia ecosistemas más húmedos. Esto brinda un escenario ideal para el ecoturismo, el turismo científico y la observación de flora y fauna nativa, actividades cada vez más demandadas por viajeros conscientes del entorno.

Finalmente, la hospitalidad de la población local y su gastronomía típica enriquecen la experiencia del visitante, fortaleciendo el componente vivencial y emocional de los recorridos turísticos. Platos tradicionales preparados con insumos locales refuerzan la identidad territorial y generan valor agregado a los productos turísticos.

3.8.2. Oportunidades

Entre las oportunidades más destacables se encuentra la existencia de casas patrimoniales y arquitectura tradicional que, con una adecuada gestión, podrían convertirse en centros de interpretación, museos locales o espacios para experiencias turísticas inmersivas. Estas estructuras, bien conservadas, son testimonio tangible del pasado y aportan valor histórico y cultural a los recorridos.

La posibilidad de acceder a una declaratoria de Pueblo Mágico, por parte del Ministerio de Turismo del Ecuador, también representa una oportunidad para fortalecer la identidad territorial, promover la sostenibilidad, y recibir apoyo institucional para promoción, formación y fortalecimiento del destino.

Además, la presencia de centros de negocios o ferias regionales abre espacios para el desarrollo del turismo de reuniones o eventos (MICE), atrayendo visitantes con otros intereses y prolongando su estancia en el cantón.

Por último, existe la posibilidad de acceder a fondos de cooperación internacional, como los provenientes de la Unión Europea, para financiar proyectos turísticos sostenibles, mejoras de infraestructura y capacitación comunitaria. Esto podría significar un punto de inflexión en la consolidación de la operadora como un actor clave del desarrollo territorial.

3.8.3. Debilidades

Entre las debilidades que enfrenta la operadora se encuentra la desactualización del catálogo de atractivos turísticos, lo que dificulta la promoción efectiva de los recursos y genera

una imagen poco dinámica ante potenciales visitantes. La falta de información digitalizada o estructurada también impide la creación de paquetes turísticos bien diseñados.

Otra limitación significativa son las vías de acceso en mal estado, especialmente hacia zonas rurales y atractivos naturales. Esto afecta negativamente la seguridad del turista, limita la accesibilidad y desincentiva el desarrollo de rutas turísticas alternativas.

La inactividad del aeropuerto cercano, que podría ser un punto estratégico de conexión, representa una barrera logística para atraer turistas de otras provincias o del extranjero. Además, se identifica una escasez de guías turísticos especializados, lo que compromete la calidad de la interpretación en los recorridos culturales o ambientales.

También se observa una baja presencia de operadoras de turismo formalmente establecidas en el cantón, lo que limita la diversificación de la oferta y dificulta la creación de redes colaborativas. A esto se suma una escasa inversión en infraestructura turística, tanto pública como privada, lo cual restringe el desarrollo de servicios complementarios como señalética, centros de información, hospedaje o sanitarios adecuados.

Finalmente, destaca el riesgo de desaparición de las casas patrimoniales, ya sea por abandono, deterioro o falta de políticas de conservación. La pérdida de estos inmuebles supondría un golpe directo a la identidad cultural del cantón y reduciría significativamente el atractivo histórico de la zona.

3.8.4. Amenazas

La insuficiente inversión pública representa una limitante significativa para el desarrollo turístico del cantón, ya que afecta directamente la mejora de infraestructura básica como vías de acceso, señalización, servicios básicos y mantenimiento de atractivos turísticos. Esta carencia reduce la competitividad del destino, dificulta la puesta en valor de los recursos naturales y culturales, y limita la capacidad de las comunidades locales para desarrollar proyectos turísticos sostenibles que impulsen la economía local.

La inseguridad y la falta de control en la zona fronteriza constituyen una amenaza para la actividad turística, debido a la percepción de riesgo que puede generarse entre los visitantes. La presencia de actividades ilícitas y la limitada vigilancia afectan la imagen del destino, disminuyen el flujo turístico y generan desconfianza en inversionistas y operadores turísticos, obstaculizando el crecimiento ordenado y seguro del sector.

Los cambios frecuentes en las regulaciones fronterizas influyen de manera directa en la dinámica turística del cantón, especialmente en el ingreso y salida de visitantes, el comercio local y la movilidad de prestadores de servicios, estas modificaciones pueden generar incertidumbre, reducir la afluencia turística y afectar la planificación de actividades y eventos, impactando negativamente en la estabilidad y sostenibilidad del desarrollo turístico.

Tabla 2

Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica • Diversidad de atractivos turísticos 6 naturales y 6 culturales • Presencia de áreas ecológicas como la Reserva Biológica Jorupe y la Reserva Ecológica Laipuna • Hospitalidad y gastronomía típica 	<ul style="list-style-type: none"> • Casas patrimoniales • Declaratoria de pueblo mágico • Centros de negocios • Apoyo de Unión Europea en proyectos de desarrollo.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Desactualización del catálogo de atractivos turísticos • Vías de acceso sin mantenimiento • Aeropuerto inactivo • Escasos guías de turismo especializados • Poca presencia de operadoras de turismo • Escasa inversión en infraestructura turística • Riesgo de extinción de casas patrimoniales 	<ul style="list-style-type: none"> • Insuficiente inversión pública • Inseguridad y falta de control en la frontera • Cambios en las regulaciones fronterizas

4. Capítulo II: Metodología

La presente investigación adoptó un enfoque metodológico mixto, que de acuerdo con (Ordoñez, 2025), combina el enfoque cualitativo y cuantitativo, en otras palabras emplea el uso de datos numéricos como de experiencias para la resolución de problemáticas, teniendo un orden secuencial, es decir implicó la combinación estratégica de métodos de recolección y análisis de datos cualitativos como cuantitativos, con el objetivo de lograr una comprensión más completa del problema de investigación.

Esta combinación permitió abordar de manera integral la factibilidad de la operadora turística, aprovechando las fortalezas de ambos enfoques. De acuerdo con (Zazueta & Velarde, 2022), destacan que los enfoques cualitativos y cuantitativos, se pueden emplear simultáneamente e integrar para minimizar limitaciones e inconvenientes de cada enfoque de investigación, por lo tanto, se integraron encuesta estructuradas con observación directa para obtener una visión amplia y profunda del fenómeno. Además, como parte del enfoque integral del estudio, se realizaron un análisis preliminar de impactos ambientales con el fin de identificar posibles efectos sobre el entorno natural derivados de la implementación de la operadora turística y proponer medidas de mitigación adecuadas. Esta metodología buscó garantizar que los datos obtenidos sean confiables y relevantes para responder las preguntas de investigación sobre la factibilidad del servicio turístico propuesto.

La investigación tiene alcance descriptivo y exploratorio. De acuerdo con (Crespo et al., 2021), un estudio descriptivo se enfoca en exponer las características conocidas del fenómeno y detallar aspectos presentes en el grupo estudiado, mientras que para (Salvador et al., 2025), en su investigación sobre el potencial del binomio de las industrias y el turismo, manifiesta que un estudio exploratorio permite identificar buenas prácticas para el fomento de las relaciones comerciales, de esta manera, la presenta investigación adoptó este diseño descriptivo – exploratorio, para la obtención de evidencia estadística mediante la aplicación de encuestas que

facilito un análisis cuantitativo, complementada con la observación directa de campo para la parte cualitativa.

La investigación se enmarca en un estudio de corte transversal, de acuerdo con (Manterola et al., 2023), implica que todos los datos se recogerán en un momento puntual, reflejando la situación actual de las variables de interés. Esta temporalidad permitió caracterizar la realidad presente del cantón sin implicar seguimiento a largo plazo, lo cual es adecuado para estudios de factibilidad que evalúan condiciones contemporáneas.

4.1. Métodos, técnicas e instrumentos.

En la presente investigación se utilizaron diversos métodos, técnicas e instrumentos de investigación, que permitieron la recolección y análisis de datos, con la finalidad de diagnosticar y evaluar las condiciones turísticas del cantón Macará, como base para el diseño de una operadora especializada en itinerarios turísticos naturales y culturales.

Para el diagnóstico de las condiciones del entorno se empleará la técnica de observación de campo, la cual, según (Viveros et al., 2022) permite entender el contexto en término a partir de lo que ocurre en un momento determinado, en este sentido, la observación de campo facilitó la documentación de los recursos naturales y culturales del área de estudio, como instrumento se utilizó la ficha de inventario del MINTUR, en la cual se registraron las notas cualitativas sobre sitios turísticos, infraestructura y dinámicas sociales pertinentes, este instrumento permitió evaluar y jerarquizar los elementos observados, contribuyendo a una comprensión integral del contexto analizado.

Así mismo, para identificar del segmento de mercado se utilizará la técnica de encuesta (ver anexo 2) que se define como una técnica que emplea un conjunto de procedimientos estandarizados para recopilar y analizar datos de una muestra representativa de una población (Sánchez & Barreto, 2024), esta técnica se aplicó con el propósito de identificar las necesidades, preferencias y comportamientos de los potenciales clientes del sector turístico,

como instrumento de cuestionario de encuesta, la misma que se diseñó en tres secciones, las generalidades del público encuestado, estuvo destinada a obtener información sociodemográfica del público encuestado, incluyendo edad, nivel de ingresos, entre otros, mientras que las generalidades del mercado consumidor, se recopilaron datos relacionados como los hábitos de compra, canales de información y otros factores que influyen en la elección de una operadora turística, y finalmente las preferencias de consumo, donde se pudo identificar el tipo de actividades de interés, la frecuencia de viajes, los motivos y la disposición a contratar servicios turísticos relacionados con itinerarios naturales y culturales.

La información obtenida permitió evaluar las características del entorno de demanda, determinar aspectos clave para la selección de la ubicación de la oficina de la operadora y comprender los factores que influyen en la elección de servicios turísticos relacionados con itinerarios naturales y culturales.

Para la realización del estudio ambiental se aplicó el método de Leopold, que según (Coria, 2008) en una matriz de interacción simple para identificar los diferentes impactos ambientales potenciales de un proyecto determinado. Esta matriz de doble entrada tiene como filas los factores ambientales que pueden ser afectados y como columnas las acciones que tendrán lugar y que pueden causar impactos.

4.2. Cálculo de la muestra

Para realizar el cálculo del tamaño de la muestra, se empleó la fórmula de muestra para poblaciones finitas, utilizando datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2022), se consideró como referencia a la población entre 18 a 65 años, de la provincia de Loja específicamente del cantón Loja y Macará quienes son considerados como población económicamente activa y de acuerdo con el registro del INEC 2022, en el cantón Loja existen 176.945 habitantes mientras que en el cantón Macará existen 12.641 habitantes y en el cantón Cuenca existen 368,949 habitantes que están activos económicamente.

Formula:

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

Simbología

n = Tamaño de la muestra

N = Población = 558.535

Z = Nivel de confianza (95%) = 1,96

P = Probabilidad de éxito 50% = 0, 50

Q = Probabilidad de fracaso 50% = 0,50

E = Margen de error 7% = 0, 07

Dónde:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 558.535}{0.07^2 * (558.535 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

Total = 196 encuestas

De acuerdo con el desarrollo de la ecuación del tamaño de la muestra de la población que se encuentra económicamente activa en el cantón Loja, Macará y Cuenca, se identificó que el valor de la muestra es de 196 encuestas. Se realizó el muestreo distribuyendo las encuestas mediante una regla de tres lo que permitió asignar el número de encuestas a cada cantón de acuerdo a su peso poblacional, dentro de la población objeto de estudio, de esta manera, se garantizó una representación equilibrada de ambos cantones, quedando de la siguiente manera:

La distribución de la muestra se realizó de forma proporcional considerando la población económicamente activa de los cantones Loja, Macará y Cuenca. A partir de una población total de 558.535 personas y un tamaño muestral de 196 encuestas. Como resultado, al cantón Cuenca, con una población de 368.949 personas, se le asignaron 129 encuestas, al cantón Loja con 176.945 habitantes, se le asignaron 62 encuestas, y al cantón Macará, con una población de 12.641 personas, se le asignaron 4 encuestas.

4.3. Procedimiento y análisis de datos.

Referente al Capítulo I se realizó la caracterización de los atractivos turísticos del cantón Macará, a través de la recopilación y análisis de información documental, abordando aspectos relevantes sobre este cantón, para este proceso, se empleó la ficha MINTUR, lo que permitió identificar y describir de manera técnica los recursos turísticos del sector.

El Capítulo II se presenta los resultados del estudio de mercado, el cual se desarrolló mediante la aplicación de 196 encuestas dirigidas a potenciales visitantes. A partir de la información obtenida, se analiza el perfil sociodemográfico del público, sus preferencias, motivaciones y comportamientos de consumo turístico, constituyéndose en un insumo fundamental para la toma de decisiones del proyecto.

En el Capítulo III se desarrolló la segmentación de mercado, considerando las características del público objetivo identificado en el capítulo anterior, así como el estudio técnico, del proyecto, donde se detallan los aspectos operativos, organizacionales y de prestación de servicios necesarios para la implementación de la operadora y la comercialización de paquetes turísticos.

El Capítulo IV corresponde al estudio ambiental, el cual se ejecuta mediante la aplicación del método Leopold, a través de las matrices de interacción, permitiendo identificar, analizar y evaluar los impactos ambientales asociados a la ejecución del proyecto, así como la propuesta de medidas de prevención, mitigación y control.

Finalmente, en el Capítulo V, se presenta el estudio financiero, en el cual se analizan los costos de inversión, ingresos, egresos y la rentabilidad del proyecto, permitiendo determinar su viabilidad económica y financiera a corto, mediano y largo plazo.

5. Capítulo III: Resultados y Discusiones

5.1. Segmentación de Mercado

5.1.1. Generalidades del Público Encuestado

Tabla 3

Generalidades del Público Encuestado

Perfil Sociodemográfico			
Variable	Porcentaje	Variable	Porcentaje
Género		Ocupación	
Femenino	51.53%	Estudiante	20.41%
Masculino	48.47%	Empleado público	23.47%
Edad		Empleado privado	13.78%
18-25	30.61%	Negocio propio/ comerciante	14.29%
26-35	25.51%	Empresario/ emprendedor	7.65%
36-50	16.84%	Ama de casa	8.16%
51-65	16.84%	Jubilado	9.18%
Más de 65	10.20%	Nivel de Ingresos Económicos	
Estado Civil		Depende de la economía de los padres	10.20%
Soltero/a	37.76%	menos de \$250	18.88%
Casado/a	29.59%	de \$250 a \$500	27.04%
Divorciado/a	9.69%	de \$500 a \$1000	29.08%
Viudo/a	6.63%	de \$1000 a \$2000	11.22%
Unión Libre	16.33%	más de \$2000	3.57%
Nivel de Instrucción		Lugar de residencia	
Educación Básica	8.16%	Macará	17.86%
Bachillerato	31.63%	Loja	9.18%
Instituto Técnico Superior	16.33%	Cuenca	47.96%
Universidad	33.67%	Otro cantón de la provincia de Loja	10.71%
Posgrado	10.20%	Otra provincia	14.29%

De acuerdo con la tabla 3 se presenta la recopilación de información realizada para el estudio de mercado de la población de Loja, Macará y Cuenca, donde se obtuvieron los siguientes resultados:

En lo que respecta al género, se evidencia una participación equilibrada, donde el 51.53% de los encuestados corresponde al género femenino, mientras que el 48.47% al masculino, esto demuestra una leve mayoría de participación de mujeres en la encuesta, lo cual podría estar relacionado con un mayor interés por parte de ellas para involucrarse en estudios de opinión.

En cuanto a la edad, el grupo que más predomina se encuentra entre los 18 a 25 años, seguido con el 25.51% que pertenece al grupo de 26 a 35 años. Esto indica que una gran parte del público encuestado está conformado por personas jóvenes adultas, lo que influye directamente en sus hábitos de consumo, intereses y expectativas frente a productos o servicios turísticos, por otro lado, el 16.84% corresponde al grupo de 36 a 50 años y de 51 a 65 quienes presentan el mismo porcentaje de encuestados, mientras que las personas mayores de 65 años alcanzan un 10,20%, lo cual demuestra una menor participación.

En lo que respecta al estado civil, se puede observar que el 37.76% de los encuestados manifestó ser soltero(a), mientras que el 29.59% indicó estar casado(a), así mismo el 16.33%, se identificó que se mantiene en unión libre, un 9,69% indica estar divorciado y tan solo un 6,63% de encuestados manifiesta estar viudo. Esto demuestra que el público encuestado está conformado en su mayoría por personas solteras, casadas y de unión libre lo cual puede relacionarse con una mayor flexibilidad para viajar, mayor capacidad de decisión individual y apertura a nuevas experiencias. El dato también permite proyectar productos o servicios turísticos orientados a un público con estilos de vida más independientes o enfocados en el disfrute personal o grupal familiar.

Respecto al nivel de instrucción el 33.67% de los encuestados indicó haber terminado la Universidad, lo que refleja un nivel académico alto, con mayor acceso a la información, criterios de selección más exigentes, mientras que un 31.63% indicó haber terminado su bachillerato, mientras que el 16.33% cuenta con estudios tecnológicos, un 10,20% posee una

formación en posgrado y tan solo un 8.16% de encuestados manifiesta tener una educación básica.

En cuanto a la ocupación, predomina con el 23.47% el grupo de empleados públicos, seguido por el 20.41% que manifiesta ser estudiantes, existe un 14.29% quienes indican ser comerciantes o tener su negocio propio, un 13.78% manifiestan ser empleados privados, un 10,66% indica ser comerciante o tener su negocio propio, un 9.18% señala que son jubilados, esta asignación muestra que la mayoría de los encuestados tienen una ocupación formal o están en proceso de formación académica, lo que denota una población activa y productiva.

El nivel de ingresos económicos muestra que el 29.08% de los encuestados recibe ingresos mensuales entre \$500 a \$1000, seguido por el 27.04% que gana menos de \$250 a \$500. Un 18.88% indica que posee una ganancia de menos de \$250, y 11.22% percibe ingresos de \$1000 a \$2000, y tan solo un 10.20% señala que depende de la economía de sus padres, un 3.57% manifiesta tener un ingreso económico de más de \$ 2000. Estos datos indican que la mayoría de los encuestados pertenece a un estrato medio, que les permiten cubrir sus necesidades básicas y destinar parte de su presupuesto a actividades de esparcimiento, como el turismo.

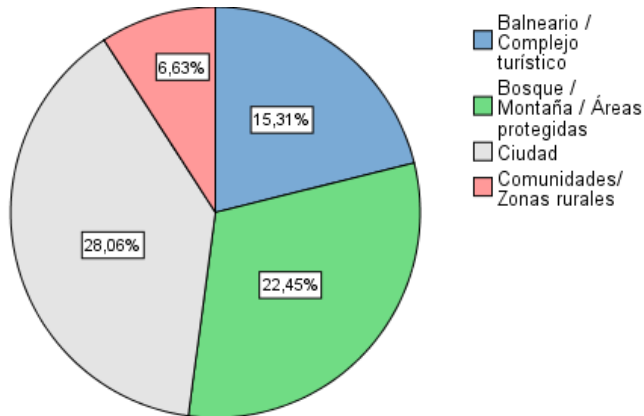
Se puede evidenciar que el 47.96% de los encuestados reside en la ciudad de Cuenca, lo que representa el grupo mayoritario dentro del estudio, un 37.75% de los encuestados indican que residen dentro de la provincia de Loja, y por otro lado un 14.29% manifiestan que pertenecen a otra provincia.

Estos resultados reflejan que la mayor concentración de visitantes proviene de Cuenca, lo que podría atribuirse a factores como su dinamismo económico, el interés turístico hacia la zona y su cercanía geográfica. Además, la presencia significativa de visitantes de distintos puntos de la provincia de Loja evidencia un interés local por conocer y disfrutar del destino, fortaleciendo así el turismo interno en la región.

5.1.2. Generalidades del mercado consumidor

Figura 1

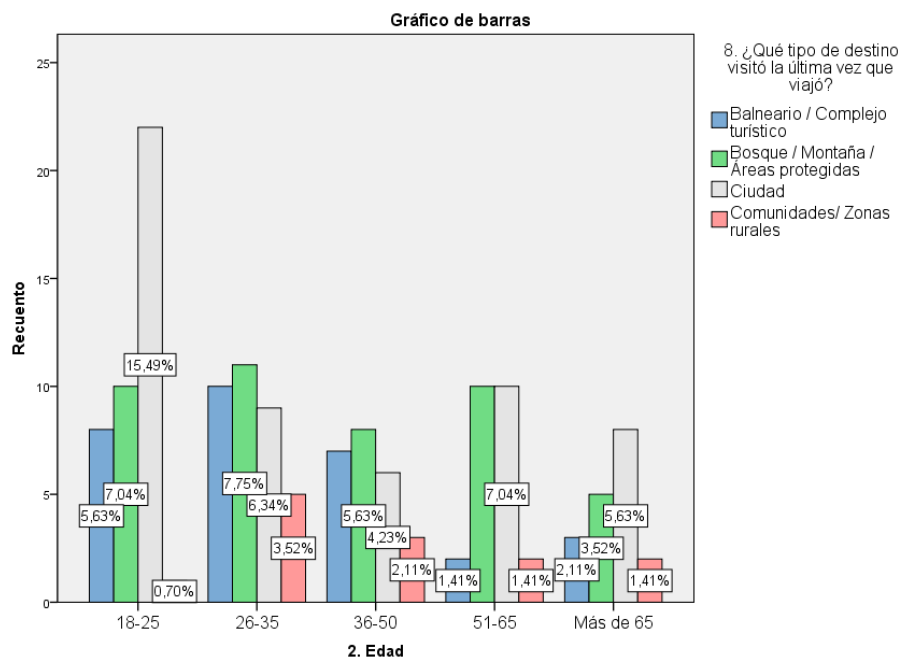
Tipo de destino que visitó la última vez



De acuerdo con la Figura 1 se puede observar que el 29.08% de los encuestados pertenecen a nuestro posible segmento de mercado consumidor, donde este porcentaje corresponde a la suma de la preferencia de aquellos habitantes cuyo último viaje fue a destinos como bosques, montañas, áreas protegidas, comunidades y zonas rurales.

Figura 2

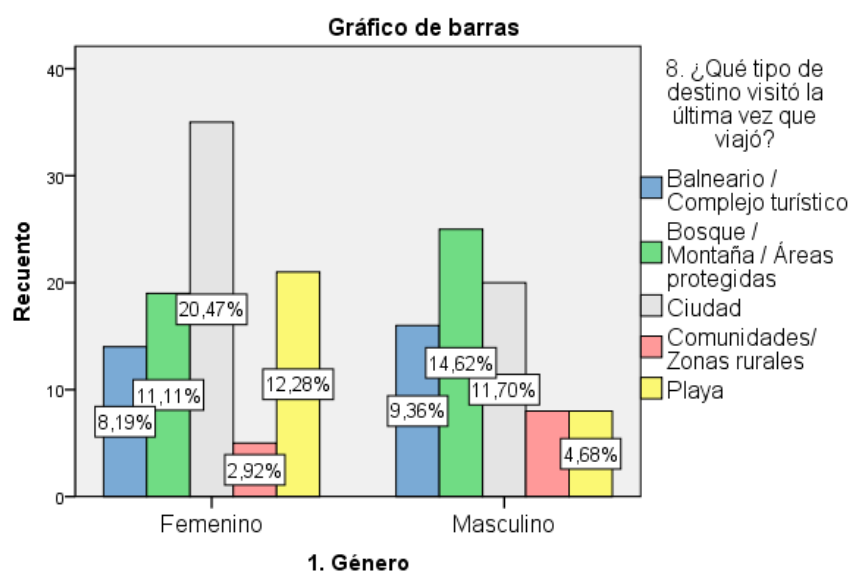
Cruce de variable entre la edad y el destino



Los resultados de la Figura 2 se puede evidenciar que el grupo etario de 18 a 25 años representa el 28.86% del total encuestado, lo que indica que las personas jóvenes son las que más participan en actividades relacionadas con el turismo. Este grupo, al estar en una etapa de formación académica o iniciando su vida laboral, demuestra un interés creciente por explorar nuevos destinos y vivir experiencias enriquecedoras fuera de su entorno cotidiano. El segundo grupo con mayor participación es el de 26 a 35 años, con un 24.65%, lo que refleja que los adultos jóvenes también mantienen una tendencia activa hacia el turismo, probablemente influenciados por una mayor independencia económica y estabilidad laboral. En cambio, los grupos de mayor edad, como el de 36 a 50 años y el grupo de 51 a 65 años presentan una participación más moderada con un 16.90% posiblemente por factores familiares, laborales o de salud. Finalmente, el grupo de mayores de 65 años representa solo el 12.67%, lo que indica una baja frecuencia de viaje en este segmento. Estos resultados permiten concluir que los jóvenes y adultos jóvenes conforman el núcleo principal del público encuestado, siendo los más propensos a consumir servicios turísticos, especialmente aquellos vinculados a la naturaleza, la cultura y la aventura.

Figura 3

Cruce de variable entre el género y el tipo de destino



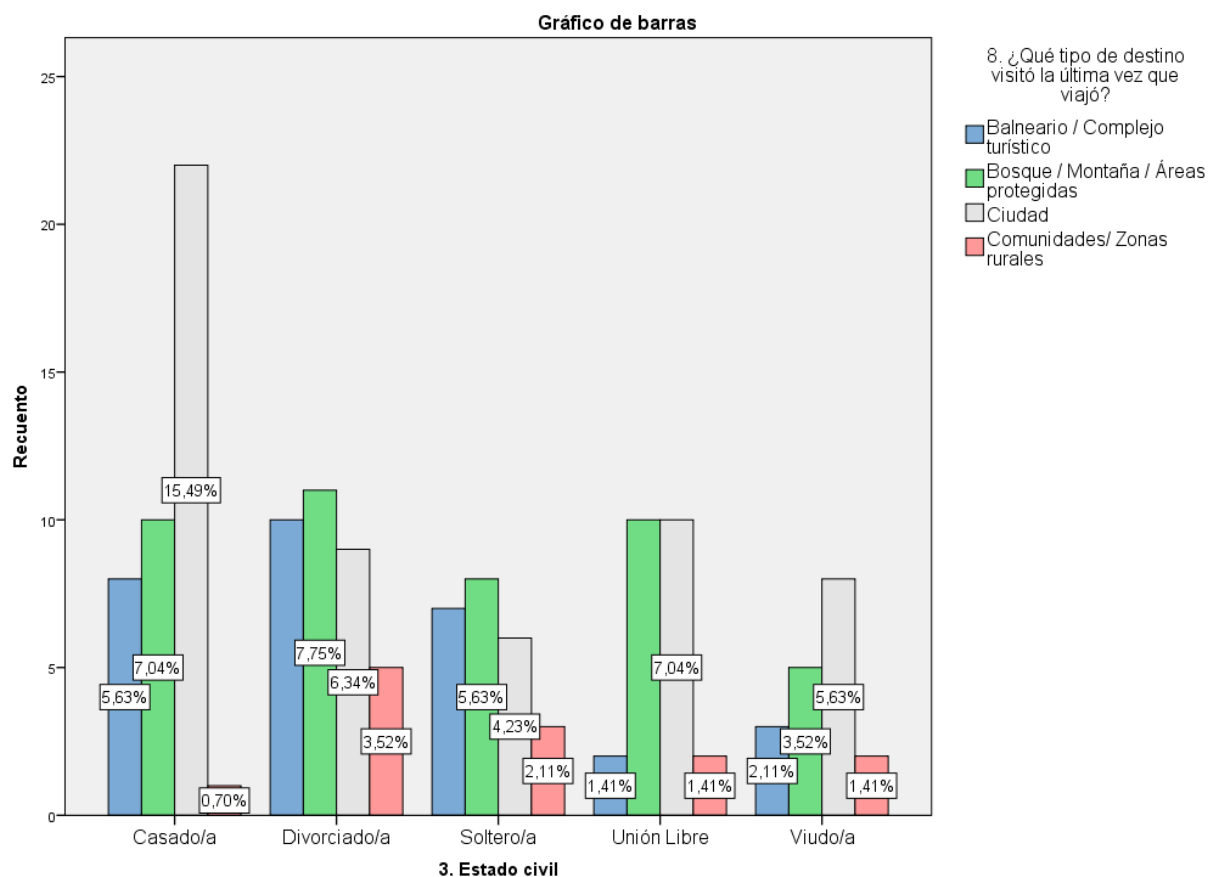
La figura 3 indica que el género femenino muestra una marcada preferencia por destinos urbanos, siendo la ciudad el tipo de destino más visitado, con un 20.47% del total, le sigue la playa con un 12,28%, lo que refleja una alta afinidad por espacios de descanso, recreación y contacto con el mar. En menor medida, las mujeres visitaron bosques, montañas o áreas protegidas (11.11%), y balnearios o complejos turísticos (8.19%) lo que indica un interés moderado por destinos naturales. Por otro lado, destinos como comunidades rurales y sistemas lacustres no superan el 2.92%, reflejando una baja participación femenina en este tipo de viajes.

En el caso del género masculino, se observa una alta preferencia por destinos rurales, con un 14.62% como bosques, montañas o áreas protegidas, en mayor proporción en cuanto a las mujeres lo que sugiere un interés mayor que el femenino por destinos naturales y de aventura, en segundo lugar, prefieren visitar áreas urbanas como la ciudad (11.70%). En tercer lugar, existe una preferencia por destinos turísticos como balnearios o complejos turísticos lo que evidencia un 9.36%. Además, un 4.68% de los hombres prefieren visitar comunidades o zonas rurales, evidenciando una búsqueda por experiencias culturales o tradicionales.

En conclusión, tanto hombres como mujeres muestran una fuerte inclinación hacia los bosques, montañas y áreas protegidas como destinos turísticos, aunque las mujeres destacan más en la preferencia por la ciudad y playa, los hombres muestran mayor diversidad en la elección de destinos, incluyendo naturaleza, cultura y aventura. Esto sugiere que las estrategias de promoción turística podrían segmentarse por género, ofreciendo experiencias más urbanas y de relajación al público femenino, y alternativas más diversas y naturales al público masculino.

Figura 4

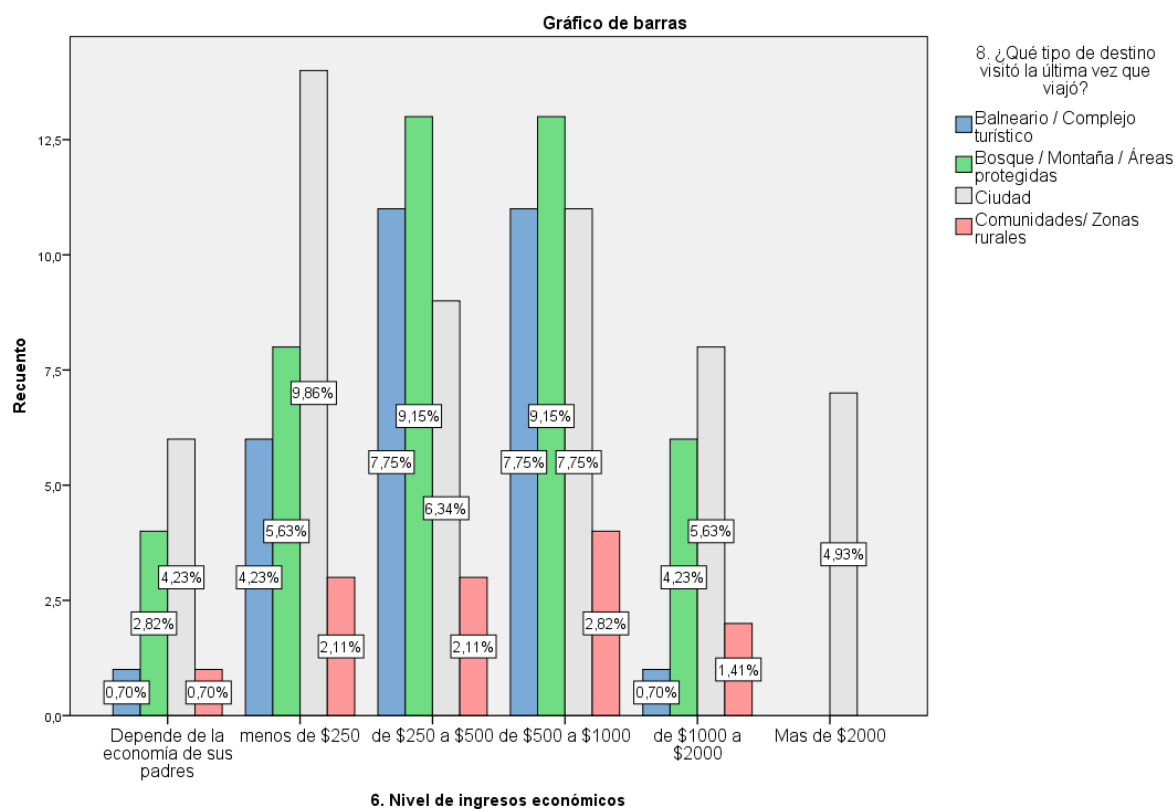
Cruce de variable entre el estado civil y el tipo de destino



La figura 4 indica que el estado civil influye de manera moderada en la elección del tipo de destino turístico, mientras que los solteros optan por una mayor variedad de lugares, incluyendo los de mayor actividad y movimiento, los casados y otros grupos muestran preferencias más específicas, generalmente asociadas a la naturaleza o al descanso. Esta información puede ser útil para adaptar las ofertas turísticas según las dinámicas personales y sociales de los viajeros.

Figura 5

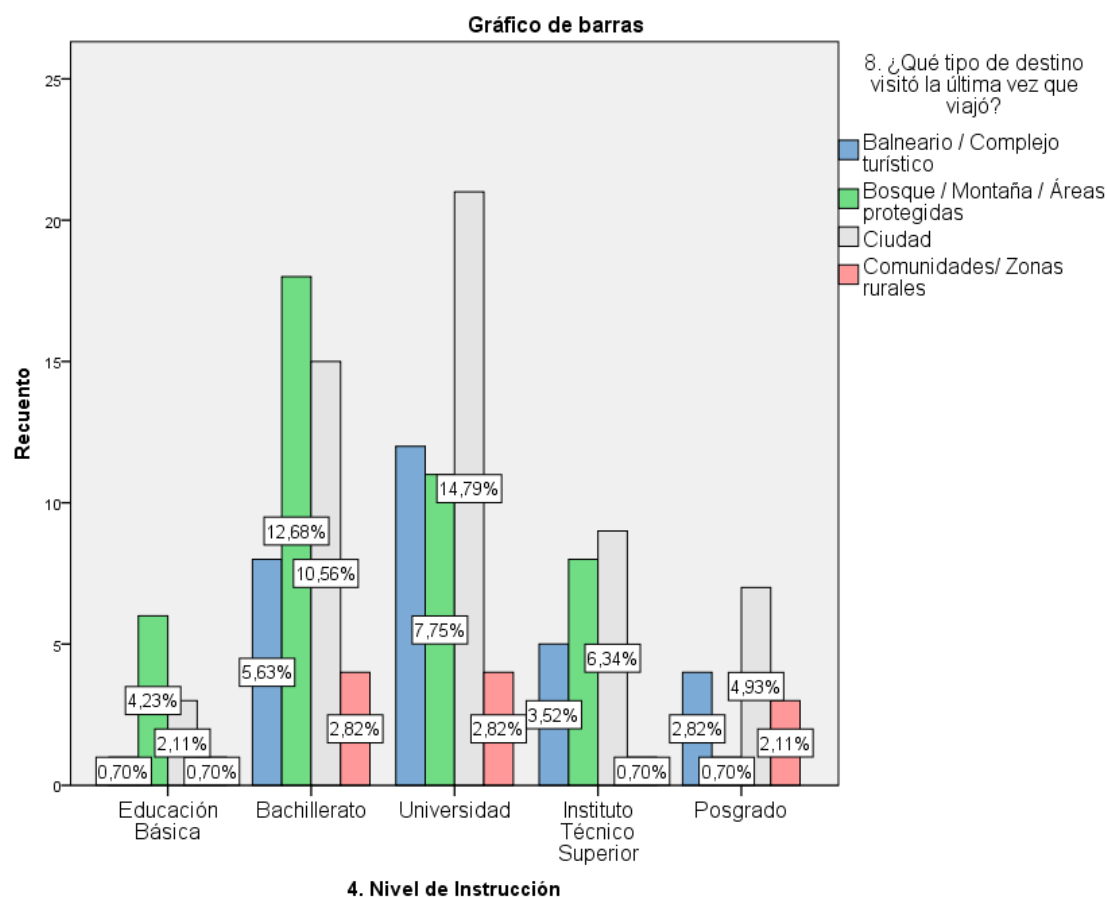
Cruce de variable entre el nivel de ingresos y el tipo de destino



La figura 5 indica que el nivel de ingresos económicos influye de manera moderada en la elección del tipo de destino turístico, las personas con bajos ingresos económicos tienden a preferir destinos urbanos, probablemente por su accesibilidad y menor costo, mientras que quienes tienen ingresos medios muestran una mayor diversidad en sus elecciones, incluyendo comunidades rurales, playas y zonas naturales. Por otro lado, quienes poseen ingresos altos también eligen la ciudad, aunque con un ligero interés en destinos menos convencionales. Esta información es clave para ajustar la oferta turística según la capacidad económica del visitante, promoviendo alternativas accesibles para todos los segmentos y fomentando la diversificación del turismo hacia áreas menos visitadas.

Figura 6

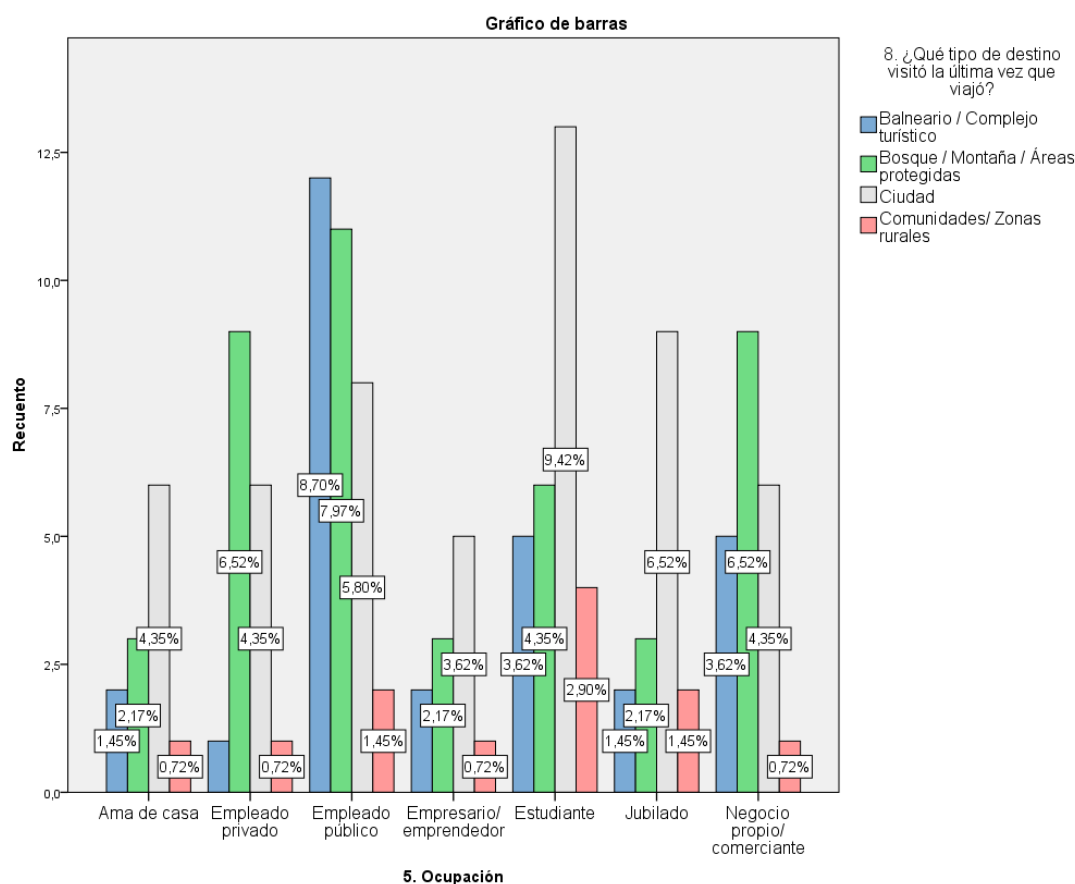
Cruce de variable entre el nivel de instrucción y el tipo de destino



La figura 6 muestra cómo el nivel de instrucción influye en la elección del destino turístico. Se observa que quienes tienen educación universitaria son quienes más viajan, destacando una clara preferencia por la ciudad, lo que sugiere una tendencia hacia destinos con infraestructura desarrollada y opciones de ocio variadas. También hay un interés moderado por zonas rurales y naturales, aunque en menor medida. Por otro lado, personas con bachillerato también presentan una participación activa, que mantienen preferencia por lugares naturales como bosques y montañas. En contraste, los niveles más bajos de educación, como la educación básica, muestran muy poca actividad turística, lo que podría relacionarse con limitaciones económicas o de acceso a información sobre opciones de viaje.

Figura 7

Cruce de variable entre la ocupación y el tipo de destino

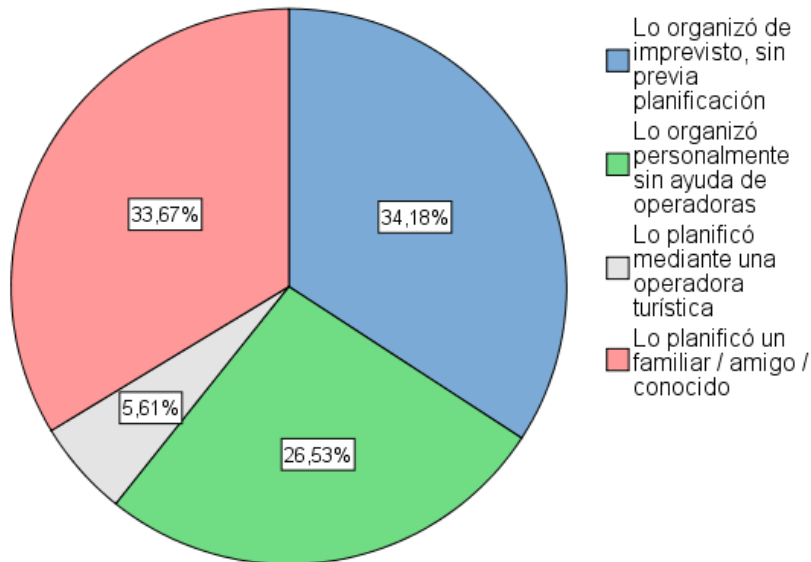


En la figura 7 se analiza la ocupación como variable relacionada con los destinos turísticos. Los empleados públicos y privados son los grupos que más viajan, prefiriendo principalmente la ciudad y destinos como bosques, montañas y balnearios. Le siguen los estudiantes y personas comerciantes, quienes también presentan una diversidad de destinos visitados, destacando destinos como bosques y montañas. Por su parte, los jubilados y amas de casa tienen una menor frecuencia de viajes, lo que puede deberse a limitaciones de movilidad o presupuesto. En general, se evidencia que las personas económicamente activas tienen mayor posibilidad de viajar y eligen destinos urbanos y turísticos con servicios más accesibles o conocidos.

5.1.3. Preferencias de consumo

Figura 8

Organización del viaje



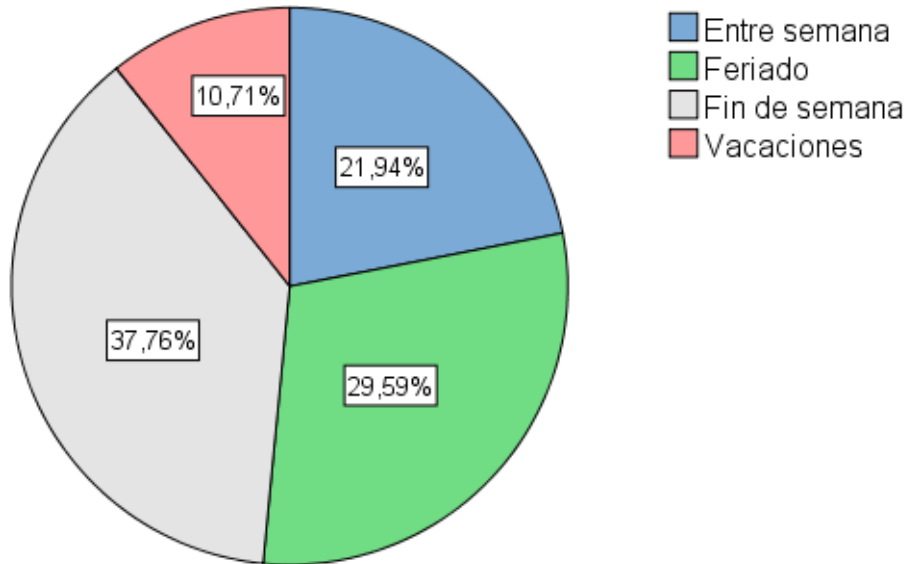
La figura 8 indica que la mayoría de las personas organiza sus viajes de improviso, sin previa planificación alguna, mientras que el 33,67% la realiza con la ayuda de familiares, amigos o conocidos, mientras que un 26,53% organiza sus viajes de manera personal sin la ayuda de operadoras turísticas lo que refleja que existe una tendencia significativa hacia el turismo independiente y espontáneo, donde las decisiones de viaje se toman con poca anticipación y basadas principalmente en recomendaciones personales o motivaciones momentáneas, esta conducta puede deberse a factores como la proximidad de los destinos, los bajos costos de desplazamiento y la flexibilidad en el tiempo de los visitantes, lo que refleja un perfil de turista local o regional que busca experiencias rápidas y accesibles sin recurrir necesariamente a intermediarios profesionales.

Por otro lado, tan solo un 5.61% indica que organiza sus viajes mediante una operadora turística, lo cual refleja un pequeño porcentaje de preferencia por la planificación guiada y la búsqueda de experiencias seguras y organizadas, lo que puede estar asociada al interés de los

visitantes por optimizar su tiempo, contar con asesoramiento profesional y acceder a paquetes turísticos que incluyan transporte, alimentación y actividades.

Figura 9

Temporada del viaje



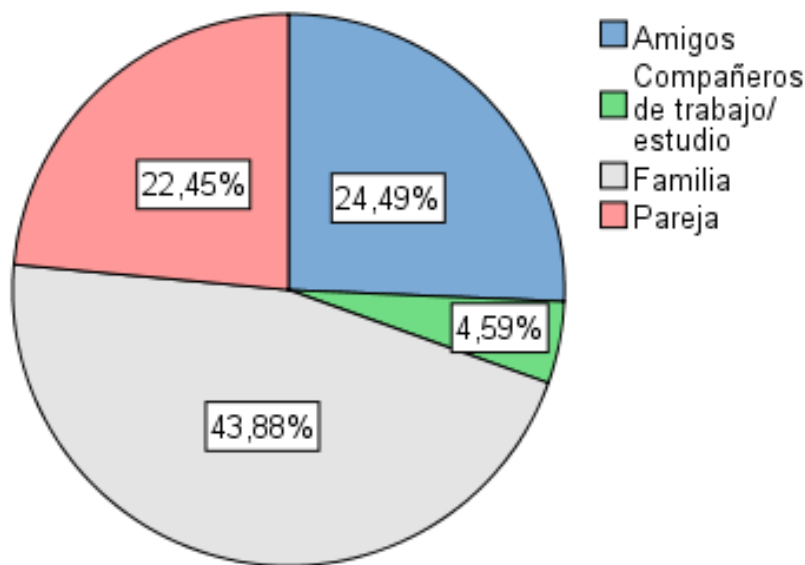
La figura 9 indica que la mayoría de las personas prefiere viajar durante los fines de semana (37.76%), lo cual refleja una tendencia hacia escapadas cortas y accesibles, posiblemente motivadas por la necesidad de descanso sin afectar sus responsabilidades laborales o académicas. Este comportamiento sugiere que los viajes de corta duración son una opción popular y frecuente entre los turistas, especialmente cuando se trata de destinos cercanos y de bajo costo.

Asimismo, un 29,59% prefiere viajar en feriados, aprovechando los días festivos para realizar viajes algo más largos, lo cual representa una oportunidad para la planificación de ofertas turísticas específicas para estas fechas. En menor proporción, el 21,94% viaja entre semana y un 10,71% viaja en temporada de vacaciones, lo que podría estar relacionado con la disponibilidad de tiempo libre, flexibilidad laboral o motivos personales, como visitas familiares o escapadas cortas.

Estos resultados evidencian que la mayor demanda turística se concentra durante los fines de semana y feriados, por lo que resulta fundamental que los prestadores de servicios y actores del sector ajusten su oferta y estrategias de promoción para aprovechar los picos de afluencia en dichos periodos a los actores turísticos enfocar sus estrategias y servicios en estos periodos de alta demanda.

Figura 10

Tipo de acompañante



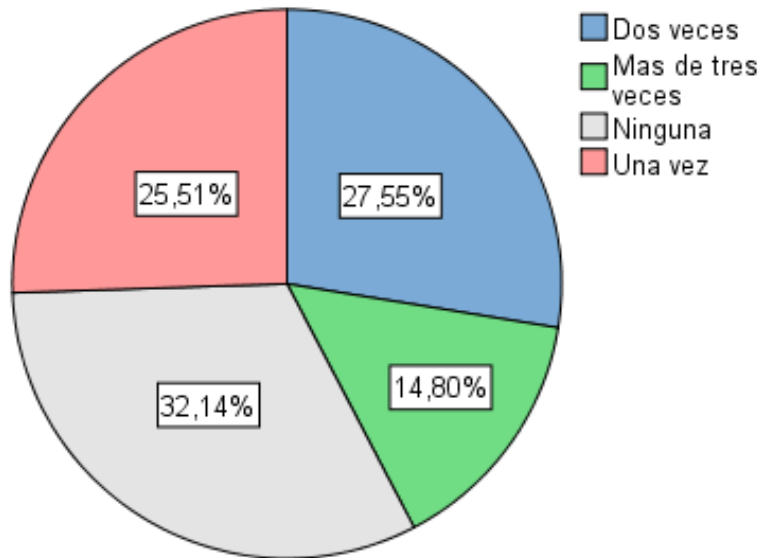
La figura 10 indica que la mayoría de las personas prefiere viajar en compañía de su familia, lo que evidencia una fuerte inclinación hacia el turismo familiar como forma de recreación y fortalecimiento de vínculos afectivos, esta elección refleja que, para muchos, el viaje no solo representa una experiencia individual o de descanso, sino también una oportunidad de compartir tiempo con seres queridos en un entorno diferente.

Además, se observa que las personas también optan por viajar en pareja o con amigos, aunque en menor medida, estas formas de acompañamiento sugieren intereses más personales o sociales, como la búsqueda de momentos íntimos o experiencias compartidas de diversión y aventura. En cambio, los viajes con compañeros de trabajo o con personas fuera del círculo cercano son menos comunes, lo que indica que el turismo, en general, está más ligado a

relaciones personales que a compromisos formales o laborales. Por lo que, el gráfico señala que el factor emocional y relacional es clave en la decisión sobre con quién se viaja.

Figura 11

Frecuencia de viaje dentro de la provincia de Loja



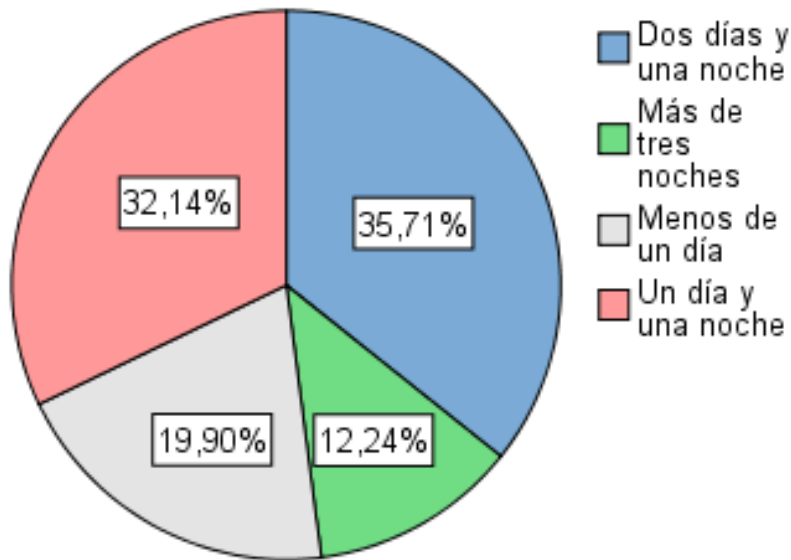
La figura 11 sobre la frecuencia de viaje a la provincia de Loja evidencia que una proporción significativa de los encuestados ha visitado un destino en más de una ocasión, lo que demuestra que la provincia cuenta con una oferta turística atractiva y consolidada debido a diversos factores, entre ellos, su cercanía geográfica, la variedad de atractivos culturales y naturales, así como la realización de actividades festivas, religiosas y comerciales, además la presencia de familiares y amigos de la zona podrían influir positivamente en la decisión de viaje, incentivando visitas repetidas.

Al mismo tiempo, se evidencia que un grupo significativo nunca ha visitado la provincia de Loja, lo cual pone en evidencia la presencia de barreras de acceso que limitan el flujo turístico, estas barreras pueden estar relacionadas con la insuficiente difusión de los atractivos turísticos, la falta de información clara sobre rutas, servicios y actividades disponibles. En este contexto, aunque la provincia de Loja se posiciona como un destino

relativamente conocido y recurrente, los resultados reflejan un potencial de crecimiento turístico aún no explotado, especialmente en segmentos que no han visitado el destino.

Figura 12

Duración del viaje

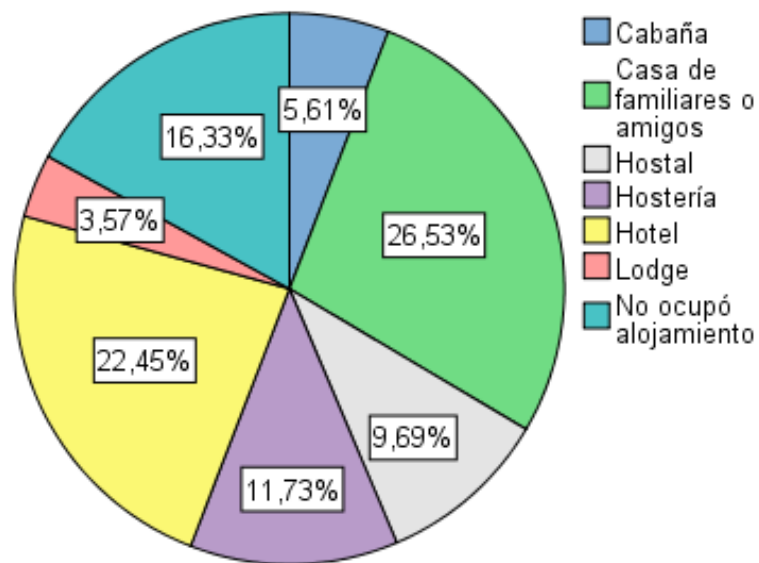


La figura 12 indica que la mayoría de las personas encuestadas realizan viajes de uno o dos días y una noche, lo que refleja una marcada preferencia por escapadas cortas, este comportamiento puede estar influenciado por factores como la cercanía geográfica de los destinos, las limitaciones de tiempo derivadas de las actividades laborales o académicas, así como la disponibilidad de recursos económicos.

En contraste, se observa que solo una minoría de los encuestados realiza viajes de más de 3 noches, lo que indica que las estadías prolongadas no son tan comunes en este contexto, lo que puede representar una oportunidad para fomentar estadías más prolongadas mediante promociones, actividades complementarias o paquetes integrados que cumplan con las expectativas del turista.

Figura 13

Tipo de alojamiento preferido

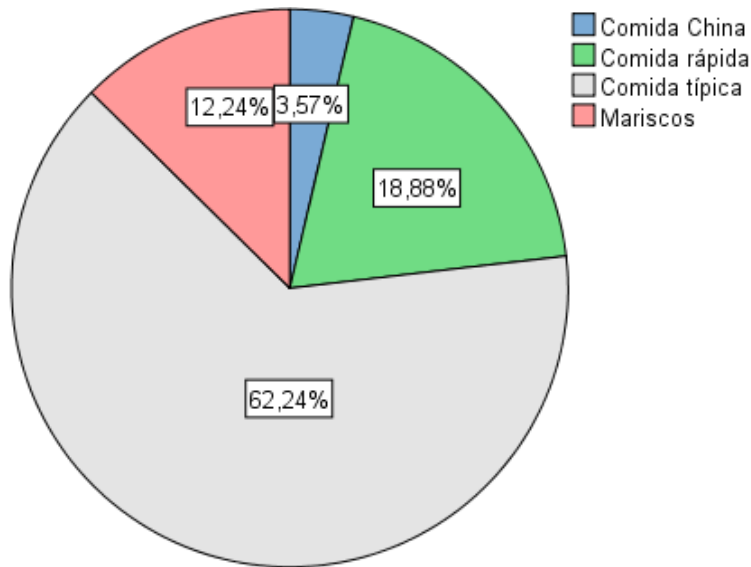


La figura 13 muestra que la opción más común es el hospedaje en casa de amigos o familiares lo cual refleja la importancia de los vínculos personales en la experiencia turística, especialmente cuando se busca reducir costos o sentirse en un entorno familiar, en hoteles, hostales y hosterías lo cual indica una tendencia hacia espacios que ofrecen mayor comodidad, servicios estandarizados y accesibilidad lo que sugiere que muchas personas priorizan la seguridad, la ubicación y la calidad del servicio al momento de elegir dónde hospedarse.

Por otro lado, una parte considerable de los encuestados no utiliza ningún tipo de alojamiento, lo que podría estar relacionado con viajes de un solo día o con la preferencia por retornar a casa el mismo día. Las opciones como cabañas, y Lodge tienen menor participación, lo que podría indicar una limitada oferta o bajo conocimiento de estas alternativas. En general, el gráfico muestra una preferencia por alojamientos convencionales y conocidos, mientras que las experiencias más alternativas aún presentan un bajo nivel de demanda.

Figura 14

Tipo de comida preferida



La figura 14 refleja una fuerte inclinación hacia la comida típica, lo cual indica que gran parte de los viajeros valora la gastronomía tradicional como parte fundamental de la experiencia turística. Esta preferencia sugiere un interés por conocer y disfrutar los sabores propios de la cultura local, lo que convierte a la comida en un elemento clave de identidad y atractivo en los destinos visitados.

En menor medida, también se consumen comida rápida y mariscos, lo que muestra que existen gustos diversos según las preferencias individuales, aunque estas opciones no superan la popularidad de la cocina tradicional. La comida típica, entendida como platos propios del lugar específico visitado, tiene una presencia moderada, mientras que la comida china es la menos elegida, lo que podría indicar una oferta aún limitada o poco demandada en este segmento. En conjunto, el gráfico evidencia que la gastronomía típica es un valor añadido del turismo, y su promoción puede fortalecer la identidad cultural y atraer a visitantes interesados en experiencias auténticas.

5.1.4. Segmento de mercado (perfil del turista)

En la siguiente tabla se muestra cual será el perfil del turista de la operadora:

Tabla 4

Perfil del Turista

Producto turístico: Operadora especializada en itinerarios naturales y culturales en el cantón Macará, Loja-Ecuador			
Segmentación Geográfica			
Variable		Número	Porcentaje
País:	Ecuador	16938986	100%
Región:	Sierra	6951541	41,0%
Provincia:	Loja, Azuay	1286030	18,5%
Ciudad:	Macará, Loja, Cuenca	864344	12,4%
1er resultado: 907249 personas de la ciudad de Cuenca y la provincia de Loja.			
Segmentación Demográfica			
Variable		Número	Porcentaje
Género:	Masculino y Femenino	864344	100,0%
Edad:	18-65 años	518606	60,0%
Estado civil:	Todos los estados civiles	518606	100,0%
Ocupación:	Empleado público, privado, comerciante, estudiante	372308	71,79%
Ingresos:	>=250 USD hasta 2,000 USD	321004	86,22%
2do Resultado: 864344 hombres y mujeres en edades de 18 a 65 años de todos los estados civiles que trabajan como empleados públicos, privados, comerciantes y estudiantes que ganan entre 250 a 2000 USD			
Segmentación Conductual			
Variable		Número	Porcentaje
Preferencia de tipo de turismo	Turismo natural y cultural (Bosques, montañas, áreas protegidas; comunidades y zonas rurales)	93348	29,08%
Resultado Final/Mercado Meta: 93348 hombres y mujeres que viven en la provincia de Loja y la ciudad de Cuenca de entre 18 a 65 años de todos los estados civiles que trabajan como empleados públicos, privados, emprendedores y estudiantes que tienen un nivel de ingresos económicos de menos de 250 a 2000 USD que prefieren visitar lugares como bosques, montañas y comunidades y zonas rurales			

La tabla de segmentación de mercado para la operadora especializada en itinerarios naturales y culturales en el cantón Macará, provincia de Loja, presenta el análisis realizado en la población de la provincia de Loja y Azuay donde se identifica al público objetivo quién será nuestro posible mercado consumidor.

En la segmentación geográfica, se puede observar que el producto está dirigido principalmente a personas residentes en el Ecuador, específicamente en las provincias de Loja y Azuay en los cantones de Macará, Loja y Cuenca donde se contabilizan aproximadamente 864.344 personas, que representan el 12,4 % de la población total del país. Este dato define un ámbito geográfico estratégico, ya que tanto Loja como Azuay poseen un alto potencial turístico y cultural, con una población interesada en actividades de naturaleza.

La segmentación demográfica muestra que el público objetivo está conformado por hombres y mujeres de entre 18 y 65 años, abarcando todos los estados civiles donde este grupo etario equivale al 60 % de la población local, lo que lo convierte en un segmento amplio y económicamente activo. En cuanto a ocupación, el 71,79 % se compone de empleados públicos, privados, comerciantes y estudiantes, es decir, personas con ingresos estables y posibilidades reales de consumo turístico. En el nivel económico, se destacan los individuos que perciben ingresos mensuales entre 250 y 2.000 USD, lo que representa al 86.22 % de la población segmentada, mostrando una capacidad adquisitiva media que permite acceder a paquetes turísticos de bajo y mediano costo.

Finalmente, en la segmentación conductual, se identifica que el 29,08 % de la población (aproximadamente 93.348 personas) manifiesta una preferencia por el turismo natural y cultural, especialmente hacia destinos con bosques, montañas, áreas protegidas, comunidades y zonas rurales lo que evidencia una clara inclinación hacia experiencias auténticas y sostenibles que combinan naturaleza y cultura, alineándose con la propuesta del producto turístico en Macará.

5.1.5. Análisis de la demanda

Tabla 5

Análisis de la demanda

Variable	Numero	Porcentaje
Mercado objetivo	864344	100%
Mercado real	93348	29,08%
Demanda insatisfecha	770996	70,92%

5.1.6. Análisis de la Oferta

Tabla 6

Análisis de la oferta

Nombre	Cantón	Permanencia	Paquetes al mes	Paquetes al año
Saraurku	Saraguro	6 años	3	36
Star Tourism	Loja	15 años	6	72
Mushukilla	Puyango	13 años	4	48
C&T Travel	Loja	6 años	5	60
Cuenca Bestours	Cuenca	9 años	10	120
			28	336

En este análisis se determina la competencia existente en el mercado de turismo natural y cultural ubicadas en diferentes cantones de la provincia de Loja y Azuay, considerando a las operadoras Saraurku, Star Tourism, Mushukilla, C&T Travel y Cuenca Bestours como competencia. Estas empresas operadoras de turismo representan parte fundamental de la oferta de turismo natural y cultural de la zona, siendo elemento clave para entender el funcionamiento del mercado y las posibilidades de crecimiento en el sector.

Las operadoras analizadas muestran una experiencia que varía entre 6 y 15 años de actividad, reflejando estabilidad y permanencia en el tiempo. Star Tourism, con 15 años de trayectoria en el cantón Loja, es la de mayor antigüedad y destaca por su sólida reputación en el ámbito regional. Le sigue Mushukilla, que opera desde hace 13 años en Puyango, con una marcada orientación hacia el turismo cultural y comunitario. Por su parte, Cuenca Bestours

lleva 9 años en el mercado, mientras que Saraurku y C&T Travel, con 6 años cada una, quienes han conseguido consolidarse mediante estrategias de diversificación y alianzas locales.

El análisis a estas empresas operadoras permite identificar una competencia estable y variada dentro del turismo natural y cultural donde cada operadora ha logrado mantenerse activa a lo largo del tiempo, mediante la calidad y diversidad de sus servicios. A pesar de que ofrecen experiencias similares como recorridos por entornos naturales, visitas culturales y actividades comunitarias, se requiere impulsar estrategias innovadoras que aporten valor y originalidad para atraer a un público más amplio. En este contexto, la presencia consolidada de estos competidores sugiere que el emprendimiento a implementar debe enfocarse en brindar experiencias seguras, personalizadas y accesibles, fortaleciendo la sostenibilidad, la participación local y la autenticidad de las vivencias, con el fin de diferenciarse y generar un impacto positivo tanto en los turistas como en las comunidades receptoras.

5.2. Estudio técnico

En este análisis, vamos a validar la posibilidad técnica para poner en marcha a la Operadora especializada en itinerarios turísticos naturales y culturales en el cantón Macará, Loja-Ecuador, la misma que permitirá identificar la factibilidad del presente proyecto, para determinar la localización óptima para llevar a cabo, la misma.

5.2.1. Macro localización

La macro localización de la operadora turística constituye un elemento fundamental para el análisis de su viabilidad, ya que permite identificar el contexto geográfico, político y territorial en el cual se desarrollarán sus actividades. De acuerdo con la información recolectada en el estudio de mercado, a nivel macro, la operadora se localizará en Ecuador, país que se caracteriza por su diversidad geográfica, cultural y natural, específicamente se establecen en la provincia de Loja, en el cantón Macará.

Tabla 7

Macro localización Cantón Macará



Para llegar a esta conclusión se tomaron en cuenta varios factores a considerar:

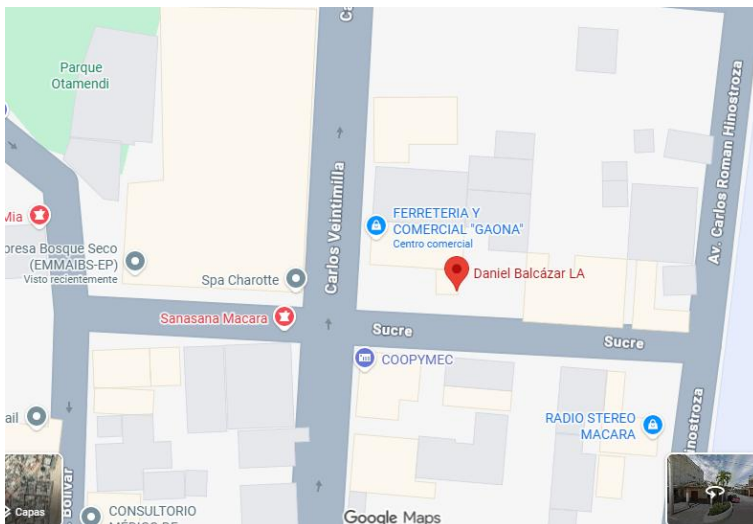
Es una ciudad que se encuentra limitada con el Puente Internacional Macará lo que abre una oportunidad para realizar comercio turístico, intercambios culturales y binacionales, lo cual puede ofrecer un valor diferenciador en el sector.

5.2.2. Micro localización

La operadora Macará Tours, se establecerá en la ciudad de Macará, la oficina cuenta con acceso fácil y seguro para los visitantes, la misma que se ubica en la calle sucre y Carlos Veintimilla, en el centro de la ciudad.

Tabla 8

Micro localización de la Operadora



Para la consideración del lugar, un aspecto clave, fue la cercanía a diferentes negocios que hay en el sector, como la Municipalidad del cantón, parques, iglesias, además que cuenta con todos los servicios básicos y está a un precio de arriendo accesible de \$100,00 dólares mensuales.

Otro aspecto es la ausencia de competencia directa en turismo especializado, ya que este sector, no cuenta con alguna operadora turística, lo que representa una ventaja competitiva para este proyecto, ya que podría posicionarse como la primera operadora especializada en la ciudad de Macará.

Combina con ríos fronterizos, cascadas, balnearios, reservas ecológicas y áreas protegidas aledañas al sector, que permiten realizar actividades de senderismo, observación, camping, observación de ríos, cascadas aportando una oportunidad de turismo.

De clima tropical, con temperaturas agradables para realizar actividades al aire libre, etc, además esta ciudad celebra sus fiestas cantonales y mantiene tradiciones gastronómicas, lo que facilita operaciones de una operadora especializada

5.3. El producto/servicio

5.3.1.1.Preámbulo y características

La operadora Macará Tours está diseñada para crear, gestionar y comercializar paquetes turísticos especializados en turismo natural y cultural en el cantón Macará, provincia de Loja, siendo su propósito principal transformar los recursos turísticos del lugar en experiencias integrales que combinen recreación, valoración cultural y conservación ambiental

El objetivo principal de la operadora es aprovechar el potencial turístico del cantón para desarrollar productos turísticos sostenibles y activar la economía del cantón, ya que Macará cuenta con una variedad de atractivos que son poco promocionados y escasamente articulados en propuestas de viaje, es por eso que Macará Tours busca posicionarse como una alternativa

que vincula los recursos naturales, las expresiones culturales y la gastronomía local mediante paquetes diseñados de acuerdo a la preferencia de consumo de los turistas.

El producto principal se presenta con paquetes turísticos estructurados que incluyen servicio de transporte turístico, guianza, actividades turísticas, alimentación de acuerdo con el itinerario y acompañamiento técnico. Cada uno de los paquetes que ofrece Macará Tours está diseñado con recorridos organizados y seguros, con tiempos reales de traslado, distancias adecuadas y actividades que responden al perfil del turista. Además, se incorpora rutas gastronómicas para dar a conocer al turista sobre los platos típicos que se ofrecen en la zona y que degusten de esa maravillosa experiencia culinaria que combina lo natural con lo cultural del cantón. Para la elaboración del diseño de los paquetes turísticos de la Operadora Macara Tours, se tomó en cuenta algunos de los atractivos turísticos que se encuentran dentro y fuera del cantón, así como se describen en el siguiente apartado:

Reserva Biológica Jorupe: Se encuentra ubicada a 5 km de la ciudad de Macará, un espacio natural protegido que destaca por su biodiversidad, donde abunda especies de flora y fauna únicas, la reserva cuenta con un sendero habilitado para caminatas y senderismo, ideal para quienes desean conectarse con la naturaleza, su clima, generalmente soleado y cálido, convierte a este lugar en un destino privilegiado para la observación de aves endémicas y la fotografía de la naturaleza.

Figura 15

Reserva Biológica Jorupe



Reserva de Utuana: Se encuentra ubicada en la Provincia de Loja muy cerca con la frontera con Perú, a una altura comprendida entre 2350 y 2600 msnm, su clima es cálido húmedo, lo que favorece una rica diversidad de ecosistemas y especies, el recorrido inicia por un sendero rodeado de vegetación nativa, donde uno de los principales atractivos son los bebederos de colibríes.

Figura 16

Reserva de Utuana



Reserva Ecológica Laipuna: Ubicada en el barrio Canguraca en la ciudad de Macará, la reserva abarca con una extensión de 1600 hectáreas, este sector alberga trece especies de especies de aves consideradas en peligro de extinción y varias especies de colibríes propios de la zona, este sector es ideal para quienes buscan senderismo, fotografía de naturales, observación de fauna.

Figura 17

Reserva Ecológica Laipuna



Fondos Azules: Este balneario se encuentra ubicado a 12 km de la urbe Macareña, en dirección al cantón Zapotillo, el atractivo principal del lugar son 3 lagunas de aguas cristalinas y naturales, que fluyen entre formaciones rocosas, su clima es cálido, y el ambiente tranquilo, lo que hace de este balneario un sitio ideal para disfrutar en familia, realizar caminatas suaves, conectarse con la naturaleza o incluso acampar.

Figura 18

Fondos azules



El resbaloncito: Se encuentra ubicado en la vía Panamericana a 5.5 km de la ciudad de Macará rumbo a Catacocha, este atractivo natural cuenta con un clima cálido y es conocido por su particular formación rocosa que simula un resbalón cubierto por agua, se trata de una piedra sólida y pulida, por el paso del tiempo, por donde corre una capa de agua, creando un efecto visual muy llamativo y refrescante.

Figura 19

El resbaloncito



Laguna de Amor: Es uno de los rincones más visitados del cantón, se encuentra ubicado en el barrio La Mandalá, a tan solo 6 km de la ciudad, este espacio natural se distingue por sus pequeñas cascadas y lagunas naturales de aguas cristalinas formadas por corrientes que descienden entre rocas y vegetación, el sonido del agua y el ambiente rodeado de vegetación crean un escenario ideal para relajarse, contemplar el entorno y disfrutar del aire puro.

Figura 20

Laguna del amor



La Lajilla: Es un balneario natural que se encuentra en la parroquia Eloy Alfaro, aproximadamente a 3km al este de la ciudad de Macará, para acceder a este balneario se lo puede hacer en vehículo ya que cuenta con una vía de tercer orden, al llegar al lugar, disfruta de los parajes que envuelven a propios y extraños que visitan este lugar. Además de sus aguas frescas y limpias también el disfrute está en realizar sus propios aperitivos ya que el lugar cuenta un espacio para realizar esta actividad.

Figura 21

La Lajilla



La cruz del panadero: Este sector destaca por su clima cálido seco y una temperatura promedio de 20 °C, forma parte del conocido “valle fructífero”, de Sabiango, llamado así por su capacidad agrícola, en muchas ocasiones, se convierte en un punto de encuentro para actividades tradicionales y caminatas comunitarias hacia el mirador y sus alrededores, disfrutando de su clima cálido y paisajes amplios, montañas y zonas agrícolas.

Figura 22

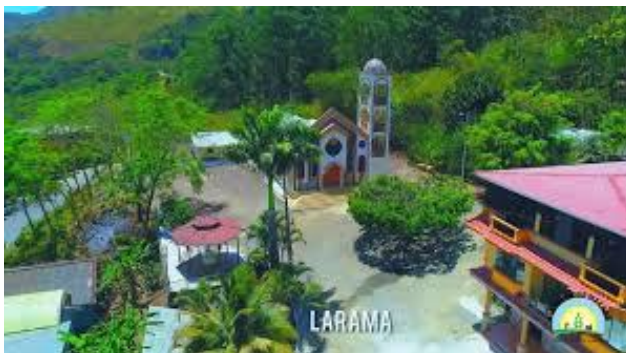
La cruz del panadero



Parroquia de Larama: Es uno de los territorios con mayor riqueza natural del cantón Macará, ubicada a 18 kilómetros al norte de la cabecera cantonal, esta zona posee una amplia variedad de atractivos turísticos, su entorno rural, su biodiversidad y sus paisajes singulares la convierten en un espacio ideal para el desarrollo de turismo ecológico y de aventura.

Figura 23

Parroquia de Larama



Petroglifos de Numbiaranga: Constituyen uno de los vestigios arqueológicos más interesantes del cantón Macará. Ubicados a 20 kilómetros de la ciudad, este sitio está conformado por un gran bloque de piedra de aproximadamente 2.85 metros de largo y 2.35 de ancho y una altura promedio de 0.70 metros, sobre su superficie se observan diversos grabados que representan figuras y símbolos cuyo significado aún genera interés y curiosidad entre visitantes y estudiosos.

Figura 24

Petroglifos de Numbiaranga



Iglesia san Antonio de Macará: Localizado en el corazón de Macará, a una altitud de 420 m.s.n.m., es el principal Atractivo Turístico del Cantón Macará, además en el Cantón predomina la religión católica, en la parte externa tiene un diseño de una barca tiene pileta además consta de luces ornamentales, baterías sanitarias.

Figura 25

Iglesia san Antonio de Macará:



Parque Otamendi: Considerado uno de los espacios más representativos del centro de Macará. Ubicado frente a la iglesia matriz y junto a importantes edificios municipales, su ambiente es acogedor y fresco, rodeado de áreas verdes, senderos peatonales y zonas de descanso, este parque se convierte en escenario principal durante celebraciones locales, actos cívicos, actividades culturales y eventos que unen a la comunidad.

Figura 26

Parque Otamendi Macará



Mirador María Auxiliadora: Uno de los puntos panorámicos de Macará, se encuentra a tan solo 1 km del centro de la ciudad, en la parte alta del mirador se encuentra un pequeño templete que resguarda la imagen de la Virgen María Auxiliadora, su ambiente tranquilo lo convierte en un sitio ideal para caminatas ligeras, momentos de reflexión, fotografía y contemplación, especialmente durante el amanecer y el atardecer, cuando el paisaje cobra tonos cálidos y espectaculares.

Figura 27

Mirador María Auxiliadora



Florecimiento de Guayacanes en Zapotillo: Es uno de los fenómenos naturales más impresionantes del Ecuador, se encuentra aproximadamente 147 kilómetros desde Macará, este suceso ocurre cuando miles de hectáreas de bosque seco tropical se cubren de un intenso color amarillo. Durante estos días, los guayacanes florecen de manera simultánea, transformando el paisaje en un escenario dorado único que atrae a turistas locales y extranjeros.

Figura 28

Florecimiento de Guayacanes en Zapotillo



Santuario Nacional del Cisne: El Santuario Nacional de El Cisne es uno de los centros de peregrinación más importantes del Ecuador, se encuentra en la parroquia El Cisne, en la provincia de Loja, su diseño se inspira en la arquitectura, lo que lo convierte en uno de los templos más imponentes de la región sur. Sus vitrales coloridos, arcos elevados, imágenes religiosas hacen del santuario un atractivo tanto para creyentes como para visitantes.

Figura 29

Santuario Nacional del Cisne



Feria Internacional Artes Vivas de Loja: Es un referente artístico para toda Latinoamérica, cada año, durante noviembre, la ciudad de Loja se transforma en un escenario vivo donde convergen teatro, danza, música, performance, circo, arte urbano y más. El festival reúne a artistas nacionales e internacionales que presentan espectáculos en teatros, plazas, calles, parques y espacios no convencionales.

Figura 30

Feria Internacional Artes Vivas de Loja



Fiesta de Cantonización de Macara: Macara cuenta con sus propias fiestas de cantonización entre ellas tenemos las siguientes

Fiestas 10 de agosto: Cada 10 de agosto Macará es celebrado en conmemoración de su cantonización, esta festividad es un punto de encuentro cultural entre Ecuador y Perú, durante estos días, se realizan actividades durante las fiestas:

Las principales instituciones de la ciudad participan en un desfile cívico, escolar y militar, que recorren las calles principales, la carrera de motos y rally local, es una competencia que reúne a motociclistas locales y de cantones vecinos, ofreciendo un espectáculo lleno de adrenalina, y el espectáculo de parapentes, desde las zonas altas del cantón se realizan vuelos recreativos y demostraciones aéreas que atraen a turistas y amantes de la aventura.

Feria Comercial, Artesanal y Gastronómica: Productores locales y visitantes exhiben artesanías, gastronomía típica, productos agropecuarios.

Eventos Artísticos y Conciertos: Durante las noches festivas se desarrollan espectáculos musicales con artistas locales, nacionales e internacionales.

Eventos Deportivos: Torneos de fútbol, vóley, ciclismo y actividades recreativas.

Figura 31

Fiesta de Cantonización de Macara



Fiestas 22 de septiembre: Es una de las fechas más importantes del cantón donde se conmemora la cantonización de Macará, durante estos días, el cantón se llena de vida con actividades cívicas, culturales y sociales que reflejan la identidad, historia y unión de la comunidad Macareña, las actividades más representativas son:

Desfile Cívico y Estudiantil: Instituciones educativas, autoridades, bandas de paz y delegaciones comunitarias recorren las calles en un desfile lleno de música y tradición.

Cabalgatas: Jinetes locales y visitantes recorren las rutas rurales y urbanas mostrando la esencia campestre, la tradición ganadera y el espíritu festivo del cantón.

Elección de la Reina del Cantón: Una gala cultural donde se elige a la soberana que representará a Macará. Es un evento muy esperado que incluye presentaciones artísticas, talentos locales y un ambiente de alegría.

Bailes y festivales en los barrios: Cada barrio organiza su propio baile popular, creando un ambiente festivo en toda la ciudad.

Actos protocolares por la cantonización: Ceremonias oficiales, reconocimientos y eventos institucionales que celebran la historia y el progreso del cantón.

Gastronomía típica de Macará: Cuenta con algunos platos típicos, entre ellos: Ceviche de carne, Seco de gallina criolla, Seco de chivo, hornado de gallina criolla, Repe blanco, Cecina de chancho.

5.4. Diseño ajustado a las preferencias del mercado

En este apartado, se describe el diseño de los paquetes turísticos que responde directamente a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, donde se evidenció preferencia por actividades relacionadas con la naturaleza como bosques, montañas, áreas protegidas, comunidades y zonas rurales, debido a que estas experiencias generan bienestar, desconexión con el entorno urbano para obtener contacto directo con la naturaleza y liberar estrés y recargarse de nuevas energías.

Los paquetes turísticos y full days que la operadora va a ofrecer al público consumidor han sido diseñados para incluir actividades como observación de flora y fauna endémica existente en el cantón, caminatas interpretativas, talleres culturales con las parroquias cercanas, visitas a balnearios naturales, recorridos gastronómicos y experiencias agrícolas vivenciales, que le permitan al turista sentirse parte del entorno, comprender el territorio y que se lleven recuerdos y experiencias maravillosas del destino visitado, por eso se han diseñado 3 paquetes de dos días una noche y 5 full days.

Además, se tomó en cuenta la accesibilidad económica, la cercanía geográfica y el tiempo disponible de los viajeros, quienes normalmente se movilizan durante fines de semana o feriados cortos, por eso la operadora ofrece paquetes de corta duración como full days y paquetes de 2 días/1 noche, con itinerarios que aprovechan la proximidad de los atractivos entre sí y los tiempos cortos de traslado desde la cabecera cantonal de Macará, característica que, hace que los paquetes sean viables para estudiantes, trabajadores y emprendedores que disponen de tiempo limitado, pero que desean vivir experiencias significativas.

Asimismo, se priorizó la seguridad, el confort y la facilidad de participación donde las actividades propuestas presentan niveles de dificultad moderada, adecuadas para un rango etario amplio sin necesidad de un entrenamiento físico exigente. Las caminatas, talleres y recorridos están diseñados para ser inclusivos, participativos y accesibles, permitiendo que personas de diferentes edades puedan disfrutarlas de manera segura.

Finalmente, se incorporó a la gastronomía como elemento diferenciador, ya que el público objetivo valora la mucho la comida típica de un lugar, los sabores tradicionales y la autenticidad culinaria. Por ello, varios de los paquetes integran alimentación típica de la zona, degustaciones artesanales, talleres gastronómicos y recorridos por restaurantes locales.

Paquete 1: Explorando el Bosque Seco y Montano Jorupe & Utuana

Duración: 2 días/1 noche

Descripción general:

Este paquete se ha diseñado con la finalidad de ofrecer al turista una experiencia única en la naturaleza de los ecosistemas más valiosos y representativos del sur del Ecuador, el bosque seco tumbesino y el bosque montano, reconocidos por su biodiversidad y especies endémicas. El diseño del paquete integra actividades de senderismo, observación de flora y fauna, educación ambiental y alojamiento generando una experiencia inmersiva para los turistas que buscan un espacio de tranquilidad a través del contacto directo con la naturaleza. Además, este paquete responde a la creciente demanda de visitantes interesados en turismo de naturaleza, fortaleciendo al mismo tiempo la economía local y promoviendo la conservación a través del uso turístico responsable.

Tabla 9

Paquete 1 Explorando el Bosque Seco y Montano Jorupe & Utuana

DÍA 1		
HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
07:00 – 07:15	Encuentro en el parque central Otamendi	Macará
07:30 – 08:00	Salida desde Macará hacia Reserva de Jorupe	Macará
08:15 – 09:30	Desayuno tradicional	Jorupe
09:30 – 12:00	Observación de flora y fauna endémica del lugar	Jorupe
12:15 – 14:00	Almuerzo típico	Urraca Lodge
14:10 – 17:00	Caminata hacia el Mirador del Bosque Seco	Jorupe
17:10 – 18:10	Recorrido por cabañas de Urraca Lodge	Jorupe
18:15 – 19:00	Check-in en Urraca Lodge	Jorupe
19:30 – 20:30	Cena en Urraca Lodge	Jorupe
20:45 – 21:30	Descanso en Lodge	Jorupe
DÍA 2		
07:00 – 08:00	Desayuno tradicional	Urraca Lodge
08:15 – 9:30	Traslado hacia Reserva de Utuana	Utuana
9:30 – 10:00	Introducción sobre el ecosistema de Bosque Montano	Utuana
10:00 – 12:00	Senderismo y observación de aves emblemáticas	Utuana
12:00 – 14:00	Almuerzo típico en Reserva de Utuana	Utuana
14:10 – 15:40	Retorno a Macará	Macará
16:00: - 18:00	Actividades de recreación en Balneario La Lajilla	Macará

EL paquete turístico “Explorando el bosque seco y montano Jorupe & Utuana” está diseñado para ser operado durante la temporada seca o de verano en los meses de mayo a noviembre, debido a las condiciones climáticas que se presentan en estos meses, debido a que resultan ser más favorables para la realización de actividades al aire libre como el senderismo, observación de flora y fauna.

Sin embargo, en la temporada de invierno que suele ser entre los meses de diciembre a abril, se considera de menor intensidad, debido a las precipitaciones que pueden afectar la accesibilidad y seguridad de los recorridos, durante esta temporada, el paisaje presenta una

mayor vegetación, por lo que este paquete puede adaptarse con actividades cortas, educativas y de observación. Los costos de este paquete se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 10

Costo del Paquete 1

Paquete 1	Costo por pax	Costo por 12 pax	Total
Transporte	8	96	96
Guía	2	24	24
Desayunos	8	96	96
Almuerzos	10	120	120
Cena	10	120	120
Entradas	10	120	120
Hospedaje	45	540	540
COSTO TOTAL			1116
COSTO POR PERSONA			93
UTILIDAD 30%			28
PVP			121
IVA 15%			18
VF			139

Recomendaciones y medidas a tomar en cuenta del paquete

- Usar ropa ligera para el clima cálido de Jorupe y ropa abrigada para Utuana.
- Llevar calzado adecuado para senderismo.
- Portar protector solar, gorra, gafas UV y repelente ecológico.
- Llevar traje de baño y toalla.
- Cámara fotográfica.
- Llevar hidratación.
- Mantener silencio durante los recorridos.
- No extraer flora ni fauna.
- Respetar las normas de las reservas y seguir las indicaciones del guía.

Incluye

- Transporte interprovincial.
- Transporte interno durante los dos días.
- Ingreso en la Reserva Jorupe, Utuana y balneario.
- Actividades: observación de flora y fauna, senderismo.
- Desayuno, almuerzo y cena según itinerario.
- Hospedaje (1 noche).
- Acompañamiento de guía turístico certificado.
- Equipamiento para observación de aves.

No Incluye

- Bebidas extras y snacks adicionales.
- Souvenirs o compras dentro de la reserva
- Propinas.

Paquete 2: Cultura, Aventura y Sabor de Macará

Duración: 2 días/1 noche

Descripción del Paquete

Este paquete fue diseñado para rescatar y difundir los saberes ancestrales, las tradiciones comunitarias y los paisajes rurales del cantón, generando una experiencia vivencial que combine el turismo comunitario, espiritual y de aventura integrando actividades como cabalgatas, caminatas interpretativas, medicina ancestral, parapente y gastronomía tradicional. El paquete busca fortalecer la identidad cultural local, incentivar la participación comunitaria y ofrecer al turista una conexión profunda con la naturaleza y la cosmovisión andina.

Tabla 11

Paquete 2: Cultura Aventura y sabor de Macará

DÍA 1		
HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
07:00 – 08:00	Desayuno típico	Macará
08:30 - 09:10	Salida desde Macará hacia Larama	Larama
09:10 - 09:30	Llegada y bienvenida a la parroquia	Larama
09:30 – 10:30	Visita a los diferentes emprendimientos de la zona	Larama
10:30 – 11:40	Cabalgata por paisajes agrícolas de Larama	Larama
12:00 – 14:00	Almuerzo típico en el lugar	Larama
13.30 – 14:50	Llegada a Mataderos	Larama
15:00 – 16:00	Caminata interpretativa de medicina ancestral	Larama
16:00 –17:30	Actividades de recreación Laguna del Amor	Larama
18:00 – 19:00	Alojamiento en Camping	Larama
19:00 – 20:00	Cena tipo picnic en el lugar	Larama
20:00 – 21:00	Meditación y relajación espiritual en Laguna del Amor	Larama
21:00 – 21:30	Relatos y leyendas locales asociadas a la formación rocosa	Larama
22:00	Descanso y pernoctación	Larama
DÍA 2		
07:00 – 08:30	Llegada a Numbiaranga	Numbiaranga
08:30 – 09:30	Desayuno típico	Numbiaranga
09:30 – 10:30	Visita e interpretación de Petroglifos de Numbiaranga	Numbiaranga
10:30 – 11:00	Ascenso la montaña de Numbiaranga	Numbiaranga
11:00 – 13:00	Actividad de parapente	
13:15 – 15:30	Taller gastronómico y degustación del ceviche de carne	Macará
15:45 – 17:45	Vista panorámica desde el Mirador María Auxiliadora	Macará
18:00	Retorno al centro de Macará	Macará

En la tabla 11 se muestra el paquete turístico Cultura y sabor de Macara, está orientado durante la temporada de verano, ya que permite el desarrollo de actividades como las cabalgatas, caminatas, parapente y actividades al aire libre, no obstante, en la temporada lluviosa, se considera de menor intensidad, ya que las lluvias puedan afectar la práctica de las

actividades antes mencionadas, a continuación, se presenta el costo del paquete y el precio de venta:

Tabla 12

Costo del paquete 2

Paquete 2:	Costo por pax	Costo por 12 pax	Total
Transporte	8	96	96
Guía	5	60	60
Desayunos	8	96	96
Almuerzos	10	120	120
Picnic	5	60	60
Cabalgata	3	36	36
Camping	10	120	120
Parapente	45	540	540
Fotografía y video	5	60	60
Taller gastronómico	15	180	180
COSTO TOTAL			1368
COSTO POR PERSONA			114
UTILIDAD 30%			34
PVP			148
IVA 15%			22
VF			170

Recomendaciones y medidas a tomar en cuenta del paquete

- Llevar ropa cómoda y calzado cerrado para caminar por zonas rurales.
- Llevar gorra, protector solar, repelente y agua.
- Linterna frontal o manual.
- Evitar ingresar a zonas restringidas en petroglifos.
- Respeto a las prácticas ancestrales y culturales.
- Buen estado físico para actividades de aventura.
- Personas con vértigo deben evitar el parapente.

Incluye

- Transporte interprovincial.
- Transporte interno.
- Guía turístico certificado.
- Alimentación completa (desayunos, almuerzos y cena).
- Actividades: Cabalgata, senderismo, parapente.
- Alojamiento en zona de camping.
- Visitas guiadas.
- Taller gastronómico: preparación y degustación de ceviche de carne.

No Incluye

- Bebidas extras y snacks adicionales.
- Souvenirs o compras en comercios locales.

Paquete 3: Loja y sus Artes Vivas

Duración: 2 días/1 noche

Descripción del paquete:

Este paquete fue diseñado para aprovechar uno de los eventos culturales más importantes del sur del país el Festival Internacional de Artes Vivas de Loja (FIAVL) combinado con naturaleza, bienestar y cultura urbana a través de visitas a Vilcabamba, el Parque Nacional Podocarpus, la Puerta de la ciudad, el Parque Jipiro, el Parque Villonaco y la Laguna de Corazón promoviendo el disfrute de espacios recreativos y la participación en eventos culturales como el FIAVL, con la finalidad de diversificar la oferta turística y posicionar a Loja como un destino cultural y natural de alto valor.

Tabla 13

Paquete 3: Festival Internacional Artes Vivas de Loja

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
DÍA 1		
04:00- 09:00	Salida hacia Vilcabamba	Cuenca
09:00- 10:00	Desayuno típico Lojano	Loja
10:00- 11:00	Caminata por el Valle de la Longevidad, Vilcabamba	Vilcabamba
11:40- 13:30	Senderismo y observación de flora y fauna en Parque Nacional Podocarpus	Vilcabamba
13:30- 15:00	Box Lunch en Parque Nacional Podocarpus	Vilcabamba
15:20- 15:50	Visita a Puerta de la ciudad de Loja	Loja
16:00- 18:00	Actividades recreativas en Parque Jipiro	Loja
18:10- 19:10	Check-in en Hotel Oro verde Loja	Loja
19:30- 20:00	Cena en Hotel	Loja
20:00- 23:00	Recorrido por el Festival Internacional de Artes Vivas de Loja	Loja
23:00	Descanso y pernoctación	Loja
DÍA 2		
08:00- 09:00	Desayuno en Hotel	Loja
09:20- 10:30	Recorrido y vista panorámica de la Ciudad desde Parque Villonaco	Loja
10:45- 12:15	Observación de fauna silvestre en Zoológico Orillas del Zamora	Loja
12:30- 14:30	Almuerzo típico en el centro de la ciudad	Loja
15:00- 17:00	Senderismo alrededor de la Laguna de Corazón	Loja
17:00- 21:00	Retorno a la ciudad de Cuenca	Cuenca

El festival internacional de artes vivas de Loja, está diseñado para operar principalmente durante el mes de noviembre, en este periodo se registra una alta afluencia de visitantes atraídos por la oferta artística cultural y recreativa de la ciudad, lo que convierte a Loja en un destino de alto interés turístico.

Tabla 14

Costo del paquete 3

Paquete 3: Artes Vivas	Costo por pax	Costo por 10 pax	Total
Transporte	30	360	360
Guía	2	24	24
Desayunos	10	120	120
Almuerzos	10	120	120
Cena	15	180	180
Hospedaje	55	660	660
Actividades recreativas	5	60	60
Entradas	3	36	36
		COSTO TOTAL	1560
		COSTO POR PERSONA	130
		UTILIDAD 30%	39
		PVP	169
		IVA 15%	25
		VF	194

Recomendaciones y medidas a tomar en cuenta del paquete

- Llevar ropa cómoda para largas caminatas.
- Mantener una conducta respetuosa en presentaciones y galerías.
- Portar abrigo para la noche.
- Hidratación.

Incluye

- Transporte interprovincial.
- Transporte interno
- Guía turístico.
- Hospedaje 1 noche.
- Alimentación completa (1 desayuno, 2 almuerzos y 1 cena).

- Entrada a dos funciones oficiales del festival FIAVL.
- Ingreso a galerías, pabellones y espacios escénicos.
- Taller artístico.

No Incluye

- Bebidas extras y snacks adicionales.
- Souvenirs o compras en ferias culturales.

Paquete 4: Full Day 1: Reserva Ecológica Laipuna

Descripción general:

Este full Day fue diseñado para ofrecer a los visitantes una experiencia de naturaleza activa en uno de los ecosistemas más representativos de Macará como lo es la Reserva Ecológica Laipuna de bosque seco tumbesino, donde se combina actividades como recorridos guiados, avistamiento de aves endémicas y migratorias, senderismo, cicloturismo y actividades de relajación en entornos naturales que permiten vivir un día completo de contacto directo con la naturaleza donde se busca sensibilizar al visitante sobre la conservación del bosque seco y promover prácticas de turismo sostenible vinculadas a la salud y el contacto con la naturaleza.

Tabla 15

Full Day 1: Reserva Ecológica Laipuna

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
07:00 – 08:00	Desayuno típico	Macará
08:00 – 09:00	Salida hacia la Reserva Ecológica Laipuna	Canguraca
09:00 – 10:30	Visita y recorrido por la estación científica	Canguraca
10:30 – 10:30	Senderismo y avistamiento de aves endémicas y migratorias	Canguraca
10:30 – 13:00	Almuerzo	Canguraca
13:00 – 14:30	Caminata hacia el Mirador Natural Laipuna	Canguraca
14:30 – 15:00	Recorrido en bicicleta hasta riberas del río Catamayo	Canguraca
15:00 – 16:30	Actividades recreativas como baños de bosque en río Catamayo	Canguraca
16:30 – 17:20	Retorno a Macará	Macará

Este Full Day presenta una mayor demanda durante los meses de mayo a noviembre, ya que las condiciones climáticas son favorables para actividades al aire libre como senderismo, cicloturismo y observación de aves, sin embargo, en los meses de diciembre a abril, la demanda disminuye debido a las dificultades de acceso, el riesgo en senderos y la menor visibilidad para avistamiento de fauna.

Tabla 16

Costo full day 1

Full Day 1: Reserva Ecológica Laipuna	Costo por pax	Costo por 12 pax	Total
Transporte	8	96	96
Guía	2	24	24
Desayunos	5	60	60
Almuerzos	4	48	48
Entradas	2	24	24
Cicloturismo	10	120	120
Birdwatching	10	120	120
COSTO TOTAL			492
COSTO POR PERSONA			41
UTILIDAD 30%			12
PVP			53
IVA 15%			8
VF			61

Recomendaciones y medidas a tomar en cuenta del paquete

- Llevar ropa ligera y transpirable (clima cálido).
- Usar zapatos cómodos y seguros para senderismo.
- Llevar gorra, protector solar y repelente.
- Portar suficiente agua y snacks ligeros.
- Permanecer en los senderos señalizados.
- Evitar ruidos excesivos para no alterar la fauna.

Incluye

- Transporte interprovincial.
- Transporte interno.
- Guía turístico.
- Desayuno y almuerzo.
- Entrada a la reserva.
- Equipamiento para ciclismo y birdwatching y actividades en agua

No Incluye

- Bebidas extras y snacks adicionales y propinas

Paquete 5; Full Day 2: Fondos Azules

Este paquete fue diseñado para ofrecer una experiencia única en uno de los lugares más llamativos del cantón, Fondos Azules donde la cascada de aguas cristalinas ofrece un espacio ideal para actividades recreativas, fotografía, actividades de aventura como cicloturismo y Canyoning y el contacto directo con la naturaleza. Además, se ha integrado una visita al puente Internacional de Macará con la finalidad de fortalecer el turismo binacional con recorridos patrimoniales, visitas a ferias de emprendimientos, gastronomía típica peruana.

Tabla 17

Full Day Fondos azules

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
07:30– 08:30	Desayuno típico a base de harina de maíz	Macará
08:30– 09:30	Visita la Iglesia de Macará y el Altar patrio	Laguar
09:30– 10:30	Visita feria de emprendimientos de productos locales	Laguar
10:30– 12:00	Visita al puente Internacional y recorrido por el Perú	Laguar
12:00– 13:00	Almuerzo típico del Perú	Laguar
13:00– 14:30	Cicloturismo hasta Fondos Azules	Laguar
14:30– 17:00	Canyoning y actividades recreativas en la cascada	Laguar
17:00 - 19:30	Retorno a Macará	Macará

El full Day de los fondos azules, presenta mejores condiciones paisajísticas y mayor atractivo visual durante la temporada de invierno, ya que el incremento del caudal del río potencia la fuerza y belleza escénica de la cascada, lo que genera un mayor interés por parte de los visitantes. Sin embargo, la temporada de verano, el caudal disminuye, reduciendo el impacto visual del atractivo.

Tabla 18

Costo Full Day 4 Fondos azules

Full Day 2: Fondos Azules	Costo por pax	Costo por 12 pax	Total
Transporte	10	120	120
Guía	2	24	24
Desayunos	5	60	60
Almuerzos	5	60	60
Canyoning	15	180	180
Ciclismo	15	180	180
Fotografía y videos	5	60	60
		COSTO TOTAL	684
		COSTO POR PERSONA	57
		UTILIDAD 30%	17
		PVP	74
		IVA 15%	11
		VF	85

Recomendaciones y medidas a tomar en cuenta del paquete

- Usar ropa cómoda y adecuada para actividades de aventura.
- Calzado apropiado para cicloturismo y canyoning.
- Llevar protector solar y repelente.
- Llevar traje de baño, toalla y sandalias antideslizantes.
- No ingresar a pozas profundas sin saber nadar.
- Portar documentos de identificación vigentes.

- Respetar normas migratorias y culturales de ambos países.
- Seguir las instrucciones de seguridad de los guías.

Incluye

- Transporte interprovincial.
- Transporte interno.
- Guía turístico.
- Desayuno y almuerzo.
- Recorrido cultural y binacional
- Actividad de cicloturismo y canyoning (equipo básico).

No Incluye

- Bebidas extras.
- Tasas migratorias o trámites personales.
- Gastos personales.

Paquete 6: Full Day 3: Arroz Macareño

Descripción general:

Este paquete está orientado al turismo agro productivo cultural como es el cultivo de arroz que tiene Macará, o también conocido como el Arroz Macareño, este paquete permite a los visitantes conocer de cerca el proceso productivo, talleres culinarios, ferias de emprendimientos y experiencias de bienestar como spa natural con productos a base de arroz y el uso gastronómico de este producto emblemático. Además, busca fortalecer el turismo rural, reconocer el trabajo de los productores locales, ofrecer al visitante una experiencia auténtica basada en la tradición y la innovación gastronómica. y diversificar la oferta turística del cantón. Este full Day presenta una alta viabilidad durante todo el año, ya que sus actividades no dependen directamente de condiciones climáticas extremas, al desarrollarse en espacios controlados y zonas rurales de fácil acceso.

Tabla 19

Full day 3 Arroz Macareño

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
08:00 – 09:00	Desayuno típico a base de arroz Macareño	Macará
09:10 – 10:30	Visita guiada y demostración de producción de arroz	Macará
10:30 – 11:30	Visita feria de emprendimientos de productos	Macará
11:30 – 13:00	Participación en taller de elaboración de alimentos con arroz Macareño	Macará
13:00 – 14:30	Almuerzo típico a base de arroz macareño	Macará
14:30 – 15:30	Participación en actividad de relajación en SPA natural a base de Arroz Macareño	La Mandalá
15:30 – 17:30	Actividades recreativas en Balneario el Resbaloncito	La Mandalá
17:40 – 18:00	Retorno a Macará	Macará

Tabla 20

Costo full day 3

Full Day 3: Arroz Macareño	Costo por pax	Costo por 12 pax	Total
Transporte	8	96	96
Guía	2	24	24
Desayunos	5	60	60
Almuerzos	5	60	60
Taller	10	120	120
SPA	10	120	120
		COSTO TOTAL	480
		COSTO POR PERSONA	40
		UTILIDAD 30%	12
		PVP	52
		IVA 15%	8
		VF	60

Recomendaciones y medidas a tomar en cuenta del paquete

- Usar ropa cómoda y ligera.
- Usar calzado adecuado para caminatas cortas.

- Llevar gorra, hidratación y protector solar.
- Llevar traje de baño y toalla para actividades recreativas.
- Informar previamente sobre alergias alimentarias.
- Mantener normas de higiene durante los talleres gastronómicos.
- Apoyar a los emprendimientos locales con consumo responsable.

Incluye

- Transporte interprovincial.
- Transporte interno.
- Guía turístico.
- Desayuno y almuerzo típico.
- Visita a arrozales y feria de emprendimientos.
- Taller gastronómico.
- Experiencia de spa natural.
- Actividades recreativas en balneario.

- **No Incluye**

- Bebidas adicionales.
- Compras de productos locales.

Paquete 7: FULL DAY 4: Florecimiento de los guayacanes

Este full day fue diseñado para aprovechar uno de los fenómenos naturales más espectaculares y únicos de la región sur del Ecuador, donde miles de árboles de guayacán florecen de manera simultánea transformando el paisaje en bosque dorado, por eso este paquete permite a los visitantes vivir esta experiencia de turismo de aventura y naturaleza a través de cabalgatas, tirolesa, paseos en bote y actividades recreativas, complementadas con gastronomía local, buscando atraer a visitantes interesados en paisajes únicos para dinamizar la economía local y promover la conservación de este ecosistema emblemático.

Tabla 21

Full Day 4 Florecimiento de los Guayacanes

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
05:00 – 08:30	Salida hacia Mangahurco	Macará
08:30 – 09:30	Desayuno en Bosque de Guayacanes	Mangahurco
09:30 – 11:30	Cabalgata por el bosque	Mangahurco
11:30 – 12:30	Tirolesa	Mangahurco
12:30 – 14:00	Almuerzo típico de la zona	Mangahurco
14:00 – 15:00	Paseo en bote	Mangahurco
15:00 – 16:00	Tiempo para actividades recreativas	Mangahurco
16:00 – 19:00	Retorno a Macará	Macará

Tabla 22

Costo full day 4

Full Day 4:	Costo por pax	Costo por 12 pax	Total
Transporte	30	360	360
Guía	2	24	24
Desayunos	5	60	60
Almuerzos	5	60	60
Entradas	5	60	60
Cabalgata	5	60	60
Paseo en bote	5	60	60
Tirolesa	3	36	36
		COSTO TOTAL	720
		COSTO POR PERSONA	60
		UTILIDAD 30%	18
		PVP	78
		IVA 15%	12
		VF	90

Recomendaciones y medidas a tomar en cuenta del paquete

- Llevar ropa ligera, sombrero, gafas UV y bloqueador solar.

- Usar calzado cerrado y resistente.
- Portar bastante agua (clima muy caluroso).
- Respetar los senderos y evitar dañar los guayacanes.
- No dejar residuos y cuidar el entorno natural.
- Cumplir las normas de seguridad en cabalgata, tirolesa y paseo en bote.

Incluye

- Transporte interprovincial.
- Transporte turístico interno.
- Desayuno y almuerzo típico.
- Registro e ingreso a las zonas de senderismo.
- Actividades: cabalgata, tirolesa y paseo en bote.
- Guía turístico.

No Incluye

- Gastos personales
- Bebidas extras.

Paquete 8: Full day 5: Virgen de El Cisne

Este full day fue diseñado para atender la alta demanda de turismo religioso que genera este centro de peregrinación entre los meses de agosto a octubre, por lo que mediante este paquete se ofrece una experiencia integral que incluye la visita al Santuario de El Cisne, el consumo de gastronomía típica, el contacto con emprendimientos locales y actividades de senderismo y descenso de cascadas para fortalecer el turismo religioso, diversificar la oferta del destino y generar beneficios económicos para las comunidades locales, promoviendo un turismo responsable y sostenible.

Tabla 23

Full Day 5 Virgen de El Cisne

Hora	Actividad	Lugar
06:00 –09:00	Salida hacia El Cisne	Macará
09:00 –10:00	Desayuno	El Cisne
10:00 – 11:30	Visita al templo	El Cisne
11:30 – 12:30	Recorrido por el Museo y Sala de Exvotos,	El Cisne
12:30 – 13:00	Visita al Mirador de El Cisne	El Cisne
13:00 – 14:30	Almuerzo típico	El Cisne
14:30 – 16:00	Recorrido por la feria artesanal	El Cisne
16:00 – 19:00	Retorno hacia Macará	Macará

Tabla 24

Costo full day 5

Full Day 5: Virgen del Cisne	Costo por pax	Costo por 12 pax	Total
Transporte	45	540	540
Guía	1	12	12
Desayunos	5	60	60
Almuerzos	5	60	60
Descenso de Cascada	20	240	240
		COSTO TOTAL	912
		COSTO POR PERSONA	76
		UTILIDAD 30%	23
		PVP	99
		IVA 15%	15
		VF	114

Recomendaciones y medidas a tomar en cuenta del paquete

- Utilizar vestimenta respetuosa para espacios religiosos.
- Calzado cómodo para caminatas y senderismo.
- Llevar ropa de cambio para actividades en cascadas.
- Portar agua, protector solar y dinero en efectivo.

- Seguir las indicaciones de seguridad durante el descenso de cascadas.
- Respetar las tradiciones locales y el entorno natural.

Incluye

- Transporte interprovincial.
- Transporte interno.
- Desayuno y almuerzo.
- Guía turístico.
- Visita al Santuario de El Cisne.
- Senderismo y descenso de cascada.
- Recorrido por ferias de emprendimientos.

No Incluye

- Velas, rosarios u objetos religiosos.
- Compras personales y recuerdos.

5.5. Infraestructura de la empresa

La oficina de la operadora Macará Tours estará ubicada diagonal al Municipio del Cantón, el lugar donde funcionará será un local arrendado y estará dividido en 4 áreas como: área de administración, sala de espera, atención al cliente, y baño y se va a distribuir de la siguiente manera:

5.5.1. Requerimientos por áreas:

Sala de espera: Este será el lugar donde los visitantes podrán esperar para ser atendidos, este contará con un dispensador de agua, mientras esperan ser atendidos, podrán distraerse viendo revistas, folletos promocionales de los lugares turísticos del sector, además contará con un televisor donde se podrá ver videos turísticos del sector.

Área de administración y gerencia: en este espacio la persona encargada de liderar la empresa llevará a cabo las respectivas acciones para el progreso eficaz de la empresa. En esta

área también se llevarán a cabo las reuniones entre el vendedor, la gerencia y posibles proveedores de servicios turísticos. Este ambiente será clave para coordinar la planificación, evaluar la gestión empresarial y realizar la rendición de cuentas mensualmente.

Baño: Servirá como un espacio para el uso de los clientes y del personal administrativo, estará ubicada detrás de la sala de espera.

Área de bodega: Se destinará al almacenamiento, organización y resguardo de los materiales, insumos y equipos que se utilizaran en la ejecución de los itinerarios turísticos naturales y culturales, como los equipos de seguridad, mochilas, materiales publicitarios, y otros recursos necesarios para llevar a cabo las actividades.

Área de vendedor: Espacio para la promoción, difusión y venta de los servicios turísticos de la operadora, encargado por la operadora u vendedor, aquí se atenderán a los clientes, se informará sobre los servicios ofrecidos, se gestionarán reservas y pagos, etc. A continuación, se muestra la infraestructura que tendrá la operadora:

Figura 32

Infraestructura Macará Tours



5.5.2. *Estimación de equipamiento y mobiliario*

En este apartado se detallarán los recursos materiales esenciales para la implementación de la oficina Macara Tours, en las diferentes áreas, como se muestra en la siguiente tabla:

Equipamiento de sala de espera, oficinas:

En este apartado se mencionan todos los elementos necesarios para garantizar un ambiente funcional, cómodo y profesional, tanto para el personal de la operadora, como para los visitantes, aquí se detallarán los muebles de oficina, dispositivos, accesorios y materiales que se permitirán el adecuado desarrollo de las actividades administrativas y una adecuada atención a nuestros clientes:

Tabla 25

Costos de Equipamiento de sala de espera, oficinas

Equipo	Descripción	Unidad	Valor
Escritorio	Escritorio esquinero con 3 cajones	2	\$250,00
Silla gerencial	Silla giratoria para mayor comodidad	2	\$360,00
Caunter	Caunter	1	\$150,00
Laptop	Laptop Core I5	2	\$1.023,00
Teléfono fijo	teléfono inalámbrico x2	1	\$106,99
Celular	Celular Samsung	2	\$460,00
Estante	Espacioso para guardar carpetas, etc.	2	\$102,00
Archivadores	Archivador 2 Cajones con Ruedas	3	\$165,00
Cámara profesional	Cámara profesional Canon	1	\$879,99
Impresora	Impresora Epson multifunción	1	\$479,99
Televisor	Televisor LG 25 pulgadas	1	\$329,00
Dispensador de agua	Dispensador de agua	1	\$120,00
Sillas de espera	Sillas de espera	6	\$270,00
Cafeter			\$145,26
Aro de luz	Aro de luz 50 pulgadas		\$50,00
Total			\$4.891,23

Insumos y materiales de oficina:

En la tabla 26 se presenta los materiales de oficina como como papelería, bolígrafos, así como suministros complementarios para el buen funcionamiento y la organización de la oficina.

Tabla 26

Costos de insumos y materiales de oficina

Detalle	Unidad	Valor Unitario	Total
Resma de papel	2	3,00	6,00
Grapadora	2	2,00	4,00
Perforadora	2	1,55	3,10
Bolígrafos	1	3,50	3,50
Resaltadores (caja)	1	3,70	3,70
Corrector (caja)	1	6,38	6,38
Marcadores (caja)	1	2,20	2,20
Calculadora	1	22,00	22,00
Notes	2	3,00	6,00
Archivador (carpetas)	5	1,20	6,00
Lápices (caja)	1	2,40	2,40
Borradores (caja)	1	6,00	6,00
Clips (cajas)	1	3,60	3,60
Sacapuntas	2	2,20	4,40
Tijeras	2	0,50	1,00
Sello personalizado	1	10,00	10,00
Dispensador de aromas	2	5,00	10,00

Materiales de aseo y limpieza:

Estos materiales ayudaran a mantener un ambiente ordenado e higiénico, dentro de las instalaciones de Macara Tours, como desinfectantes, detergentes, ambientadores y otros artículos necesarios para mantener el lugar limpio.

Tabla 27

Costos de materiales de aseo y limpieza:

Detalle	Unidad	Valor Unitario	Total
Basureros	2	\$5,59	\$11,18
Dispensador de papel	1	\$10,00	\$10,00
Dispensador de jabón líquido 500ml	1	\$8,00	\$8,00
Papel higiénico 12 u	1	\$5,00	\$5,00
Escoba	1	\$1,70	\$1,70
Trapeador	1	\$10,00	\$10,00
Recogedor de basura	1	\$2,33	\$2,33
Desinfectante líquido galón	1	\$5,00	\$5,00
Detergente	1	\$5,50	\$5,50
Ambientador	1	\$3,08	\$3,08
Cepillo para inodoro	1	\$1,50	\$1,50
Limpiador de pisos	1	\$4,09	\$4,09
Franelas	2	\$1,00	\$2,00
Alcohol (galón)	1	\$8,99	\$8,99
Bolsas de basura	1	\$1,00	\$1,00

Publicidad y otros materiales:

Para el funcionamiento de la operadora Macara Tours, es necesario invertir en materiales publicitarios, para dar a conocer los servicios de la misma, entre ellos, las tarjetas de presentación, folletos promocionales, afiches, entre otros.

Tabla 28

Costos de publicidad inicial y marketing

Equipo	Unidad	C. Unitario	Valor
Tarjetas de presentación	100	0,2	\$20,00
Folletos promocionales	100	0,15	\$15,00
Página web	1	650	\$650,00
Tasas y camisas personalizadas		5	\$80,00
Flyers	3	6	\$30,00
Publicidad ads			100
Imagen Corporativa			60
Total			\$955,00

En la estimación de los costos también se consideró otros materiales en el área de bodega, como insumos y materiales necesarios para asegurar el funcionamiento óptimo de la operadora: para el desarrollo de los itinerarios turísticos naturales y culturales, como se muestra a continuación:

Tabla 29

Otros costos

Equipo	Unidad	C. Unitario	C. Total
Parapente	1	1.400,00	1.400,00
Tiendas de Campaña	6	44,50	267,00
Binoculares	4	105,94	423,76
Chalecos salvavidas	10	53,39	533,90
Cascos	5	9,99	49,95
Soga de descenso	5	19,99	99,95
arnés	5	5,77	28,85
guantes	5	53,95	269,75
Total			3.073,16

5.6. Organización empresarial

La estructura organizacional de la empresa, será la de una estructura simple, debido a que por el tamaño y actividades es la que más se adapta a la empresa, dicha empresa contará con un empleado, además se contratará una contadora estrictamente solo para los requerimientos de la empresa:

Misión: Ofrecer itinerarios turísticos en el cantón Macará y a los pueblos aledaños a través de rutas turísticas guiadas, que permitan a los visitantes conectar con la belleza natural del sector, promoviendo el desarrollo sostenible de las comunidades locales y el cantón.

Visión: Ser reconocidos como la empresa líder en el sector de Macará y un referente en la provincia por la creación de paquetes turísticos innovadores, que inspiren a los visitantes a explorar, descubrir y preservar la riqueza natural del sector.

Políticas: Las políticas institucionales de Macará Tours, constituyen el marco normativo que orientará la gestión, la toma de decisiones correctas y el comportamiento de la empresa, ya que estas directrices permiten garantizar un buen funcionamiento sobre la filosofía institucional de la misma, a través de estas políticas, este emprendimiento establecerá los principios básicos que regirán sus operaciones y que servirán para el desarrollo del mismo.

Política de Turismo Sostenible: Macará Tours se compromete a implementar prácticas sostenibles, que minimicen el impacto ambiental, y promuevan la conservación de los recursos naturales y fomenten un turismo responsable en todas sus actividades.

Política de Seguridad y Prevención de Riesgos: Todas las actividades turísticas se desarrollarán bajo estrictos protocolos de seguridad, con personal capacitado, equipos adecuados y planes de contingencia para proteger la integridad física de visitantes y colaboradores.

Política de Protección del Patrimonio Natural y Cultural: La empresa impulsará acciones que preserven y valoricen los atractivos naturales y culturales del cantón Macará, evitando prácticas que pongan en riesgo su conservación.

Política de Inclusión y Atención al Visitante: Se promoverá un trato respetuoso, inclusivo y sin discriminación hacia todos los visitantes, asegurando accesibilidad e igualdad de oportunidades en la participación de las actividades turísticas.

Política de Protección al Medio Ambiente: Se promoverán acciones de manejo adecuado de residuos, uso eficiente de recursos, reducción de contaminación y actividades educativas para sensibilizar a visitantes y comunidades.

Valores: Los valores que enmarcan este emprendimiento son:

Sostenibilidad: compromiso absoluto con la conservación y preservación del entorno natural y cultural de Macará, a través de prácticas turísticas sostenibles y responsables.

Autenticidad: ofrecer experiencias auténticas que permitan a los visitantes conectarse genuinamente con la naturaleza y la cultura locales del cantón Macará y la provincia de Loja.

Responsabilidad social: contribuir de manera activa con el desarrollo económico y social de las comunidades locales a través del apoyo a proyectos comunitarios.

Educación ambiental: Promover la educación para el cuidado del ambiente entre los visitantes y la comunidad local para aumentar el nivel de conciencia de la conservación.

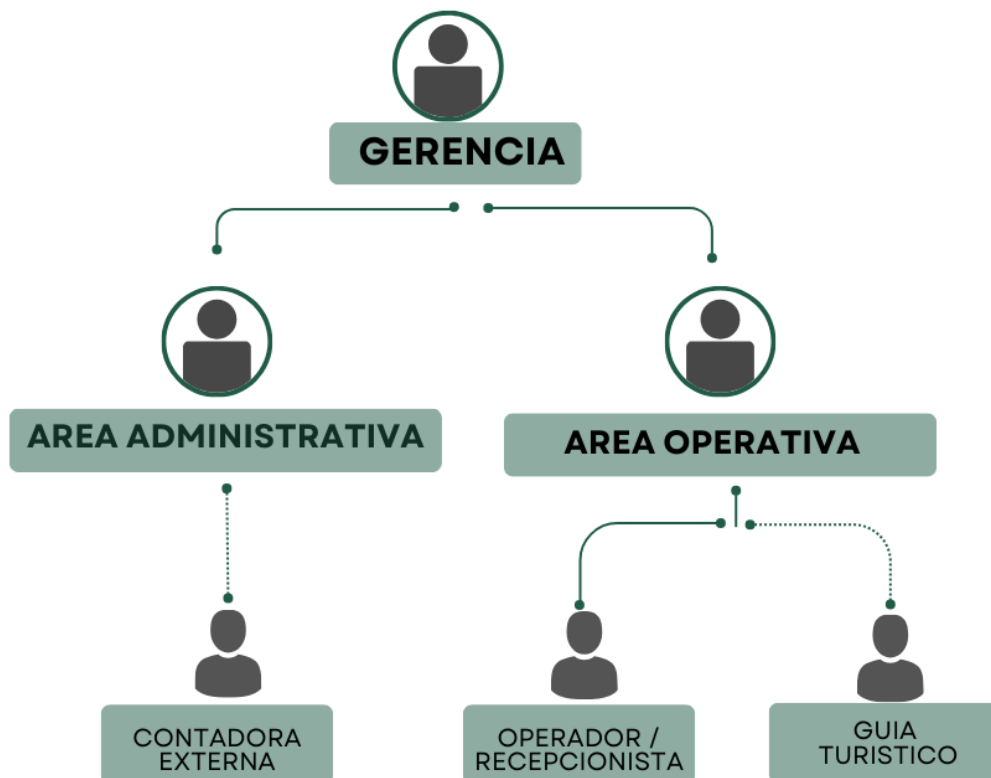
Seguridad: en todo momento se da prioridad a la seguridad tanto de los clientes como del personal en todas las actividades y operaciones de la empresa.

Colaboración: estimular el desarrollo de relaciones sólidas y colaborativas con el GAD Cantonal de Macará, gobierno provincial y organizaciones sin fines de lucro que compartan objetivos similares en el turismo rural y la sostenibilidad.

5.6.1. Organigrama

Figura 33

Organigrama estructural



El organigrama estructural definido por la creadora de este emprendimiento, se organizará en dos áreas:

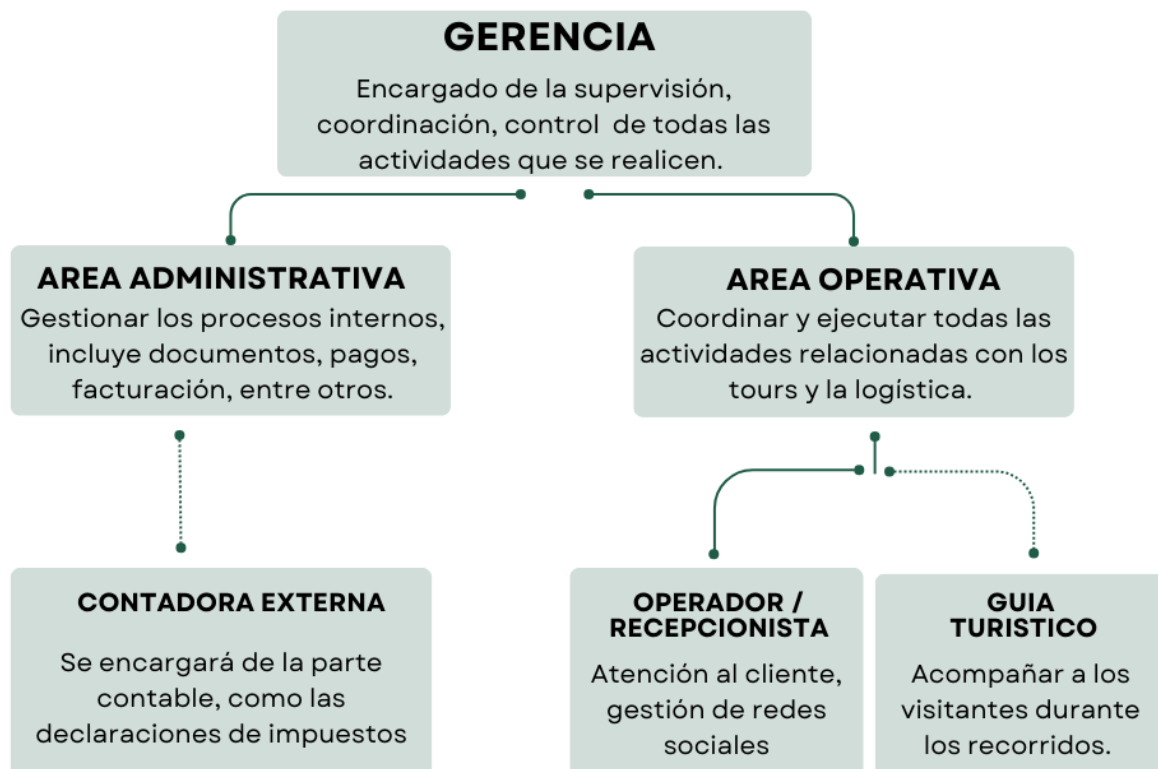
Gerencia o administración: Representa la máxima autoridad que tendrá la operadora, estará encargada de dirigir, controlar y supervisar todas las operaciones.

Área Operativa: Vendedor u operador: Se llevará a cabo toda la planificación y gestión de todas las actividades operativas, con el objetivo de ofrecer a nuestros visitantes. Aquí se contará con el personal del operador y del guía turístico.

5.6.2. Funciones

Figura 34

Organigrama funcional



A continuación, se detalla las funciones y roles que tendrán los colaboradores de Macara Tours

Gerente o administrador: Es el responsable principal de dirigir la empresa, tomando decisiones para el buen funcionamiento, entre las principales funciones se encuentran:

- Planificar, organizar y supervisar todas las operaciones de la operadora
- Diseñar, evaluar y actualizar los paquetes turísticos ofrecidos por la empresa
- Coordinar con los distintos proveedores turísticos, transportistas y aliados estratégicos.
- Tomar decisiones orientadas a optimizar recursos y asegurar a estabilidad de la operadora
- Representar institucionalmente a Macará Tours ante entidades públicas, privadas, o cualquier organismo que lo requiera.

Área Administrativa: Se encargará junto con la gerencia de mantener el orden interno de la empresa, y asegurar que todos los procesos contables, financieros y documentos se realicen correctamente. Entre sus funciones se encuentran:

- Realizar el control contable, registro de ingresos, gastos.
- Apoyar en la gestión de contratos, permisos y documentación legal para la operadora.
- Apoyar a la gerencia en tareas administrativas y reportes cuando se requiera.

Área Operativa: Su función es garantizar el funcionamiento de los servicios turísticos, y el acompañamiento al cliente durante todo el proceso, sus funciones incluyen:

- Atender consultas, brindar información clara y registrar reservas de los paquetes turísticos.
- Coordinar la logística de tours, transporte, hospedaje y servicios contratados con los proveedores.
- Llevar un seguimiento de las operaciones del día, solicitudes, ventas, verificando que todo se ejecute según lo planificado.
- Apoyar en la difusión de información y en la promoción de los tours cuando sea necesario.

Vendedor / Operador: Su tarea se centra en atraer clientes, brindar información y asegurar una experiencia clara y confiable durante este proceso, entre sus funciones abarcan:

- Atender a los clientes, ofreciendo información detallada sobre los destinos, servicios incluidos y condiciones de los paquetes.
- Resolver dudas, brindar acompañamiento durante este proceso
- Apoyar en la gestión de la publicidad necesaria para promocionar los paquetes turísticos tanto en los medios digitales, como en los diferentes medios de comercialización.
- Registrar solicitudes, ventas, y otros datos relevantes para el control interno de la operadora Macará Tours.
- Apoyar en la coordinación logística básica con proveedores cuando se requiera

Guía Turístico: Es será el responsable de acompañar, orientar a los visitantes durante los recorridos, garantizando una experiencia memorable y segura, entre sus funciones abarcan:

- Informar y explicar de manera clara y profesional la historia, cultura y atractivos de cada destino visitado, y resolver dudas durante el tour.
- Acompañar a los visitantes, asegurando la seguridad, el orden y el bienestar de todos.
- Representar a la operadora Macara tours, con profesionalismo, fomentando el respeto y la buena convivencia.

Contadora Externa: Aunque no forma parte del personal estable de la empresa, esta cumple un rol fundamental en el cumplimiento contable y tributarios, sus funciones incluyen:

- Elaborar y presentar las declaraciones de impuestos impuestas por el SRI.
- Asesorar a la operadora sobre obligaciones tributarias costos y estrategias financieras
- Emitir un informe mensual y reportes específicos solicitados por gerencia
- Verificar el cumplimiento normativo aplicables al sector turístico
- Llevar la contabilidad general de la operadora turística.

5.7. Constitución legal de la empresa

Macarás Tours se constituirá legalmente bajo la figura jurídica de persona natural, siendo la propietaria y responsable directa, la autora de la presente investigación, quien asumirá la gestión administrativa, operativa y comercial del emprendimiento, y, para llevar a cabo su actividad económica, y para su funcionamiento deberá regirse y cumplir con los siguientes organismos de control:

Ministerio de turismo del Ecuador: El registro de actividades turísticas puede llevarse a cabo a través del sistema SIETE del Ministerio de Turismo teniendo en cuenta los requisitos indicados según la (Ley de turismo, 2014), establece los siguientes requisitos:

- Escritura de constitución de la empresa
- Certificado de cumplimiento de obligaciones y existencia legal
- Nombramiento de representante legal
- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Certificado de Búsqueda Fonética
- Documento constitutivo de la empresa
- Permiso de uso de suelo.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Macará: Se debe obtener los permisos de funcionamiento, patente municipal, y los requisitos necesarios para el funcionamiento de la operadora,

- Solicitud de inspección del local
- Copia de cedula de identidad y certificado de votación del representante legal
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Copia del certificado de no adeudar al Municipio
- Copia del pago del predio urbano

Asimismo, es necesario solicitar la patente municipal, cuyo procedimiento se muestran a continuación:

- Copia de cédula de ciudadanía del representante legal
- Copia del RUC actualizado
- Declaraciones del impuesto a la Renta del ejercicio económico del año anterior
- Copia de pago de tasa Bomberos

Para la obtención del permiso de bomberos se debe cumplir los siguientes requisitos para poner en marcha este emprendimiento turístico

- Cedula de identidad y certificado de votación del representante legal
- Número del registro único de contribuyentes (RUC)
- Inspección y documento que detalla el área de la operación

Licencia anual de funcionamiento: La Licencia Única Anual de Funcionamiento “LUAF” es la licencia otorgada por el GAD Cantonal, y se obtiene a los establecimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo, para que puedan desarrollar sus actividades con normalidad.

- Presentar el formulario general de solicitud de la LUAF
- Tener un certificado del Registro otorgado por el Ministerio de Turismo
- Pagar el impuesto a la patente municipal y el costo de emisión de la LUAF
- Certificado de no adeudar al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal
- Tener un permiso de bomberos
- Presentar copias actualizadas del RUC
- Presentar un listado de precios y la capacidad de la oferta
- Presentar un plan de contingencia aprobado por la jefatura de Riesgos del GAD

Servicio de Rentas Internas: La operadora Macará Tours, para poder ejercer sus actividades económicas, es necesario obtener el RUC, así como la firma electrónica, conforme

lo establece (Ley de Registro único de Contribuyentes, 2004) y deberá cumplir con los siguientes requerimientos:

- Cédula de identidad y certificado de votación del representante legal
- Documento para registrar el establecimiento de la empresa
- Escritura pública de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización del RUC

Tabla 30

Costos de Constitución de la Operadora

Descripción	Valor
Licencia Anual de Funcionamiento turístico	80,00
Inscripción en el Registro Mercantil	25,00
Patente Municipal	51,00
Permiso de construcción	139,50
Permiso de Bomberos	3,50
Permiso de ARCSA	254,00
Gastos de abogado	200,00
Constitución de la empresa	400,00
Total	1.153,00

5.8. Estrategias de Comercialización

Una de las estrategias de comercialización para Macara Tours, es implementar acciones enfocadas en la promoción y captación de clientes a través de diferentes plataformas, las mismas que buscan aumentar la visibilidad tanto de la operadora como de los paquetes turísticos que se ofertarán en la misma. Entre las principales estrategias se consideran:

5.8.1.1. Marca e imagen corporativa

A continuación, se presenta los componentes de la identidad visual que tendrá nuestro emprendimiento, incluyendo el logotipo, los colores y la tipografía para garantizar reconocimiento y esencia de la marca.

5.8.2. Diseño de logo/isotipo

Figura 35

Logotipo de Macará Tours



Macara Tours, es el nombre comercial de la operadora turística, inspirado en el cantón “Macará” reconocido por su biodiversidad, cultura fronteriza y paisajes naturales, el término “tours” complementa el nombre al definir la actividad principal del emprendimiento, el nombre “Macará tours” refleja la identidad territorial, pertenencia y orgullo local, proyectando una marca cercana, confiable y autentica, alineada con la misión de difundir los atractivos naturales, culturales y tradicionales de este rincón del país llamado Macará.

El eslogan “Un viaje entre paisajes y tradiciones” sintetiza la esencia de los servicios que ofrece la operados, esta frase destaca dos pilares esenciales de la experiencia turística en Macará, la palabra “paisajes” representa los atractivos naturales, reservas ecológicas, ríos, lagunas y montañas características de la zona, mientras que la “tradiciones” enmarcan la cultura local, costumbres, gastronomía, calidad humana que enriquecen cada recorrido.

El eslogan comunica que Macará Tours no solo ofrece viajes, sino vivencias profundas que conectan al visitante con la naturaleza y la identidad cultural del territorio.

5.8.2.1. Caracterización del logotipo y colores

El logotipo de este emprendimiento MACARA TOURS, fue esquematizado, tomando en cuenta algunos elementos y colores para que los visitantes puedan contemplado en un lapso breve de tiempo, con la finalidad de crear una conexión directa.

El icono que es sobre las montañas y aves simbolizan libertad, naturaleza, y aventura, dichos elementos fortalecen la sensación de destino natural y experiencias al aire libre, en cuanto a la tipografía es gruesa, moderna y legible, en tonos verdes que proyecta estabilidad, y confianza.

La Marca MACARA TOURS, ha sido diseñada, con un enfoque simple y funcional, que permite su adecuada adaptación a diversos formatos en el sector turístico, su estructura gráfica y visual basada en forma de montañas, así como otros elementos naturales, tipografías y colores, en tonalidades verdes y grises, que transmite naturaleza y sostenibilidad, atributos esenciales en una operadora especializada en turismo natural y cultural.

De acuerdo con las características antes mencionadas, Macara Tours, cuenta con una identidad visual moderna y coherente, capaz de mantenerse reconocible en cualquier contexto por los visitantes, lo que garantiza un posicionamiento sólido en el mercado turístico.

5.8.2.2. Adaptabilidad de la marca

La identidad visual de la operadora Macará Tours, se caracteriza por su capacidad de adaptarse a diferentes medios y formatos, su diseño flexible permite ser aplicado en uniformes, material promocional, tarjetas de presentación, papelería corporativa, y accesorios de oficina, manteniendo siempre coherencia y reconocimiento

Esta adaptabilidad garantiza que la marca conserve su esencia, fortaleciendo su presencia y permitiendo una comunicación clara con clientes, aliados y turistas en todos los puntos de contacto.

Figura 36

Adaptabilidad de la marca



5.8.3. Propuesta comercial

5.8.3.1. Descripción de los canales de comercialización

Para la comercialización de los paquetes turísticos de la operadora, se ha considerado canales de comercialización tanto directos como indirectos, diseñados para asegurar que el producto llegue de manera efectiva al cliente final.

Canales directos: Macará tours contará con canales directo de comercialización que permitirá una atención personalizada y cercana con los visitantes, mediante estas herramientas los clientes podrán obtener información completa sobre los tours, precios, itinerarios y servicios directamente en la oficina física de la operadora, que se encontrará ubicada en un sector estratégico de la ciudad.

Los canales digitales, como la página web, redes sociales, entre otros también se promocionará y se venderán directamente los paquetes de los tours, ya que se encuentra optimizado para realizar estos procedimientos, aquí podrán realizar reservas, gestionar pagos de manera inmediata, resolver dudas, etc.

Figura 37

Canales directos de comercialización



Canales indirectos: Mediante los canales indirectos permitirán que Macará tours amplie su alcance mediante intermediarios estratégicos que conectan los servicios de la operadora con un mayor número de visitantes, es por ello que se establecerá alianzas con Instituciones locales como el GAD municipal y otras entidades que promuevan la actividad turística en el sector.

Además, se plantea colaborar con otras agencias de viaje de ciudades cercanas como Loja, Cuenca, lo que permitirá ampliar la difusión de los servicios a nivel nacional, estas alianzas serán fundamentales para aprovechar la afluencia de turistas durante festividades, ferias, eventos culturales.

Figura 38

Canales indirectos de comercialización



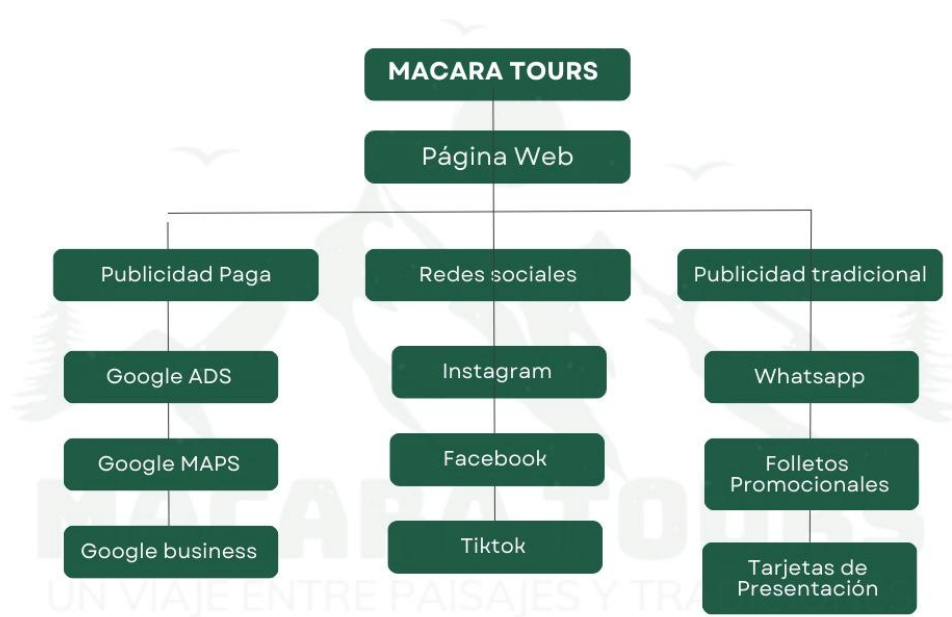
5.8.3.2. Estructuración de la plataforma de comercialización

Las plataformas de comercialización de Macara Tours, serán utilizados para promocionar y vender los servicios turísticos, a través de estas herramientas la operadora podrá

llegara a diferentes tipos de clientes, dar a conocer sus paquetes y tener presencia digital. Entre las principales plataformas se consideran:

Figura 39

Plataformas de comercialización



5.8.3.3. Página web

Para Macará tours contar con una página web es una herramienta indispensable, para ofrecer una experiencia completa a los turistas, por lo tanto la web estará bien estructurada, para que los visitantes conozcan a fondo los servicios que ofrece la operadora, además dispondrá de herramientas de gran utilidad como el vínculo para reservas, atención al cliente, correo institucional para mayor confiabilidad de los clientes, el mismo que estará diseñado tanto en español como en inglés para mayor facilidad de los turistas, el sitio estará disponible bajo el dominio de www.macaratours.com.ec.

Figura 40

Modelo del diseño de la página web



Características de la página web

La página web cuenta con información básica necesaria para que los turistas puedan organizar su viaje, dentro de los principales enlaces que se maneja en la página son:

Inicio: Página inicial donde el turista empieza a explorar el sitio web.

Sobre nosotros: Cuenta con información acerca de la operadora, este enlace cuenta con números de teléfonos, e-mails, quienes son las personas que trabajan con sus respectivas identificaciones y fotos, ubicación de la agencia, mapa del sitio, etc.

Servicios: En este enlace se encuentran todos los servicios que oferta la agencia como transporte, alimentación, guianza, etc.

Tours: Aquí se encontrará todos los tours que maneja la empresa con sus descripciones, costos, impuestos, fotografías, etc.

Contacto: En esta parte del sitio web es un enlace interactivo donde el turista se puede contactar directamente con la agencia.

5.8.3.4. Google ADS / bussines / Maps

Es importante utilizar herramientas de publicidad para llegar a posibles visitantes que buscan destinos y servicios turísticos en la región sur del Ecuador.

Google ADS: A través de esta herramienta permitirá crear campañas publicitarias segmentadas según intereses específicos, como edades, países y comportamientos de búsqueda relacionados con el turismo, naturaleza, aventura, entre otros, gracias a esta plataforma Macará Tours, podrá aparecer entre los primeros resultados, cuando los usuarios busquen información acerca de lugares turísticos en la ciudad de Macará y sus alrededores.

Google Business: Será esencial para fortalecer la presencia digital de la operadora, a través de esta, Macará tours, podrá mostrar su información de contacto, ubicación exacta, horarios de atención, fotografías de todos los tours, reseñas de los clientes, testimonios, y enlaces directos para comunicarse, esto hace que, aumente la credibilidad del negocio y facilita que los visitantes encuentren y contacten con la operadora de forma rápida y confiable.

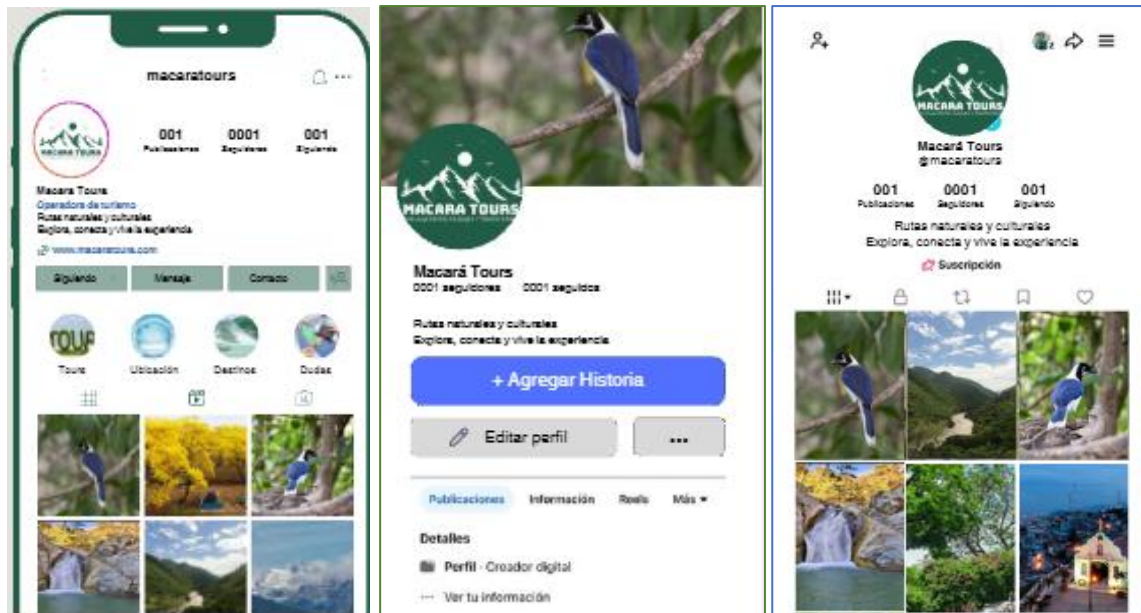
Google Maps: Juega un papel importante en la experiencia del viajero, al estar correctamente posicionada en el mapa, la operadora aparecerá como una opción cercana y accesible para quienes buscan servicios turísticos en Macará y sus alrededores, además los turistas podrán navegar hacia la oficina, ver rutas recomendadas y conocer opiniones reales de otros visitantes, lo que fortalece la decisión de compra.

5.8.3.5. Redes sociales

Macara tours contara con 3 redes sociales que son Instagram, Facebook y Tiktok, y la difusión constante en estas aplicaciones, para la publicación de videos, reels, fotos y publicaciones informativas y promocionales de los diferentes destinos turísticos, las 3 herramientas llevaran el nombre de Macara Tours, que es un nombre de usuario que está disponible en todas las redes, como se muestra a continuación:

Figura 41

Formato redes sociales Macará Tours



5.8.3.6. Mensajería

Mantener una conexión efectiva con los clientes es una herramienta clave para la fidelización de la misma, es por ello, que, a través de WhatsApp Business, permitirá brindar atención inmediata, resolver dudas, enviar información sobre los paquetes turísticos, además este canal permite el uso de mensajes automáticos, catálogos digitales, y respuestas prediseñadas, lo que optimizará la atención al cliente para una mejor gestión.

5.8.3.7. Tarjetas de presentación:

Constituyen una forma práctica de compartir información sobre Macara Tours, ya que, a través de ellas, los interesados se pueden poner en contacto y conocer rápidamente quienes somos, su diseño reflejara la identidad visual de la operadora, esto incluye el logotipo, colores de la marca y datos de contacto relevantes, estas tarjetas nos ayudaran a promover los servicios, generar un poco de confianza y mantener una conexión directa y accesible con los turistas.

Figura 42

Formato Tarjetas de presentación



5.8.3.8. Folletos promocionales

A través de un diseño llamativo y contenido corto, pero claro, estos folletos permitirán que los visitantes conozcan de manera rápida los destinos turísticos y actividades que ofrecemos, los mismos que serán distribuidos en puntos estratégicos como hoteles, restaurantes, ferias y comercios locales, facilitando que más personas descubran nuestras rutas y experiencias.

Figura 43

Folletos Promocionales






LOJA



Y SUS ARTES VIVAS

PAQUETES TODO INCLUIDO



\$194
Por persona

2 DÍAS 1 NOCHE

Comenzamos con guías expertos

EXCURSIÓN

RESERVA LAIPUNA

- Transporte interno.
- Guía turístico.
- Alimentación

\$ 61
Por persona

www.macaratours.com




RUTA DE SENDERISMO

FONDOS AZULES

Incluye:

- Transporte ida y vuelta
- Canyoning
- Fotografías
- Desayuno
- Almuerzo

Sé parte de esta experiencia

Fondos Azules es un hermoso conjunto de pozas naturales de aguas turquesa rodeadas de rocas y bosque seco. Un destino perfecto para relajarse, nadar y disfrutar de paisajes únicos en Macará. Ideal para amantes de la naturaleza y la fotografía.

Reserva:

www.macaratours.com
0978726854

\$85 Por persona




Full Day

ARROZ MACAREÑO

Macará tierra de arrozales, conoce el proceso de producción del arroz más rico del mundo.

Incluye:

- Transporte
- Guía turístico
- Alimentación
- Visita y recorrido

DESDE \$60
POR PERSONA

0978726854
macaratours.com



DESCUBRE LA MAGIA DEL FLORECIMIENTO DE LOS GUAYACANES

MANGAHURCO

Viaja con nosotros al Bosque de Guayacanes y vive la magia del florecimiento, caminando entre árboles dorados que iluminan el paisaje como un amanecer eterno en la tierra.

Ideal para parejas, familias y amantes de la naturaleza.

SALIDAS DISPONIBLES
Enero -

LUGAR
Mangahurco

INCLUYE



Transporte



Guía local



Acceso al bosque



Comida

\$90

Por persona

¡Reserva ahora y asegura tu lugar!
Cupos limitados por temporada

macaratours@gmail.com

0978726854

www.macaratours.com



PAQUETE POR
\$114
POR PERSONA

VIAJA AL CISNE FULL DAY

- TRANSPORTE IDA Y VUELTA
- ALIMENTACIÓN
- VISITAS Y RECORRIDO
- GUÍA TURÍSTICO



CONTACTO 0978726854

WWW.MACARATOURS.COM

6. Estudio Ambiental

La operadora Macará Tours tiene como finalidad ofrecer paquetes turísticos que promuevan el aprovechamiento responsable de los atractivos naturales y culturales del cantón Macará y sus alrededores, a través de sus actividades, la operadora busca brindar experiencias turísticas auténticas en contacto con la naturaleza, fomentando el respeto por el entorno y la conservación de los recursos naturales.

Este emprendimiento contribuye al fortalecimiento del turismo local, impulsando la diversificación de la oferta turística y generando oportunidades de desarrollo económico para las comunidades vinculadas a este sector, en este contexto, el estudio ambiental permite identificar, prevenir y mitigar posibles impactos derivadas de las actividades turísticas, garantizando que se desarrollen de manera sostenible y en armonía con el medio ambiente.

6.1. Objetivos

6.1.1. *Objetivo general*

Evaluar los impactos ambientales que generan las actividades de la Operadora turística Macará Tours ubicada en el cantón Macará, mediante la aplicación del método de Leopold Modificado, con el propósito de identificar, valorar y jerarquizar los efectos positivos y negativos de los IA.

6.1.2. *Objetivos específicos*

Identificar los posibles Impactos Ambientales generados por las actividades de la operadora turística.

Evaluar y jerarquizar los IA generados por las actividades de la operadora mediante la aplicación de la metodología de Leopold modificado.

Diseñar un plan de manejo ambiental que contemple acciones preventivas, correctivas y de mitigación, orientadas a minimizar los impactos negativos y garantizar la sostenibilidad del proyecto turístico.

6.2. Determinación de fases e identificación de actividades:

Para evaluar los impactos ambientales generados por la operadora se determina las fases y las actividades que se realizarán en esta, a través de la siguiente tabla:

Tabla 31

Determinación de las actividades

FASE	ACTIVIDADES
OPERATIVA	Adecuación del espacio de la operadora
	Diseño y oferta de paquetes turísticos
	Promoción turística
	Alianzas estratégicas con prestadores de servicios turísticos
	Implementación de modelo de gestión turística socio empresarial y sostenible
	Guianza turística
	Actividades turísticas vivenciales

Tabla 32

Identificación de los impactos ambientales

Factor ambiental	Componente	Impacto ambiental
BIOFÍSICO	Suelo	Erosión del suelo
	Atmosfera	Contaminación acústica
BIÓTICO	Flora	Alteración de vegetación
	Fauna	Perturbación de especies
	Empleo	Generación de plazas de empleo
SOCIAL	Economía	Incremento de ingresos económicos
		Dinamización de emprendimientos turísticos
	Imagen	Posicionamiento de la operadora
		Servicio de calidad
CULTURAL	Patrimonio	Fidelización del cliente
		Dinamización de actividades turísticas
	Saberes ancestrales	Difusión del patrimonio cultural
		Revitalización de conocimientos y prácticas tradicionales

6.3. Matriz de Interacción

ETAPA DE OPERACIÓN			Adecuación del espacio de la operadora	Diseño y oferta de paquetes turísticos	Promoción turística	Alianzas estratégicas con prestadores de servicios	Implementación de modelo de gestión turística socio empresarial y sostenible	Guianza turística	Actividades turísticas vivenciales	+	-	Σ		
FACTORES AMBIENTALES	BIOFÍSICO	Suelo	Erosión del suelo	-				-	-	0	3	3		
		Atmosfera	Contaminación acústica	-				-		0	2	2		
	BIÓTICO	Flora	Alteración de vegetación					-	-	0	2	2		
		Fauna	Perturbación de especies					-	-	0	2	2		
	SOCIAL	Empleo	Generación de plazas de empleo	+	+	+	+	+	+	+	7	0	7	
		Economía	Incremento de ingresos económicos		+	+	+	+	+	+	6	0	6	
			Dinamización de emprendimientos turísticos	+	+		+	+	+	+	6	0	6	
		Imagen	Posicionamiento de la operadora		+	+	+				3	0	3	
			Servicio de calidad			+				+	+	3	0	3
			Fidelización del cliente			+				+	+	3	0	3
			Dinamización de actividades turísticas		+	+	+	+	+	+	+	6	0	6
	CULTURAL	Patrimonio	Difusión del patrimonio cultural						+	+	2	0	2	
Saberes ancestrales		Revitalización de conocimientos y prácticas tradicionales						+	+	2	0	2		
TOTAL INTERACCIONES												47		

6.4. Definición del método de evaluación de Impactos Ambientales:

Para la evaluación de los impactos ambientales de la operadora turística Macará Tours en la fase de operación, se ha determinado aplicar el método de Leopold, que según (Coria, 2008) en una matriz de interacción simple para identificar los diferentes impactos ambientales potenciales de un proyecto determinado. Esta matriz de doble entrada tiene como filas los factores ambientales que pueden ser afectados y como columnas las acciones que tendrán lugar y que pueden causar impactos. A continuación, se define los criterios de evaluación para asignar una valoración y calcular el valor total del impacto ya sea positivo o negativo.

Criterios de la matriz de Leopold Modificado

CRITERIO	CATEGORÍA	DEFINICIÓN
Extensión (Ex)	Efecto Local	Se manifiesta en el área ocupada por las facilidades del proyecto.
	Efecto amplio	Se manifiesta más allá del área ocupada por las instalaciones en tierra y de su entorno más próximo.
Sinergia (Si)	Efecto simple	Se manifiesta sobre un solo componente ambiental, y no induce efectos acumulativos ni sinérgicos.
	Efecto múltiple	Se manifiesta en varios componentes ambientales a la vez.
Persistencia (Pe)	Efecto temporal	Alteración limitada a corto plazo (1 año o menos).
	Mediano plazo	Alteración prolongada durante el mediano plazo. (Aprox 1 a 5 años)
	Efecto permanente	Alteración del entorno de duración indefinida prolongada a largo plazo (más de 5 años) desde que se inició el proyecto.
Reversibilidad (Rv)	Efecto reversible	Asimilable por los procesos naturales a corto plazo (- 1 año).
	Medianamente reversible	Asimilable por los procesos naturales a mediano/largo plazo (más de 1 año).
	Efecto irreversible	Aquel que supone la imposibilidad de retornar por medios naturales a la situación anterior a la acción que lo produce
Recuperabilidad (Rc)	Efecto recuperable	Puede eliminar su reemplazarse por acción humana a corto plazo.
	Medianamente recuperable	Puede eliminar su reemplazarse por la acción humana a mediano/largo plazo.
	Efecto irrecuperable	Cuando la alteración del medio o pérdida que supone es imposible de recuperar por la acción humana.

Tabla 33

Escala interpretativa de valoración

Criterio/rango	Calificación	Criterio/rango	Calificación
NATURALEZA		EXTENSIÓN (*2)	
• Impacto Beneficioso	+	• Efecto Local	1
• Impacto Perjudicial	-	• Efecto Amplio	3
SINERGIA		RECUPERABILIDAD (*2)	
• Efecto Simple	1	• Efecto Recuperable	1
• Efecto Múltiple	3	• Medianamente Recuperable	2
		• Efecto Irrecuperable	3
PERSISTENCIA		REVERSIBILIDAD (*2)	
• Efecto Temporal	1	• Efecto Reversible	1
• Efecto de Mediano Plazo	2	• Medianamente Reversible	2
• Efecto Permanente	3	• Efecto Irreversible	3

Una vez ya definida la escala de valoración, se calcula el valor de los impactos a través de la siguiente fórmula:

$$\text{Índice de Impacto} = (2 \cdot Ex + SI + PE + 2 \cdot RV + 2 \cdot RC)$$

6.4.1. Escala de valoración positivos y negativos

Las escalas de valoración para los impactos positivos o negativos se presentan a través de una escala cromática para ubicar categóricamente los impactos generados en las actividades de la fase de operación.

Tabla 34

Clasificación de Rangos para impactos positivos




Rango de índice de impacto	Positivo	Escala cromática
8 a 14	Bajo	
15 a 19	Medio	
20 a 22	Alto	
23 a 24	Muy alto	

Tabla 35

Clasificación de Rangos para impactos negativos

Rango de índice de impacto	Negativo	Escala cromática
-24 a -23	Crítico	
-22 a -20	Severo	
-19 a -15	Moderado	
-14 a -8	Compatible	

Los impactos positivos se clasifican en Bajo (8 a 12), Medio (13 a 16), Alto (17 a 20) y Muy Alto (21 a 24) considerando la Reversibilidad y Recuperabilidad en forma inversa que el caso de los negativos.

6.5. Aplicación del Método:

FACTOR AMBIENTAL	COMPONENTE	IMPACTOS AMBIENTALES	ACTIVIDADES	SIGNO	2*EX	SI	PE	2*RV	2*RC	VALOR	CLASIFICACIÓN
BIOFÍSICO	Suelo	Erosión del suelo	Adecuación del espacio de la operadora	-	1	1	2	2	1	11	COMPATIBLE
			Guianza turística	-	3	3	3	2	2	20	SEVERO
			Actividades turísticas vivenciales	-	3	3	3	2	2	20	SEVERO
	Atmosfera	Contaminación acústica	Adecuación del espacio de la operadora	-	3	3	2	1	1	15	MODERADO
			Guianza turística	-	1	3	2	2	2	15	MODERADO
BIÓTICO	Flora	Alteración de vegetación	Guianza turística	-	3	1	2	2	2	17	MODERADO
			Actividades turísticas vivenciales	-	1	1	3	2	2	14	COMPATIBLE
	Fauna	Perturbación de especies	Guianza turística	-	1	1	2	2	2	13	COMPATIBLE
			Actividades turísticas vivenciales	-	1	1	2	2	2	13	COMPATIBLE

FASE DE OPERACIÓN											
FACTOR AMBIENTAL	COMPONENTE	IMPACTOS AMBIENTALES	ACTIVIDADES	SIGNO	2*EX	SI	PE	2*RV	2*RC	VALOR	CLASIFICACIÓN
CULTURAL	Patrimonio	Difusión del patrimonio cultural	Guianza turística	+	3	3	3			12	BAJO
			Actividades turísticas vivenciales	+	3	3	2			11	BAJO
	Saberes ancestrales	Revitalización de conocimientos y prácticas tradicionales	Guianza turística	+	3	3	3			12	BAJO
			Actividades turísticas vivenciales	+	3	3	3			12	BAJO

ETAPA DE OPERACIÓN				Adecuación del espacio de la operadora	Diseño y oferta de paquetes turísticos	Promoción turística	Alianzas estratégicas con prestadores de servicios turísticos	Implementación de modelo de gestión turística socio empresarial y sostenible	Guianza turística	Actividades turísticas vivenciales	+	-	Σ	
FACTORES AMBIENTALES	BIOFÍSICO	Suelo	Erosión del suelo	11					20	20	0	51	51	
		Atmosfera	Contaminación acústica	15					15		0	15	15	
	BIÓTICO	Flora	Alteración de vegetación						17	14	0	31	31	
		Fauna	Perturbación de especies						13	13	0	26	26	
	SOCIAL	Empleo	Generación de plazas de empleo	15	10	10	5	15	10	12	77	0	77	
		Economía	Incremento de ingresos económicos		8	10	6	12	12	10	58	0	58	
			Dinamización de emprendimientos turísticos	10	4		12	11	9	9	55	0	55	
		Imagen	Posicionamiento de la operadora		10	16	5					31	0	31
			Servicio de calidad			7				10	5	22	0	22
			Fidelización del cliente			7				9	7	23	0	23
			Dinamización de actividades turísticas		9	6	6	9	8	6	44	0	44	
	CULTURAL	Patrimonio	Difusión del patrimonio cultural						12	11	23	0	23	
		Saberes ancestrales	Revitalización de conocimientos y prácticas tradicionales						12	12	24	0	24	
												480		

6.5.1. Jerarquización de los impactos ambientales:

Tabla 36

Jerarquía de los impactos fase operativa

CARACTER	VALOR	IMPACTO
+	77	Generación de plazas de empleo
	58	Incremento de ingresos económicos
	55	Dinamización de emprendimientos turísticos
	44	Dinamización de actividades turísticas
	31	Posicionamiento de la operadora
	24	Revitalización de conocimientos y prácticas tradicionales
	23	Difusión del patrimonio cultural
	23	Fidelización del cliente
	22	Servicio de calidad
-	-51	Erosión del suelo
	-31	Alteración de vegetación
	-26	Perturbación de especies
	-15	Contaminación acústica

6.6. Plan de Manejo Ambiental

Tabla 37

Plan de Manejo Ambiental

FACTORES AMBIENTALES	COMPONENTES	IMPACTOS AMBIENTALES	MEDIDAS DE MAXIMIZACIÓN	MEDIDAS DE MITIGACIÓN	RESPONSABLE	PRESUPUESTO	TIEMPO	OBSERVACIONES
BIOFÍSICO	Suelo	Erosión del suelo		Reforestación y mantenimiento de senderos	Ing. Ambiental	\$500,00	Largo plazo	Monitoreos constantes
	Atmósfera	Contaminación acústica		Sensibilización ambiental	Ing. Ambiental	\$50,00	Corto plazo	Bienestar de la fauna
BIÓTICO	Flora	Alteración de vegetación		Educación ambiental	Guías / Operadora	\$50,00	Permanente	Carga turística controlada
	Fauna	Perturbación de especies		Observación responsable	Guías	\$0,00	Permanente	Códigos de conducta
SOCIAL	Empleo	Generación de empleo	Contratación local	—	Administración	\$500,00	Largo plazo	Desarrollo local
	Economía	Incremento de ingresos	Uso de servicios locales	—	Operadora	\$0,00	Permanente	Economía comunitaria
		Dinamización de emprendimientos	Alianzas comunitarias	—	Operadora	\$0,00	Mediano plazo	Turismo local
		Posicionamiento de la operadora	Marketing responsable	—	Administración	\$50,00	Largo plazo	Evaluación periódica
	Imagen	Servicio de calidad	Estándares turísticos	—	Administración	\$50,00	Mediano plazo	Capacitación
		Fidelización del cliente	Mejora de atención	—	Administración	\$50,00	Permanente	Experiencia turística
CULTURAL	Patrimonio	Dinamización de actividades	Diversificación turística	—	Operadora	\$200,00	Mediano plazo	Oferta ampliada
		Difusión del patrimonio cultural	Actividades interpretativas	—	Guías / Comunidad	\$50,00	Permanente	Identidad cultural
	Saberes ancestrales	Revitalización de saberes	Talleres comunitarios	—	Comunidad	\$100,00	Mediano plazo	Participación local

7. Estudio Financiero

Para que la operadora Macará Tours pueda llevar a cabo sus operaciones es necesario, realizar el estudio económico para determinar la viabilidad del presente emprendimiento:

7.1. Capital de Trabajo

El capital de trabajo según (Padrón et al., 2021), hace referencia a los fondos o recursos con los que opera una empresa a corto plazo, después de cubrir el importe de las deudas que vencen en corto plazo, por lo tanto, para que la operadora pueda cumplir con sus actividades operativas, se requiere un capital de trabajo, como se muestra en la siguiente tabla, donde se detalla los gastos necesarios para cubrir los primeros seis meses de operación de la misma:

Tabla 38

Capital de Trabajo Macará Tours

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Servicios básicos	41,50	41,50	41,50	41,50	41,50	41,50
Sueldos y Salarios	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00
Materia Prima	100,28					
Gastos de Marketing	955,00	265,00	205,00	205,00	205,00	205,00
Gastos de Insumos	79,37					
Gastos de Constitución	1.153,00					
Total	3.369,15	1.346,50	1.286,50	1.286,50	1.286,50	1.286,50

Como se puede evidenciar en la tabla 36, el capital de trabajo de la Operadora Macará Tours asciende a un monto de \$9.861.65 dólares, durante los primeros 6 meses de operación, monto que permitirá cubrir los gastos básicos, sueldos y salarios, publicidad y marketing, y otros costos necesarios para el funcionamiento inicial del proyecto.

7.2. Fuentes de Financiamiento

Una vez determinado todos los costos iniciales y el capital de trabajo que se requieren para poner en marcha la operadora, se recurren a un financiamiento externo, En el ámbito financiero, según (Yagual & Hidalgo, 2017) las dos decisiones más importantes que debe

realizar un administrador o empresario, sin importar el tamaño de su empresa son: la inversión y el financiamiento; una entidad necesita adquirir bienes tangibles o intangibles destinados a la producción de bienes o servicios.

Por otro lado, según (Enciso & Cardozo, 2022), la amortización es la devolución de un crédito, es decir el capital prestado, mediante desembolsos parciales, que pueden ser iguales o diferentes, o en un solo, pago, la misma, que se acostumbra a presentar en una tabla o cuadro denominada tabla de amortización, por lo tanto, en la siguiente tabla (ver tabla 39), se muestra la forma en que se pagará la deuda, los intereses, y el saldo de la deuda en el tiempo estipulado.

La operadora Macará Tours, optará por un financiamiento de 13.881.32 en Ban Ecuador. Institución que impulsa el desarrollo de las PYMES, con un monto para capital de trabajo o para la adquisición de activos fijos generando una oportunidad para este tipo de emprendimientos, a una tasa del 11,67% a un plazo de 60 meses.

Tabla 39

Amortización del crédito

Amortización crédito	
Plazo	60
Monto	13.881,32
Tasa anual	11,67%
Tasa mensual	0,97%
Pago mensual	\$306,47

7.3. Estados Financieros

Los estados financieros son documentos de datos financieros, donde incluye el patrimonio neto, la base de los activos y pasivos, así como los gastos de la empresa, son importantes para la toma de decisiones (Calderón et al., 2021), es por ello, que en el siguiente apartado se presenta en estado de situación inicial de la Operadora Macará Tours.

7.3.1. Estado de Situación Inicial

Según lo manifestado por (Nieto et al., 2022), el estado de situación inicial es un informe contable que se presenta de manera ordenada y sistemáticamente, las cuentas de activo, pasivo y patrimonio determina la posición financiera en un momento determinado, es decir hace referencia a los recursos que dispone la empresa como los activos y otras obligaciones, a continuación se presenta el estado de situación inicial de Macará Tours.

MACARA TOURS			
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL			
Cuenta	Valor	Cuenta	Valor
Activo		Pasivo	
Activo Circulante		Pasivo Circulante	
Caja	1.402,00	Proveedores	
Bancos	8.280,00	Prestamos	
Inventarios	179,65	Intereses por pagar	
Total Activo Circulante	9.861,65	Total Pasivo Circulante	-
Activo Fijo		Pasivo a Largo Plazo	13.881,32
Mobiliaria y equipos	3.073,16	Préstamo al BanEcuador	13.881,32
Equipos de computación	2.382,98	Documentos por pagar a largo plazo	
Muebles y enseres	1.562,26	Total Pasivo Circulante	-
Equipos telefónicos	945,99	Suma Pasivo	13.881,32
Propaganda o publicidad	955,00		
Materiales de oficina	100,28	Patrimonio	
Total Activo Fijo	9.019,67	BIENES INMUEBLES	-
Activo diferido		BIENES MUEBLES	-
Rentas pagadas por anticipado		Aporte en efectivo	
Derechos de marca de empresa		Aporte de socios	5.000,00
	-	Total Capital contable	5.000,00
SUMA DEL ACTIVO	18.881,32	SUMA DEL CAPITAL CONTABLE	5.000,00
		SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO	18.881,32

El estado de situación inicial, muestra que Macará Tours al iniciar sus operaciones económicas tendrá un total de activos corrientes de \$ 9861.65, que corresponde al capital de trabajo que se requieren para cubrir los primeros seis meses de operación, así como el efectivo que la empresa dispondrá para los pagos u otras obligaciones, en lo que corresponde a los activos no corrientes, asciende a un monto de \$9.019,67, destinado a la adquisición de equipos de computación, materiales de oficina y otros equipos necesarios para empezar a operar, ascendiendo los activos a un total de 18.881,32 dólares.

En lo que respecta a los pasivos, tenemos únicamente el Financiamiento externo por el valor de 13.881,32 dólares, que corresponde a la inversión que se realizará para llevar a cabo este emprendimiento, dicho monto se obtendrá, mediante un crédito a Ban Ecuador, como se mencionó anteriormente, y finalmente tenemos al patrimonio, el mismo que de desglosa, un aporte inicial de 5.000 dólares que lo realizará la socia de este emprendimiento.

7.4. Costo de Capital

El coste del capital según (Lara, 2024) se refiere a la tasa de rendimiento que el inversionista espera sobre su inversión, mientras que para (Salmuller, 2022) hace referencia a la tasa de interés antes de impuestos que una empresa paga por sus deudas, como préstamos, tarjetas de crédito o financiamiento de facturas, realizar este análisis es crucial para determinar el riesgo, ya que permite identificar la tasa general que se paga por utilizar el financiamiento externo, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 40

Cálculo del costo del capital

	Valores	Participación	Interés	Equivalencia	Costo de capital de la inversión
Inversión	18.881,32	100%		10,428%	
Impuesto a la renta				0%	10,43%
Capital Propio	5.000,00	26%	6,98%	1,85%	
Financiamiento	13.881,32	74%	11,67%	8,58%	

De acuerdo con la tabla, el costo de capital del presente emprendimiento es de 10,43%, debido a que la estructura financiera cuenta con una participación externa del 74%, frente al capital propio que representa el 26%, lo que incrementa el riesgo financiero y eleva el costo promedio debido a la tasa de interés relativamente alta de la deuda, por lo que el proyecto deberá generar una rentabilidad superior al 10,43% para ser financieramente viable.

Según la tabla 39, la operadora Macará Tours, realizará una inversión total de \$18.881,32. De esta inversión, el capital propio es un monto de \$5.000, el cual representa el 26% de la inversión total, mientras que el financiamiento por parte de una institución financiera es de \$13.881,32 lo que equivale al 74%.

7.5. Flujos de Efectivo

De acuerdo con (Velasco et al., 2022), manifiesta que el flujo de efectivo es un estado financiero básico, que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación, para determinar la capacidad, en este caso de la operadora para producir dinero, y pueda cumplir con sus obligaciones

7.5.1. Flujo Primer año

El flujo del primer año de la operadora Macará Tours, este compuesto por los ingresos que representan a 8 diferentes paquetes turísticos, y los egresos que contemplan los costos de los paquetes más todos los gastos relacionados para llevar a cabo estas ventas, se puede observar en la tabla 44 que existe variaciones mensuales tanto en los ingresos como en los gastos, debido a que algunos paquetes ofertados están diseñados para temporadas específicas, especialmente en épocas de mayor afluencia turística, mientras que otros se comercializan de manera permanente durante todo el año. Esta dinámica genera diferencias en la demanda mensual y, por ende, en los ingresos percibidos y en los costos asociados a la operación.

Figura 44

Flujo primer año

INGRESOS	Precio	U	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Paquete 1	139	7	973,00	973,00	973,00	973,00	1.390,00	1.390,00	1.390,00	1.390,00	1.390,00	1.390,00	1.390,00	973,00
Paquete 2	170	5	850,00	850,00	850,00	850,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	850,00
Paquete 3	194	15												2.910,00
Paquete 4	61	8	488,00	488,00	488,00	488,00	488,00	488,00	488,00	488,00	488,00	488,00	488,00	488,00
Paquete 5	85	6	1.020,00	1.020,00	1.020,00	1.020,00	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00	1.275,00
Paquete 6	60	8	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
Paquete 7	90	15	1.350,00											
Paquete 8	114	7	798,00	798,00	798,00	798,00	798,00	798,00	798,00	1.140,00	798,00	798,00	798,00	798,00
TOTAL INGRESOS			5.959,00	4.609,00	4.609,00	4.609,00	5.366,00	5.366,00	5.366,00	5.708,00	5.366,00	5.366,00	8.276,00	4.864,00
EGRESOS	Costo	Unidad	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Paquete 1	93	7	651,00	651,00	651,00	651,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	930,00	651,00
Paquete 2	114	5	570,00	570,00	570,00	570,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00	570,00
Paquete 3	130	15												1.950,00
Paquete 4	41	8	328,00	328,00	328,00	328,00	328,00	328,00	328,00	328,00	328,00	328,00	120,00	328,00
Paquete 5	57	6	684,00	684,00	684,00	684,00	342,00	342,00	342,00	342,00	342,00	342,00	342,00	855,00
Paquete 6	40	8	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00
Paquete 7	60	15	900,00											
Paquete 8	76	7	532,00	532,00	532,00	532,00	532,00	532,00	532,00	760,00	532,00	532,00	532,00	532,00
Sueldos y salarios			1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00
Arriendo local			100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Servicios basicos			21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00	21,00
Internet			20,50	20,50	20,50	20,50	20,50	20,50	20,50	20,50	20,50	20,50	20,50	20,50
Prestamo			306,47	306,47	306,47	306,47	306,47	306,47	306,47	306,47	306,47	306,47	306,47	306,47
TOTAL EGRESOS			5.472,97	4.572,97	4.572,97	4.572,97	5.079,97	5.079,97	5.079,97	5.307,97	5.079,97	5.079,97	6.821,97	4.743,97
FLUJO DE CAJA			486,03	36,03	36,03	36,03	286,03	286,03	286,03	400,03	286,03	286,03	1454,03	120,03
FLUJO ACUMULADO			486,03	522,06	558,08	594,11	880,14	1166,17	1452,19	1852,22	2138,25	2424,28	3878,30	3998,33

7.5.2. Flujo de 5 años

Macará Tours para el año 5 refleja una proyección en ingresos de \$ 83.272,31 y los egresos ascienden a un monto de \$73.508,19 dólares, reflejando un flujo de caja de 9.764,12 dólares, este análisis proyectado a 5 años, demuestra que la operadora turística, es económicamente viable y rentable.

Tabla 41

Flujo de 5 años

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ingresos	65.464,00	69.522,77	73.833,18	78.410,84	83.272,31
Egresos	57.788,00	61.370,86	65.175,85	69.216,75	73.508,19
Flujo de caja	7.676,00	8.151,91	8.657,33	9.194,09	9.764,12

7.5.3. Flujo de 10 años

La operadora Macará Tours, entre los años 6 y 10 mantienen una tendencia positiva, ya que los ingresos proyectados superan los egresos en todos los años, generando flujos de efectivo y en crecimiento constante, como se puede observar (Ver tabla 42) para el año 10 refleja una proyección en ingresos de \$ 112.492,40 y en los egresos de \$99.302,07 dando como resultado un flujo de \$13.190,33, como se muestra en la tabla a continuación.

Tabla 42

Flujo de 10 años

Detalle	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Ingresos	88.435,19	93.918,17	99.741,10	105.925,05	112.492,40
Egresos	78.065,70	82.905,77	88.045,93	93.504,78	99.302,07
Flujo de caja	10.369,49	11.012,40	11.695,17	12.420,27	13.190,33

7.6. Evaluación Financiera

De acuerdo con (Macías & Sánchez, 2022) para conseguir un crecimiento sostenible en cualquier empresa, se debe realizar una evaluación financiera, ya que permite tomar

decisiones acertadas, además esta, les permite evaluar la situación y el desempeño económico y financiero real, detectar dificultades y aplicar correctivos para solventarlas, en tal contexto, es importante realizar este análisis para determinar la viabilidad de la operadora Macará Tours, para ello se medirá esta valoración mediante el Valor actual neto, y la tasa de retorno.

Tabla 43

Evaluación Financiera

Rendimiento	
Incremento anual	0,062
Costo de capital	0,104
Inversión	18.881,32
VAN	39.798,11
TIR	45,05%

El valor actual neto de esta inversión es de 39.798,11 dólares, cuyo valor es mayor al del financiamiento, mientras que la tasa interna de retorno nos da un porcentaje del 45,05% y es mayor a la tasa del financiamiento, lo que se evidencia que el proyecto es viable y rentable ya que nos va a generar un retorno superior al costo del dinero.

8. Conclusiones y Recomendaciones

8.1. Conclusiones

Se determinó que el cantón Macará presenta un alto potencial turístico, debido a la diversidad de atractivos naturales y culturales, así como en su ubicación estratégica como un cantón fronterizo y su conectividad vial, representan un valor agregado para el flujo de visitantes tanto nacionales como internacionales y lo convierte en un territorio viable para la creación de la operadora turística. En este contexto, se identificó la necesidad de implementar una operadora turística especializada que permita usar estos recursos para promover el desarrollo turístico local de manera sostenible.

En el estudio de mercado permitió identificar una demanda real por viajes cortos y escapadas durante el fin de semana, ya que, el perfil del visitante está conformado por personas entre 18 y 35 años, con ingresos económicos entre \$500 y \$1000, donde predominan los estudiantes, empleados públicos y privados, así como pequeños emprendedores, lo que demuestra un segmento activo y con capacidad de consumo turístico con alta preferencia por destinos de naturaleza y experiencias culturales.

Se determinó establecer la operadora Macara Tours y se estructuró el organigrama estructural y funcional adaptado a las necesidades de la operadora turística, definiendo áreas específicas para administración, atención al cliente, y apoyo operativo, lo que garantiza un uso eficiente de los recursos humanos y materiales. Asimismo, se diseñó la identidad visual de la empresa, fortaleciendo su posicionamiento y coherencia corporativa. Adicionalmente, se diseñaron paquetes turísticos con precios accesibles y diferenciados, orientados a responder a las demandas del mercado objetivo.

El estudio ambiental que se realizó a través del método de Leopold evidenció que los atractivos naturales presentan un buen nivel de conservación, aunque con riesgos asociados al uso inadecuado de los recursos y a la limitada infraestructura turística, se pudo determinar que

la implementación de la operadora, genera impactos tanto positivos como negativos, entre los positivos destacan la generación de empleo, incremento de los ingresos locales y la dinamización de emprendimientos, mientras que los impactos negativos identificados presentan una magnitud moderada y pueden ser prevenidos o mitigados mediante la aplicación de un plan de manejo ambiental, lo que permite concluir que el proyecto es ambiental, social, responsable y económicamente sostenible dentro del territorio.

El estudio financiero determinó que la creación de la operadora turística Macará Tours, es económicamente viable y rentable, La inversión inicial es de 18.881,32 para operar los primeros 6 meses, de los cuales 5.000, serán aportados por la creadora de este emprendimiento y el monto restante mediante financiamiento externo, las proyecciones financieras evidencia flujos de caja positivos que van desde los 7.676,00 en el primer año, hasta 13.190,33 en el año diez, permitiendo la recuperación del capital en un plazo razonable y generando rentabilidad a largo plazo.

8.2. Recomendaciones

Se recomienda que la Operadora Macará Tours fortalezca sus capacidades internas mediante la capacitación continua del personal en atención al cliente, guianza local e interpretación del patrimonio natural y cultural, así como la implementación de estándares de calidad en sus servicios con el fin de mejorar la experiencia del visitante, fidelizar a los clientes y consolidar una imagen profesional y competitiva de la operadora en el mercado turístico.

Se recomienda diseñar y promocionar paquetes turísticos de corta duración orientados principalmente a personas entre 18 y 35 años, con ingresos medios, incorporando actividades de naturaleza, cultura y bienestar que respondan a sus intereses y estilos de vida. Asimismo, se sugiere fortalecer la difusión a través de redes sociales y plataformas digitales, utilizando estrategias de marketing dirigidas a estudiantes, empleados y emprendedores, con el fin de

captar este segmento identificado y posicionar a Macará Tours como una opción atractiva para escapadas de fin de semana.

Se recomienda implementar de manera progresiva la estructura organizacional definida para Macará Tours, asegurando que cada área cumpla sus funciones con personal capacitado y procesos claros. Asimismo, se sugiere mantener coherencia en el uso de la identidad visual en todos los canales de comunicación y promoción, y actualizar periódicamente los paquetes turísticos y sus precios, de acuerdo con la demanda del mercado y la capacidad operativa de la empresa.

Se recomienda implementar un plan de manejo ambiental que incluya normas de uso responsable de los atractivos naturales, control de residuos, educación ambiental para turísticas y operadores, con el fin de garantizar la conservación de los ecosistemas, además que incluya acciones de prevención, mitigación de riesgos, como la regulación de senderos, manejo adecuado de residuos sólidos, protección de la vegetación y control de actividades que puedan perturbar la fauna, con el fin de fomentar prácticas responsables y asegurar la conservación de los recursos naturales del cantón Macará, garantizando así un desarrollo turístico sostenible a largo plazo.

Se recomienda que la operadora Macará Tours implemente un control financiero permanente enfocado en el control de los costos y gastos operativos, con la finalidad de asegurar la sostenibilidad del negocio a largo plazo, asimismo se recomienda destinar parte de los ingresos a la reinversión en promoción y mejora de los paquetes turísticos para fortalecer la competitividad de la empresa.

9. Bibliografía

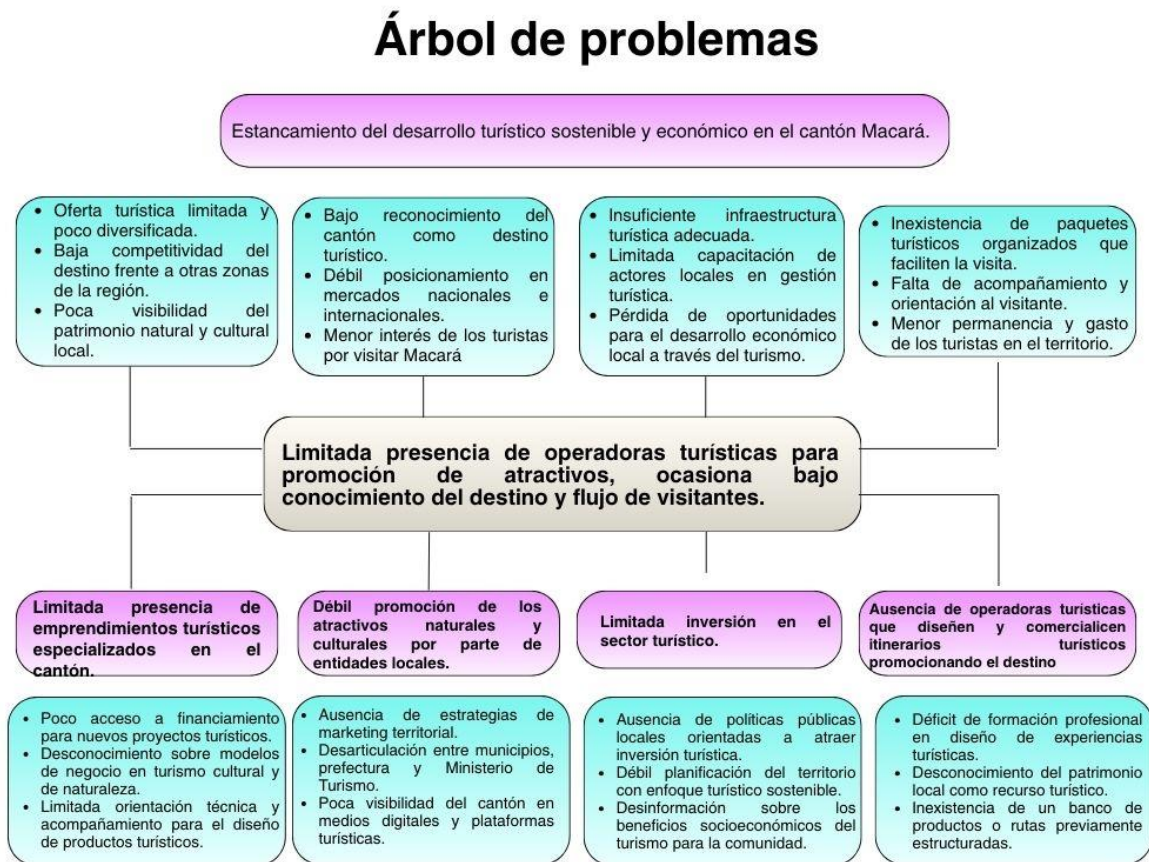
- Calderón, X. C., Castillo, G. Y. C., & Calderón, R. E. (2021). *La importancia de los estados financieros en la toma de decisiones contables*. 4(2), 82-96.
- Chicaiza, N., Chicaiza, B., Velazco, A., & Mena, N. (2022). *Diagnóstico de la gestión administrativa en la Compañía de Transporte “Rutas Salcedenses” a través de herramienta de análisis FODA*. 7(3), 1112-1129.
- Coria, I. D. (2008). *El estudio de impacto ambiental: Características y metodologías*. 11(20), 125-135.
- Crespo, S., Solórzano, C., & Guerrero, J. (2021). Tráfico nacional de fauna silvestre y especies amenazadas: Un estudio descriptivo en Manabí (Ecuador). *La Granja*, 35(1). <https://doi.org/10.17163/lgr.n35.2022.03>
- Dominguez, E., García, E., & Gutierrez, C. (2023). Guayarte: Proyecto turístico urbano, impulso de reactivación económica para Guayaquil. *Identidad Bolivariana*, 7(2), 64-71. <https://doi.org/10.37611/IB7ol264-71>
- Enciso, V., & Cardozo, Á. R. P. (2022). *Depreciación y amortización* [Tesis, Universidad Nacional de Asunción]. https://www.agr.una.py/ecorural/otras_publicaciones/depreciacion_y_amortizacion.pdf.
- Gamble, J., Thompson, A. A., Peteraf, M., & Strickland, A. (2016). *Administración estratégica: Teoría y casos* (19ª ed). McGraw-Hill Education.
- Lara, J. (2024). *Costo de capital y rentabilidad en la empresa Exibal*.
- Macías, M. F., & Sánchez, A. A. (2022). El análisis financiero: Un instrumento de evaluación financiera en la empresa La Fabril. *Revista Científica Multidisciplinaria SAPIENTIAE*, 5(10), 2-20. <https://doi.org/10.56124/sapientiae.v5i10.0050>
- Manterola, C., Hernández-Leal, M. J., Otzen, T., Espinosa, M. E., & Grande, L. (2023). Estudios de Corte Transversal. Un Diseño de Investigación a Considerar en Ciencias

- Morfológicas. *International Journal of Morphology*, 41(1), 146-155.
<https://doi.org/10.4067/S0717-95022023000100146>
- Ministerio de turismo. (2014). *Ley de turismo (Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002)*.
- Nieto, W., Caminos, W., & Guevara, V. (2022). *Importancia de la Implantación del Proceso Contable en una Microempresa Ferretera*. 7(5), 632-647.
<https://doi.org/10.23857/pc.v7i5.3985>
- Ordoñez, Á. F. (2025). Metodología académica con aplicación a las investigaciones sociales: Enfoques, tipos, métodos y diseños. *Sociedad & Tecnología*, 8(2), 335-357.
<https://doi.org/10.51247/st.v8i2.484>
- Padrón, C., Monasterio, C., Miguel, O., de Cienfuegos, U., & Rodríguez, C. R. (2021). *La administración del capital de trabajo: Un reto empresarial*.
- Salmuller, L. (2022, mayo 19). Costo de capital, que es y cómo calcularlo [Blog]. *Perspectivas empresariales*. <https://online.hbs.edu/blog/post/cost-of-capital>
- Salvador, M., Arcos, J., & Osácar, E. (2025). El potencial del binomio de las industrias creativas y el turismo: Un estudio exploratorio de la puesta en valor turística de las industrias del diseño, la música y el cine en las Ciudades Creativas de la UNESCO. *Investigaciones Turísticas*, (29), 81-100. <https://doi.org/10.14198/INTURI.25842>
- Sánchez, D. D. D., & Barreto, R. G. (2024). La encuesta como instrumento de recolección de datos, confiabilidad y validez en investigación científica. *Revista de ciencias empresariales, tributarias, comerciales y administrativas*, 3(2), 94-107.
- Ministerio de turismo. (2014). *Ley de turismo (Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002)*.
- Servicio de Rentas Internas. (2004). *Ley de Registro Único de Contribuyentes*.

- Velasco Baños, L. E., Martínez Prats, G., & Morales Cárdenas, T. F. (2022). Importancia del estado de flujo de efectivo en las PYMES. *Revista Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas -FACCEA*, 12(1), 110-119.
<https://doi.org/10.47847/faccea.v12n1a7>
- Viveros, P., Estrada, L. J., Gómez, M. D. C., & Vanoye, M. (2022). Turismo comunitario: Caso centro ecoturístico Miguel Colorado, Champotón, Campeche. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 6351-6363.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3878
- Yagual, A. M., & Hidalgo, J. X. (2017). *La importancia del financiamiento en el sector microempresario*. 3(2), 783-798.
<http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.2.783-798>
- Zazueta, M. G., & Velarde, M. (2022). Investigación sobre turismo de reuniones en el período 2000-2019: Una revisión de literatura. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(3), 779-796. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.053>

10. Anexos

10.1. Anexo 1: Árbol de Problemas



10.2. Anexo 2: Modelo de la Encuesta

ENCUESTA PARA DETERMINAR EL PERFIL DE CONSUMO DE LOS HABITANTES DE LA PROVINCIA DE LOJA Y LA CIUDAD DE CUENCA

La encuesta tiene como objetivo principal conocer mejor las preferencias, hábitos y comportamientos de consumo de los usuarios frente a determinados productos o servicios turísticos. Las respuestas serán tratadas con total confidencialidad y utilizadas únicamente con fines de análisis estadísticos. Agradezco de antemano su tiempo y colaboración.

PERFIL SOCIO DEMOGRÁFICO

1. **Género**
Femenino
Masculino
Otro.....
2. **Edad**
18 – 25
26 – 35
36 – 50
50 – 65
Mas de 65
3. **Estado civil**
Soltero
Casado
Viudo
Divorciado
Unión libre
4. **Nivel de instrucción**
Educación básica
Bachillerato
Instituto Técnico Superior
Universidad
Posgrado
5. **Ocupación**
Estudiante
Empleado publico
Empleado privado
Emprendedor
Ama de casa
Jubilado
Otro.....
6. **Nivel de ingresos económicos**
Depende de la economía de sus padres
Menos de \$250
de \$250 a \$500
de \$500 a \$1000
de \$1000 a \$2000
Mas de \$2000
7. **Lugar de residencia**
Macará
Loja
Cuenca
Otro cantón de la provincia de Loja.....
Otra provincia.....

- Playa
Balneario / complejo turístico
Bosque / montaña / áreas protegidas
Comunidades / zonas rurales
Amazonia
Otro.....

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

- Familia
Amigos
Pareja
Compañeros de estudio / trabajo
Otro.....

10. De las siguientes alternativas. ¿Cuál considera la de su mayor preferencia? Siendo 1 la de mayor preferencia y 5 el de mayor preferencia

Actividades	1	2	3	4	5
Senderismo					
Observación flora y fauna					
Ciclismo					
Cabalgata					
Camping					
Deportes aventura					
Trekking					
Actividades sistemas lacustres					
Visita Museos					
Visita centros arqueológicos					
Participación festividades					

11. En lo que va del 2025, ¿Cuántas veces ha realizado viajes por turismo dentro de la provincia de Loja?

- Ninguna
Una vez
Dos veces
Tres veces
Mas de tres veces.....

12. ¿Entre cuántas personas estuvo acompañado la última vez que realizó un viaje por turismo?

- PERFIL DEL CONSUMIDOR**
8. ¿Qué tipo de destino visitó la última vez que viajó?
Ciudad

- Solo
 - Dos personas
 - Tres personas
 - Cuatro personas
 - Más de cuatro personas.....
- 13. ¿Cómo fue organizado su último viaje turístico?**
- Lo organizó de improviso, sin previa planificación
 - Lo organizó personalmente sin ayuda de operadoras
 - Lo planificó un familiar / amigo / conocido
 - Lo planificó mediante una operadora turística
- 14. ¿En qué temporada realizó su viaje?**
- Entre semana
 - Fin de semana
 - Feriado
 - Vacaciones
- 15. ¿Cuánto tiempo duró el viaje que realizó la última vez?**
- Menos de un día
 - Un día y una noche
 - Dos días y una noche
 - Más de 3 noches
- 16. ¿En qué tipo de establecimiento se alojó la última vez que visitó un destino turístico?**
- Hotel
 - Hostal
 - Lodge
 - Hostería
 - Glamping
 - Casa de familiares o amigos
 - No ocupó alojamiento
 - Otro.....
- 17. ¿Cuánto pagó cada persona por noche de alojamiento que ocupó en su último viaje?**
- Menos de \$15
 - de \$15 a \$20
 - de \$20 a \$30
 - de \$31 a \$40
 - de \$40 a \$50
 - más de \$50
 - No pagó alojamiento
- 18. ¿Qué medio de transporte utiliza normalmente para viajar?**
- Auto propio
 - Auto prestado
 - Transporte público
 - Transporte privado
 - Otro.....
- 19. ¿Qué tipo de gastronomía prefiere cuando viaja a un destino turístico?**
- Comida típica
 - Comida vegetariana
 - Comida rápida
 - Comida China
 - Comida mexicana

- 20. ¿Cuánto considera como precio adecuado a pagar por el tipo de comida de su preferencia?**
- Menos de \$5
 - de \$5 a \$10
 - de \$11 a \$15
 - de \$16 a \$20
 - más de \$200

10.3. Anexo 3: Ficha MINTUR

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS														
Código del atractivo:														
	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:						b. Nombre de la Institución:								
c. Nombre del Administrador:						d. Cargo que ocupa:								
e. Teléfono / Celular:						f. Correo Electrónico:								
Observaciones:														
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO														
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>														
a. Clima:				b. Temperatura(°C):				c. Precipitación Pluviométrica (mm):						
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>														
a. Cultura <input type="checkbox"/>				b. Naturaleza <input type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>						
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>														
a. Prístino <input type="checkbox"/>		b. Primitivo <input type="checkbox"/>		c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>		d. Rural <input type="checkbox"/>		e. Urbano <input type="checkbox"/>						
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>														
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						
Libre <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
Restringido <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
Pagado <input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>			f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Depósito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>			
e. Precio: Desde Hasta		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>			Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>							
g. Meses recomendables de visita:														
Observaciones:														
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>														
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):														
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: km			c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: h/min		d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: Long.:									
Observaciones:														

4.2 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/>							
a. Terrestre (M) <input type="checkbox"/>	Tipo de vía		Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
	a. Primer orden <input type="checkbox"/>						
	b. Segundo orden <input type="checkbox"/>						
	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>						
Observaciones:							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	Estado		Puerto / Muelle de Llegada	Estado	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida			Puerto / Muelle de Llegada		
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida			Puerto / Muelle de Llegada		
Observaciones:							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M) <input type="checkbox"/>							
a. Bus <input type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input type="checkbox"/>	d. Taxi <input type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones:							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia			d. Detalle (Traslado origen / destino)		
		Diar	la	Se	ma	nal	Men
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input type="checkbox"/>							
General <input type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>		
Observaciones:							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>			
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS <input type="checkbox"/>							
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/>							
5.1 Planta turística (M) <input type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>			
Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos	Número de Habitaciones	Número de Plazas
Hotel <input type="checkbox"/>				Hotel <input type="checkbox"/>			
Hostal <input type="checkbox"/>				Hostal <input type="checkbox"/>			
Hostería <input type="checkbox"/>				Hostería <input type="checkbox"/>			
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>				Hacienda Turística <input type="checkbox"/>			
Lodge <input type="checkbox"/>				Lodge <input type="checkbox"/>			
Resort <input type="checkbox"/>				Resort <input type="checkbox"/>			
Refugio <input type="checkbox"/>				Refugio <input type="checkbox"/>			
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>				Campamento Turístico <input type="checkbox"/>			
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>				Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>			
Observaciones:				Observaciones:			

Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>				Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>				Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes	<input type="checkbox"/>						Restaurantes	<input type="checkbox"/>							
Cafeterías	<input type="checkbox"/>						Cafeterías	<input type="checkbox"/>							
Bares	<input type="checkbox"/>						Bares	<input type="checkbox"/>							
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>						Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>							
Observaciones: 0							Observaciones:								
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>				Establecimientos registrados				Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>				Establecimientos registrados			
Mayoristas <input type="checkbox"/>								Mayoristas <input type="checkbox"/>							
Internacionales <input type="checkbox"/>								Internacionales <input type="checkbox"/>							
Operadoras <input type="checkbox"/>								Operadoras <input type="checkbox"/>							
Observaciones:							Observaciones:								
Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura		Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura			
<input type="checkbox"/>					Aventura		<input type="checkbox"/>					Aventura			
Observaciones:							Observaciones:								
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input type="checkbox"/>															
Categoría (M)		Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)							
								B	R	M					
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	ITur	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Centro de interpretación	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Centro de recepción de visitantes	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Garitas de guardianía	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Miradores	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Torres de avistamiento de aves	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
c. De recorrido y descanso <input type="checkbox"/>	Torres de vigilancia para salvavidas	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Senderos	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Estaciones de sombra y descanso	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Áreas de acampar	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
d. De servicio <input type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
	Baterías sanitarias	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
e. Otros <input type="checkbox"/>	Estacionamientos	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
							<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
Observaciones:															
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>															
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>							b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>								
Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>				Alquiler y venta de equipo especializado	<input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising	<input type="checkbox"/>					
Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>		Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	Cajero automático	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>			
Especifique:							Especifique: texto								
Observaciones:															

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO				SI	NO	S/I	
6.1 Atractivo (U)				<input type="checkbox"/>			
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearía	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique: S/I					
Observaciones: S/I							
6.2 Entorno (U)				<input type="checkbox"/>			
a. Conservado	<input type="checkbox"/>	b. Alterado	<input type="checkbox"/>	c. En proceso de deterioro	<input type="checkbox"/>	d. Deteriorado	<input type="checkbox"/>
Observaciones:							
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.2.1.1 Naturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales	<input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales	<input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono	<input type="checkbox"/>	f. Huaquearía	<input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales	<input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente	<input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social	<input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial	<input type="checkbox"/>	o. Vandalismo	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo				<input type="checkbox"/>			
a. Declarante:		b. Denominación:		b. Fecha de declaración:		c. Alcance:	
Observaciones:							
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA				SI	NO	S/I	
7.1 Servicios Básicos				<input type="checkbox"/>			
a. En el atractivo			<input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado mas cercano			<input type="checkbox"/>
Agua:	<input type="checkbox"/>	Especifique:		Agua	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Energía eléctrica:	<input type="checkbox"/>	Especifique:		Energía eléctrica	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Saneamiento:	<input type="checkbox"/>	Especifique:		Saneamiento:	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Disposición de desechos:	<input type="checkbox"/>	Especifique:		Disposición de desechos:	<input type="checkbox"/>	Especifique:	
Observaciones:							

10.4. Anexo 4: Reporte de Tutorías

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

Tema: OPERADORA ESPECIALIZADA EN ITINERARIOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES, EN EL CANTÓN MACARÁ, LOJA – ECUADOR

Director TIC: Msc. Armando Flores

Facultad: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Carrera: Turismo

Autor/a: Nathaly Silvana Jumbo Cajas

* 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	✓			✓			1	
1.2 Estudio técnico	✓			✓			2	
1.3 Estudio ambiental	✓			✓			2	
2.1 Estudio económico financiero	✓			✓			1	
2.2 Informe final de TIC	✓			✓			1	

Seguimiento del Director TIC

Fecha: 17-11-2025

Firma: 

Fecha: 08-12-2025

Firma: 

Fecha: 06-01-2026

Firma: 

Fecha: 05-02-2026

Firma: 

Fecha: 09-02-2026

Firma: 

Fecha: 18-02-2026

Firma: 

Firma del biometrista (metodólogo):

.....

Firma del estudiante:



Firma del Coordinador de la carrera:



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

Tema: OPERADORA ESPECIALIZADA EN ITINERARIOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES, EN EL CANTÓN MACARÁ, LOJA – ECUADOR

Asesor TIC: PhD. Mónica Buenaño

Facultad: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Carrera: Turismo

Autor/a: Nathaly Silvana Jumbo Cajas

* 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		X			X		1	Recomendaciones en determinación de la muestra.
1.2 Estudio técnico		X			X		2	Recomendaciones en la creación de paquetes.
1.3 Estudio ambiental		X			X		1	
2.1 Estudio económico financiero		X			X		1	
2.2 Informe final de TIC		X			X		1	

Seguimiento del Asesor TIC

Fecha: 08-12-2025

Firma:  Firmado electrónicamente por:
MONICA PATRICIA BUENANO ALLAUCA
Iniciar documento con FirmADi

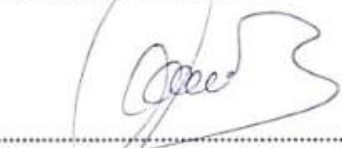
Fecha: 12-01-2026

Firma:  Firmado electrónicamente por:
MONICA PATRICIA BUENANO ALLAUCA
Iniciar documento con FirmADi

Fecha: 20-01-2026

Firma:  Firmado electrónicamente por:
MONICA PATRICIA BUENANO ALLAUCA
Iniciar documento con FirmADi


Firma del biometrista (metodólogo):




Firma del estudiante:



Firma del Coordinador de la carrera:



10.5. Anexo 5: Reporte de plagio




CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Jumbo_Nathaly_Tesis_Fina

7%

Textos sospechosos



5% Similitudes

- < 1 % similitudes entre comillas
- < 1 % entre las fuentes mencionadas

2% Idiomas no reconocidos

15% Textos potencialmente generados por IA (ignorado)

Nombre del documento: Jumbo_Nathaly_Tesis_Final.pdf

ID del documento: 2d4d3bc9ead7bb1e4e88a8a783381a9d6ad51e4d

Tamaño del documento original: 3,62 MB

Depositante: Galo Oswaldo Echeverría Cachipiendo

Fecha de depósito: 24/2/2026


Tipo de carga: interface

fecha de fin de análisis: 24/2/2026




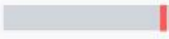



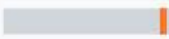


Número de palabras: 29.446

Número de caracteres: 208.728




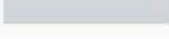

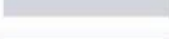

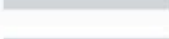

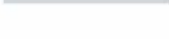
Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas






N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 Documento de otro usuario #75812f Viene de otro grupo 9 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (721 palabras)
2	 Documento de otro usuario #2d483 Viene de otro grupo 9 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (704 palabras)
3	 Documento de otro usuario #f8bc4 Viene de otro grupo 8 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (426 palabras)
4	 www.dspace.uce.edu.ec Diseño de un plan de marketing turístico del cantón P... http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/28947 8 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (351 palabras)
5	 Documento de otro usuario #1049a3 Viene de otro grupo 15 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (219 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 repositorio.utn.edu.ec Estudio de las preferencias del consumo de turismo rur... https://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/17149	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)
2	 dspace.utpl.edu.ec https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/11739/1/MAZA_CUENCA_ANABEL_ELIZABETH...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)
3	 doi.org https://doi.org/10.14198/INTURI.25842	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (30 palabras)
4	 es.wikipedia.org Macará - Wikipedia, la enciclopedia libre https://es.wikipedia.org/wiki/Macará	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (22 palabras)
5	 repositorio.uide.edu.ec https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/2077/1/T-UIDE-0667.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (23 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- 1  <http://www.macaratours.com.ec/>
- 2  <https://doi.org/10.17163/lgr.n35.2022.03>
- 3  <https://doi.org/10.37611/IB7ol264-71>
- 4  <https://doi.org/10.56124/sapientiae.v5i10.0050>
- 5  <https://doi.org/10.4067/50717-95022023000100146>

JORGE
ARMANDO
FLORES RUIZ

Firmado digitalmente
 por JORGE
 ARMANDO FLORES
 RUIZ
 Fecha: 2026.02.24
 15:15:09 -05'00'