



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y SERVICIOS  
CARRERA DE TURISMO

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA  
TURÍSTICA EN EL CANTÓN CAYAMBE PROVINCIA DE PICHINCHA, AÑO  
2021**

Trabajo de Integración Curricular para la obtención del Título de Licenciado en  
Administración de Empresas Turísticas

Autor:

Lema Cepeda Luis Alberto

Tutor:

Juan Francisco Romero, Doctor.

Quito, Ecuador

Marzo 2024

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y AUTORIZACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

1. Yo, **Luis Alberto Lema Cepeda**, declaro en forma libre y voluntaria, que los criterios emitidos en el presente Trabajo de Integración Curricular, titulado: “**Plan de Negocios para la creación de una Operadora Turística en el cantón Cayambe provincia de Pichincha, año 2023**”, previo a la obtención del título profesional de **Ingeniero en Administración Turística**, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor/a.
2. Declaro, igualmente, tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Universidad Iberoamericana del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT, en formato digital una copia del referido Trabajo de Integración Curricular para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, respetando los derechos de autor.
3. Autorizo, finalmente, a la Universidad Iberoamericana del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la UNIB.E (Repositorio Digital Institucional), el referido Trabajo de Integración Curricular, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Quito, DM., a los 21 días del mes de febrero de 2024.



---

**Luis Alberto Lema Cepeda**

**172424828-9**

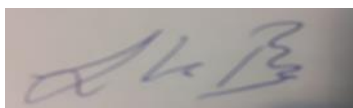
## AUTORIZACIÓN DE PRESENTACIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR POR PARTE DEL TUTOR

**Dr. Juan Francisco Romero**

Decano Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Servicios

Presente. -

Yo, **Juan Francisco Romero, Dr.**, Tutor del Trabajo de Integración Curricular realizado por el estudiante **Lema Cepeda Luis Alberto** de la carrera de **Ingeniería en Administración de empresas Turísticas** informo haber revisado el presente documento titulado **Plan de Negocios para la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe provincia de Pichincha, año 2023**, el mismo que se encuentra elaborado conforme a lo establecido en el Reglamento de Titulación y el Manual de Estilo de la Universidad Iberoamericana del Ecuador, UNIB.E de Quito, por lo tanto, autorizo la entrega del Trabajo de Integración Curricular a la Unidad de Titulación para la presentación final ante el tribunal evaluador.



Atentamente,

**Dr. Juan Francisco Romero**

**Tutor**

## ACTA DE APROBACION

### ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

**Facultad:** Ciencias Administrativas, Económicas y Servicios

**Carrera:** Administración Turística

**Modalidad:** Híbrida

**Nivel:** 3er nivel de Grado

En el Distrito Metropolitano de Quito a los diecinueve días del mes de marzo del 2024 (19-03-2024) a las ocho horas con treinta minutos (08:30), ante el Tribunal de Presentación Oral, se presentó el señor: **LEMA CEPEDA LUIS ALBERTO**, titular de la cédula de ciudadanía No. **1724248289** a rendir la evaluación oral del Trabajo de Integración Curricular: "**Plan de Negocios para la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe provincia de Pichincha, año 2021.**", previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración Turística. Luego de la exposición, el referido estudiante obtiene las calificaciones que a continuación se detallan:

	Calificación
Lectura del Trabajo de Integración Curricular	9.5 /10
Evaluación Oral del Trabajo de Integración Curricular	7.8 /10
<b>Calificación Final del Trabajo de Integración Curricular</b>	<b>8.1 /10</b>

Para constancia de lo actuado, los miembros del Tribunal de Presentación Oral del Trabajo de Integración Curricular, firman el presente documento en unidad de acto, a los diecinueve días del mes de marzo del 2024 (19-03-2024).

PhD. Jesús Gómez  
**VICERRECTOR**



PhD. Luisa Taborda  
**DIRECTOR ACADÉMICO**

PhD. Juan Romero  
**TUTOR (S)**



Mgst. Stefania Jácome  
**LECTOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, agradezco a Dios, por brindarme la oportunidad de formar parte de este gran logro, de igual forma a mis padres y hermanos, quienes me han apoyado siempre en el transcurso de mi vida, a mis hijos Thiago, Stephano y Jorel quienes han sido el pilar fundamental de mi vida, que a pesar de tantos obstáculos siempre me han brindado todo su amor y cariño, el cual se ha convertido en el motor de mi existencia. De igual manera a toda mi familia. Así mismo amigos que dentro y fuera de las aulas vivimos experiencias únicas e inigualables.

Agradezco también, al Doctor. Juan Francisco Romero por guiarme en la elaboración de mi trabajo de titulación el cual me permite conseguir un sueño muy anhelado para mí. Así también a la UNIB.E y todos los docentes que formaron parte de mi formación académica, puesto que a más de formar profesionales dentro de sus aulas han brindado la calidez de un segundo hogar, por todo mil gracias.

Luis A. Lema C.

## DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación lo dedico a mis hijos Thiago, Stephano y Jorel, quienes han sido pieza clave en la consecución de este logro, ya que sin ellos no sé qué sería de mi vida, a mis padres, hermanos y toda mi familia los mismos que me han apoyado incondicionalmente. Además, a mi hermana Valery Scarleth que, aunque no se encuentre presente físicamente, me ha brindado fuerza para nunca rendirme y culminar una etapa más de mi vida.

De igual modo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador, por aportar con conocimientos durante todo el transcurso de mi carrera de tal modo que no solo sirvan de herramientas para la vida profesional, sino que también para la vida personal.

Luis A. Lema C.

## Índice General

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y AUTORIZACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	ii
AUTORIZACIÓN DE PRESENTACIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR POR PARTE DEL TUTOR.....	iii
ACTA DE APROBACION.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN .....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	2
EL PROBLEMA .....	2
Planteamiento del Problema .....	2
Objetivos .....	5
Objetivo General .....	5
Objetivos Específicos.....	5
Justificación e impacto de la investigación .....	5
Aporte a la Instituciones .....	5
Relevancia social .....	6
Valor Agregado.....	6
Alcance de la investigación .....	6
CAPÍTULO II .....	7
MARCO TEÓRICO.....	7
Antecedentes de la Investigación .....	7
Bases Teóricas .....	8
Operadora turística .....	8
Plan de negocios.....	10
USAID.....	12
Diagnóstico situacional .....	12
Análisis PESTEL .....	13
5 fuerzas de Porter .....	14
Análisis FODA .....	15

Investigación de mercado .....	16
Estudio técnico .....	16
Estudio financiero .....	17
Valor Actual Neto .....	17
Tasa Interna de Retorno.....	17
Promoción turística .....	18
Bases Legales.....	18
Ley de emprendimiento .....	21
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>22</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO .....</b>	<b>22</b>
Naturaleza de la Investigación .....	22
Paradigma .....	22
Enfoque de la Investigación .....	22
Nivel de la Investigación.....	23
Tipo de Investigación.....	24
Población y Muestra.....	24
Población .....	24
Muestra .....	25
Tipo de muestreo .....	25
Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	27
Operacionalización de Objetivos.....	27
Instrumento de recolección de datos .....	29
Encuesta .....	29
Cuestionario .....	30
Validez y Confiabilidad .....	30
Técnicas de análisis de los datos.....	32
Procesamiento de Datos .....	32
<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>34</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....</b>	<b>34</b>
Resultados de la investigación .....	34
Estudio de Mercado .....	34
Propuesta de Plan de Negocios.....	53
Análisis del Entorno.....	53
Análisis del Macroentorno .....	53



Análisis PESTEL .....	53
Análisis del Microentorno .....	56
Cinco Fuerzas de Porter .....	57
Amenaza de nuevos aspirantes.....	57
Poder de negociación de los proveedores .....	57
Poder de negociación de los compradores .....	57
Amenaza de productos sustitutos.....	58
Rivalidad entre los competidores existentes .....	58
Plan Estratégico.....	58
Matriz FODA .....	58
FODA CRUZADO .....	60
Visión .....	64
Misión.....	64
Objetivos Estratégicos.....	64
Valores Corporativos.....	64
Marketing Mix .....	65
Logotipo.....	65
Producto.....	65
Estrategia de Precio.....	71
Distribución o Plaza .....	72
Promoción .....	73
Plan de Operaciones .....	74
Localización .....	74
Distribución de la Operadora .....	74
Plano.....	75
Diagrama de Procesos.....	75
Proceso de la Reserva .....	75
Organigrama de la Empresa.....	76
Organigrama Estructural .....	76
Organigrama Funcional .....	77
Estudio Financiero.....	82
Presupuesto de Costos Fijos (Activos Fijos) .....	82
Presupuestos de Costos Corrientes .....	86
Presupuestos de Costos Diferidos.....	87
Inventario Inicial.....	87

Depreciaciones .....	91
Tabla de Amortización.....	93
Punto de Equilibrio.....	96
Flujo de efectivo.....	97
Flujo de Caja proyectado Anual .....	98
CALCULO DEL VAN.....	99
CALCULO DEL TIR.....	99
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento .....	100
<b>CAPITULO V .....</b>	<b>101</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>101</b>
Conclusiones.....	101
Recomendaciones .....	104
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>105</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>111</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Operacionalización de objetivos. ....	28
<b>Tabla 2.</b> Edad de los encuestados. ....	34
<b>Tabla 3.</b> Género de los encuestados. ....	35
<b>Tabla 4.</b> Nivel de ingresos de los encuestados. ....	36
<b>Tabla 5.</b> Ocupación de los encuestados. ....	37
<b>Tabla 6.</b> Estado civil de los encuestados. ....	38
<b>Tabla 7.</b> Procedencia de los encuestados. ....	39
<b>Tabla 8.</b> Frecuencia de practica de actividades turísticas de los encuestados. ...	40
<b>Tabla 9.</b> Le gustaría conocer turísticamente el cantón Cayambe. ....	41
<b>Tabla 10.</b> Días de permanencia en el cantón Cayambe. ....	41
<b>Tabla 11.</b> Implementación de una operadora turística en el cantón Cayambe. ...	42
<b>Tabla 12.</b> Motivación de viaje. ....	43
<b>Tabla 13.</b> Con quién realiza viajes. ....	44
<b>Tabla 14.</b> Motivos de contratar una operadora turística. ....	44
<b>Tabla 15.</b> Gasto promedio por persona. ....	46
<b>Tabla 16.</b> Tipos de turismo que practica. ....	47
<b>Tabla 17.</b> Actividades que le gustaría realizar. ....	48
<b>Tabla 18.</b> Servicios operadora turística. ....	49
<b>Tabla 19.</b> Que operadoras de turismo conoce. ....	50
<b>Tabla 20.</b> Con que operadora a contratado servicios turísticos. ....	51
<b>Tabla 21.</b> Análisis PESTEL para operadora turística. ....	53
<b>Tabla 22.</b> Matriz FODA. ....	59
<b>Tabla 23.</b> FODA Cruzado. ....	60
<b>Tabla 24.</b> Itinerario Full Day. ....	67
<b>Tabla 25.</b> Maquinaria y Herramientas. ....	83
<b>Tabla 26.</b> Muebles y Enceres. ....	83
<b>Tabla 27.</b> Equipos de Computación. ....	84
<b>Tabla 28.</b> Equipos de Oficina. ....	84
<b>Tabla 29.</b> Implementos de Habitación. ....	84
<b>Tabla 30.</b> Utensilios de Cocina. ....	85
<b>Tabla 31.</b> Vehículo. ....	85
<b>Tabla 32.</b> Resumen Activos Fijos. ....	85
<b>Tabla 34.</b> Activos Corrientes. ....	86
<b>Tabla 35.</b> Gastos de Constitución. ....	87
<b>Tabla 36.</b> Balance de situación inicial. ....	88
<b>Tabla 37.</b> Nomina Qallaryi Travel. ....	91
<b>Tabla 38.</b> Depreciación. ....	92
<b>Tabla 39.</b> Amortización del crédito requerido. ....	93
<b>Tabla 40.</b> Calculo Punto de Equilibrio. ....	96
<b>Tabla 41.</b> Flujo de Caja Proyectado Mensual. ....	97
<b>Tabla 42.</b> Flujo de Caja Proyectado Anual. ....	98
<b>Tabla 43.</b> Cálculo del Van y TIR. ....	99
<b>Tabla 44.</b> Cálculo de la TIR. ....	99

## INDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Esquema de plan de negocios.....	11
<b>Gráfico 2.</b> Análisis del entorno general.....	14
<b>Gráfico 3.</b> Proyección Poblacional Cantón Cayambe.....	25
<b>Gráfico 4.</b> Porcentaje de la proyección por parroquias.....	26
<b>Gráfico 5.</b> Cálculo del Alfa de Cronbach. ....	32
<b>Gráfico 6.</b> Edad de los encuestados.....	35
<b>Gráfico 7.</b> Género de los encuestados. ....	36
<b>Gráfico 8.</b> Nivel de ingresos de los encuestados.....	36
<b>Gráfico 9.</b> Ocupación de los encuestados.....	37
<b>Gráfico 10.</b> Estado civil de los encuestados.....	38
<b>Gráfico 11.</b> Procedencia de los encuestados. ....	39
<b>Gráfico 12.</b> Frecuencia de practica de actividades turísticas de los encuestados. .....	40
<b>Gráfico 13.</b> Le gustaría conocer turísticamente el cantón Cayambe. ....	41
<b>Gráfico 14.</b> Días de permanencia en el cantón Cayambe. ....	42
<b>Gráfico 15.</b> Implementación de una operadora turística en el cantón Cayambe. ....	42
<b>Gráfico 16.</b> Motivación de viaje. ....	43
<b>Gráfico 17.</b> Con quién realiza viajes. ....	44
<b>Gráfico 18.</b> Motivos de contratar una operadora turística.....	45
<b>Gráfico 19.</b> Gasto promedio por persona. ....	46
<b>Gráfico 20.</b> Tipos de turismo que practica. ....	47
<b>Gráfico 21.</b> Actividades que le gustaría realizar. ....	49
<b>Gráfico 22.</b> Servicios operadora turística. ....	50
<b>Gráfico 23.</b> Que operadoras de turismo conoce.....	51
<b>Gráfico 24.</b> Con que operadora a contratado servicios turísticos. ....	52
<b>Gráfico 25.</b> Logo de la Operadora Turística. ....	65
<b>Gráfico 26.</b> Ficture Promocional Full Day.....	69
<b>Gráfico 27.</b> Ubicación de la oficina Qallariy Travel.....	72
<b>Gráfico 28.</b> Vista frontal de la oficina de Qallaryi Travel.....	73
<b>Gráfico 29.</b> Plano Oficina Qallariy Travel .....	75
<b>Gráfico 30.</b> Proceso de reserva.....	75
<b>Gráfico 31.</b> Organigrama estructural de Qallariy Travel. ....	77

Luis Alberto Lema Cepeda. Plan de Negocios para la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha. Carrera de Turismo. Universidad Iberoamericana del Ecuador. Quito Ecuador. Año 2024. (129 pág.).

## **RESUMEN**

El presente trabajo de integración curricular se encuentra enfocado directamente con elaborar un plan de negocios para la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha. De tal manera, que se procedió a desarrollar la estructura de un plan de negocios, el mismo que será propuesto a lo largo del trabajo, como lo es un análisis profundo del estado situacional, en donde se utilizaron herramientas que permitieron recabar información vital, como lo conforma el análisis PESTEL y las 5 fuerzas de Porter, procediendo a analizar el macro y microentorno, seguidamente se incorporó una matriz FODA, la cual permitió asimilar la información obtenida netamente del sector empresarial, basado directamente en la creación de la operadora y la formulación del plan de negocios propuesto. Para poder establecer parámetros de los turistas, como lo son: gustos, preferencias, inclinaciones se procedió a detallar un estudio de mercado, lo cual facilitó describir el perfil básico del turista o visitante, para poder determinar el tamaño de la empresa y su constitución física se implementó un estudio técnico, el cual se encuentra estructurado por el marco filosófico. Para determinar el cálculo de la población y muestra se consideró a turistas que visitan el cantón Cayambe, los mismos que se han establecido en un rango de edad de 24 años hasta los 50, permitiendo consolidar un espectro amplio para el análisis, con un poder adquisitivo que oscila de medio alto a alto, puesto que la mayoría de turistas mantienen un trabajo estable. Para proceder a recopilar la información necesaria se implementó una encuesta que se conformó por 19 preguntas. Seguidamente se procedió a realizar un análisis minucioso referente al aspecto financiero, el mismo que permitió determinar indicadores financieros como el VAN, TIR y TEMAR, los cuales facilitaron determinar la factibilidad económica el proyecto propuesto.

**Palabras clave:** Negocios, turismo, factibilidad, promoción, comercialización.

## INTRODUCCIÓN

En la industria turística existen diversos elementos que determinan el éxito de la misma en sus diversos ámbitos del accionar. Uno de estos elementos son las operadoras turísticas como ejes fundamentales que relacionan a los destinos y atractivos con la demanda existente en el mercado. Por ello, la gestión que realiza una operadora es de gran importancia para la activación del turismo en las diversas localidades.

En este contexto, es pertinente partir por mencionar que una operadora turística, según el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2011) en el Reglamento General de Actividades Turísticas, expresa que: “[...] elaboran, organizan, operan y venden, [...] toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.” (Art. 82). Al respecto, una operadora turística desempeña un papel relevante dentro de la industria turística al momento de gestionar de manera adecuada, con el fin de brindar un servicio que satisfaga las necesidades de los turistas.

En vista al potencial turístico que posee el Cantón Cayambe, y analizando las nuevas tendencias que se vienen dando en el mercado, el presente trabajo de titulación tiene como propósito elaborar un Plan de Negocios para la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe provincia de Pichincha, el cual proporcione datos verídicos de la situación actual del cantón referente a la actividad turística y determinar de este modo la factibilidad del proyecto antes planteado, ya sean estas de índole comercial, técnico, financiera entre otros parámetros.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### Planteamiento del Problema

La historia ha evidenciado que las personas han sentido la necesidad de visitar nuevos lugares, lo cual, fomenta la motivación de descubrir nuevas formas de ver y percibir el mundo, de conocer nuevas culturas y nuevas costumbres. Una de las formas más comunes y adecuadas de hacerlo es viajando, estas experiencias hacen que las personas descubran y abran su mente a nuevos lugares, a nuevas vivencias y a nuevas formas de hacer y de percibir la realidad lo que les permite que enriquezcan sus conocimientos además de aportar mucho a la vidas profesional y personal.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2008) menciona que:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (párr.1).

Por lo tanto, el turismo viene a ser una acción la cual se caracteriza por realizar diferentes actividades fuera del lugar habitual del turista o visitante, en este caso que demande de desplazamiento, el cual se relaciona con aspectos económicos, ambientales y sociales, con el fin de cancelar un monto por dicho servicio.

Las entidades turísticas desempeñan un rol relevante en el desarrollo económico y comercial de un país al encargarse de aspectos necesarios donde se puede apreciar: comercialización de productos y servicios tanto a nivel nacional e internacional, también organizan, crean y ofertar paquetes los cuales son constituidos por atractivos y destinos propios de un sector.

Es importante mencionar que el desarrollo turístico de un país está estrictamente ligado al turismo local, con base en esta modalidad se puede evidenciar que la economía se dinamiza con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas, puesto que:

Dado que el turismo local aprovecha los espacios menos transitados de un país, quienes más se benefician son los lugareños que reciben a los visitantes en sus pequeñas

comunidades. En lugares remotos donde escasean las ventajas de la modernidad, pero abundan las maravillas naturales y culturales, la economía de sus habitantes depende del turismo (Alvear, s.a, párr.7).

Tomando muy en cuenta al turismo local como fuente que impulsará el modelo de desarrollo de una localidad, basándose en ofertar atractivos diferentes a los habituales, es decir visitar lugares que no han sido explotados con masivamente y dinamizando la economía interna.

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cayambe (GADIP, 2018) menciona que:

El cantón Cayambe está ubicado en los Andes Norte del Ecuador, al Noreste de la provincia de Pichincha, al pie del nevado que lleva su nombre. Su capital cantonal es la ciudad de Cayambe, la misma que se localiza geográficamente a 00° 2'6' Latitud Norte y 78° 9'12' Longitud Oeste. La extensión del cantón es de 1.350 km<sup>2</sup>, cubriendo el 14.21% de la superficie total de la provincia de Pichincha. Sus límites son: al Norte con la provincia de Imbabura; al Sur con el Distrito Metropolitano de Quito y la provincia de Napo; al Este con la provincia de Napo y Sucumbíos, y al Oeste con el Distrito Metropolitano de Quito y el cantón Pedro Moncayo (p.62).

Debido a la ubicación geográfica se ha establecido que el cantón Cayambe posee un sinnúmero de atractivos turísticos, los cuales pueden ser utilizados para desarrollar un turismo local. Al igual que la interconexión que tiene con las provincias limítantes proporciona un lugar con mucha afluencia de visitantes.

El cantón Cayambe cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos, sin embargo, es importante destacar que no existe la gestión turística adecuada para transformar al cantón como un destino turístico líder en el norte del país, a más de hoy en día ser catalogado como Pueblo Mágico, no se ha evidenciado el trabajo adecuado, puesto que existe una agencia operadora dentro del cantón la cual abarca netamente una sola modalidad turística la cual viene a ser el turismo de montaña y aventura. Gracias a la tradición de la cultura Kayambi existe la festividad del Inti Raymi la cual se celebra en los meses de junio y julio, generando mucha afluencia de visitantes al cantón, pero esto solamente se lo ha realizado durante este periodo de tiempo, mientras que el resto de meses las actividades turísticas merman en su totalidad.

Además, se ha evidenciado mediante criterio y observación directa del autor del presente trabajo de titulación, la presencia de una empresa dentro del cantón Cayambe que se encarga de ofertar paquetes turísticos de aventura, predominando el montañismo; llevando a cabo actividades de manera empírica por parte del



propietario. De este modo surge la problemática de la no implementación de una gestión adecuada por parte de la operadora turística existente.

A su vez se suman varias falencias más como lo es: la escasez de personal calificado para efectuar las diferentes actividades de operación que demanda una operadora turística. Lo cual permite determinar que existe insuficiente gestión turística, y a su vez un proceso inadecuado de intermediación y operación de atractivos turísticos de la localidad. Constituyendo ello a largo plazo, un problema para las futuras empresas destinadas a la intermediación y operación dentro del cantón Cayambe debido a que se fomentaría una competencia desleal al abaratar costos dentro el mercado por el poco conocimiento y la ocupación de personal no idóneo al área turística.

Por lo anterior en este trabajo de titulación se ha visto necesario la elaboración de un Plan de Negocios para la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe provincia de Pichincha, año 2023, ya que una vez implementada la misma permitirá que el Cantón Cayambe sea conocido a nivel nacional y posteriormente a nivel mundial con la gestión turística adecuada fomentando así un desarrollo social, económico y cultural.

La formulación del problema genera las siguientes interrogantes:

¿Qué elementos se deben considerar al momento de elaborar un Plan de Negocios para la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe, provincia Pichincha?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Elaborar un plan de negocios para la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado el cual permita identificar la situación actual del cantón Cayambe referente a la creación de una operadora turística, mediante el análisis de las preferencias y necesidades de los turistas.
- Determinar la factibilidad técnica, operativa y organizacional pertinente para la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe.
- Establecer la factibilidad financiera de una operadora turística en el cantón Cayambe, utilizando indicadores financieros como la TIR y VAN.
- Efectuar un diagnóstico situacional que permita el análisis de los factores que influyen dentro del macro y micro entorno en la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe por medio del análisis PESTEL y 5 fuerzas de Porter.

### **Justificación e impacto de la investigación**

El presente trabajo de investigación se realiza con el fin de determinar la factibilidad técnica, operativa y financiera que enmarca la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe, y de esta manera, también determinar el porcentaje de aceptación de las personas o turistas.

### **Aporte a la Instituciones**

Además, se busca fomentar el turismo sostenible dentro de la localidad, tal como lo expone OMT (2008) al afirmar que “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.” (párr. 1). En donde se pretende implementar un modelo de gestión diferente al habitual.

De tal forma que la investigación planteada se puede articular con futuros proyectos, sirviendo de guía para buscar un mejor desarrollo en el aspecto turístico responsable y equitativo, mejorando la calidad de vida de las personas residentes del cantón, mediante la circulación de divisas. En donde los beneficiarios directos del emprendimiento a más de los propietarios sean, la comunidad.

### **Relevancia social**

Con la implementación de la operadora turística existe la oportunidad de crear fuentes de empleo en todas las áreas afines, mediante el auge de turistas al cantón, ya que se relacionan directamente desde la perspectiva del mercado y la industria tanto turística, alimenticia, hotelera, entre otras.

### **Valor Agregado**

Dentro del contexto de la temática que mantendrá la operadora turística, se considera pertinente implementar actividades de revalorización de costumbres y tradiciones propias del sector, involucrando la cosmovisión andina aun presente, lo cual genere un impacto diferente ante la competencia, buscando implementar y servicio diferenciado y personalizado a su vez.

### **Alcance de la investigación**

La presente investigación se llevará a cabo en el cantón Cayambe, el cual se encuentra ubicado en el norte de la provincia de Pichincha, para lo cual se han considerado como objeto de estudio a tres parroquias principales, como lo son; Cayambe como cabecera cantonal, Ayora y Juan Montalvo. Cabe considerar que, para acceder al lugar, existen vías de acceso de primer orden como la Panamericana Norte E35, ya que es un punto de cruce entre dos ciudades importantes como lo son Quito e Ibarra,

En dichos lugares se pretende analizar a la Población Económicamente Activa, para de este modo obtener un dato más exacto y apropiado, siendo elaborada en el año 2023. Para lo cual se implementará un cuestionario, que permita el levantamiento de la información relevante para el presente estudio.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Dentro del siguiente capítulo se encuentran los antecedentes que han servido de apoyo para la investigación, de igual manera contiene el sustento teórico y legal relacionado en base a los objetivos planteados con el fin de desarrollar un plan de negocios para la creación de una operadora turística.

#### **Antecedentes de la Investigación**

Según Tulcanaza (2020), en su estudio cuyo objetivo fue desarrollar un plan de negocios para la creación de un campamento turístico en la cascada de Guadir, cantón Montufar, provincia del Carchi. Presentado en la Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Dentro del contexto del estudio, se presentan pautas las cuales permiten obtener o recabar información veraz, mediante técnicas, estudios o herramientas, como lo conforma el Plan de negocios, de tal modo que, se infiere considerar de manera, la estructura basada netamente en el capítulo 3, como lo son: estudio técnico, estudio de mercado y el estudio financiero, pilares de un plan de negocios. Ayudando a determinar la factibilidad del presente proyecto.

Como lo expresa, Morales (2016), en su trabajo de titulación cuyo objetivo fue elaborar un estudio de factibilidad de creación de una operadora turística en el cantón General Villamil Playas dedicada a la oferta y promoción de sus potencialidades turísticas. Presentado en la Universidad de Guayaquil.

Dentro del marco y estructura básica del Mix de Marketing se ha considerado pertinente considerar las estrategias que se proponen debido a que busca generar una temática basada a la reconstrucción patrimonial del lugar de estudio, con un enfoque cultural, permitiendo implementar diferentes estrategias que permitan involucrarse de manera positiva dentro del mercado.

Es así, como Calambrogio y Nuñez (2016), en su estudio denominado Plan de Negocio de una Agencia Turística enfocada al desarrollo turístico de la ciudad de Negritos y del balneario El Ñuro, llevado a cabo en la universidad de Piura de Perú. Por lo tanto, se establece considerar la diversificación que muestra en sus servicios,

y no solo basarse en aspectos superficiales, es decir la elaboración de productos que sean considerados all inclusive, para de este modo abarcar con facilidad alternativas que los turistas acepten o les cause curiosidad acceder.

Dentro del estudio de Mix de marketing en el segmento Producto propone elaborar una diversificación amplia de las bondades turísticas, ya sean de aventura, cultura, gastronomía, religión, abarcando de este modo los gustos preferencias de los turistas, eso sí especificando que los productos serán emitidos con base a un cronograma, el cual proponga una temática diferenciadora y de mayor aceptación, generando valor hacia el producto y servicio permitiendo de este modo fidelizar clientes con estrategias de promoción y comercialización.

Según Barajas y Parra (2018), en su tesis denominada Plan de negocio para la creación del operador turístico Katios Trip, expuesta en la universidad de la Salle de Bogotá Colombia, donde expone la importancia de generar excelentes alianzas estratégicas para el funcionamiento adecuado del negocio.

Dentro del presente estudio se considera útil y pertinente establecer adecuadas estrategias o convenios los cuales ayuden alcanzar lo objetivo planteado, permitiendo brindar un servicio de calidad, enfocándose en la capacitación hacia el personal, conjuntamente con lo ente que conformen la planta turística, puesto que se considera al conjunto de servicios que estarán destinados a satisfacer al cliente sus demandas y expectativas, de tal modo que el estudio de viabilidad mantenga un sustento. Permitiendo de este modo implementar convenios con empresas y entes gubernamentales los cuales beneficien al desarrollo de la empresa.

## **Bases Teóricas**

### **Operadora turística**

La operación turística se encuentra estrechamente conectado con la intermediación debido a que mediante procesos establecidos estrictamente planificados y organizados el ente turístico en este caso el operador brinda el servicio a sus demandantes, los turistas.

Según el Ministerio de Turismo (MINTUR,2016) dentro del Reglamento de Operación e Intermediación Turística del Ecuador menciona que un operador turístico:

Es la persona jurídica debidamente registrada ante la autoridad nacional de turismo que se dedica a la organización, desarrollo y operación directa de viajes y visitas turísticas en el país. Sus productos podrán ser comercializados de forma directa al usuario o a través de las demás clasificaciones de agencias de servicios turísticos. (p.7)

Con base en lo antes expuesto, dentro del territorio ecuatoriano se considera que un operador turístico mantiene estrictas normativas legales dentro de la autoridad competente en este caso el Ministerio de Turismo. Lo cual permite que organice, planifique y ejecute servicios turísticos dentro del país, además permitiéndole trabajar y mantener contacto con las agencias de viajes que se detallan en el reglamento.

A su vez se es importante mencionar que existen parámetros y requisitos dentro del reglamento los cuales se deben cumplir estrictamente por el tour operador. Estos parámetros se presentan a continuación según el reglamento de Operación e Intermediación Turística del MINTUR (2016):

- a) Se considera de carácter obligatorio mantener un espacio determinado para desempeñar las funciones de promoción, comercialización, administración entre otras, para lo cual se recomienda utilizar un establecimiento que cumpla los requisitos de negocio, ya que no será permitido utilizar las instalaciones de un domicilio.
- b) Para el personal que labora se sugiere que posea título de tercer nivel en turismo o carreras afines las cuales pueden ser certificaciones de intermediación, hospitalidad y operación, deben alcanzar en un mínimo del 30%, lo cual estará regulado por la autoridad nacional de turismo.
- c) Dentro de los parámetros es importante mencionar que como requisito indispensable se debe considerar en un mínimo del 20% a personal que posea un nivel B1 de cognición de al menos una lengua extranjera dentro del Marco Común Europeo, y demás decisiones difundidas por la autoridad competente.

De tal modo que se dé cumplimiento a lo antes planteado la autoridad nacional de turismo o los GAD donde se encuentre el espacio físico del tour operador

obligatoriamente deben presentar un recurso tangible que pruebe la ejecución de las condiciones previstas, el cual puede ser requerido por el inspector, en el caso de no presentarlo deberán someterse a las sanciones establecidas por la Ley de turismo y sus reglamentos.

Además, dentro de las prohibiciones que deben cumplir las agencias de servicios turísticos se encuentran ofertar productos o servicios que no cumplan la normativa del Reglamento de Operación e Intermediación Turística y a su vez queda prohibido contratar servicios adicionales de agencias turísticas no registradas. Así también, las agencias de servicios turísticos no podrán contratar los servicios turísticos de personas naturales y/o jurídicas que no se encuentren registradas ante la autoridad nacional de turismo.

En tal sentido es necesario considerar la importancia de lo antes expuesto, ya que la normativa actual sugiere de carácter obligatorio cumplir con varios requisitos o parámetros; los cuales serán considerados y evaluados oportunamente para la creación del plan de negocios para la operadora turística en el cantón Cayambe, que es el objetivo principal del presente trabajo de titulación.

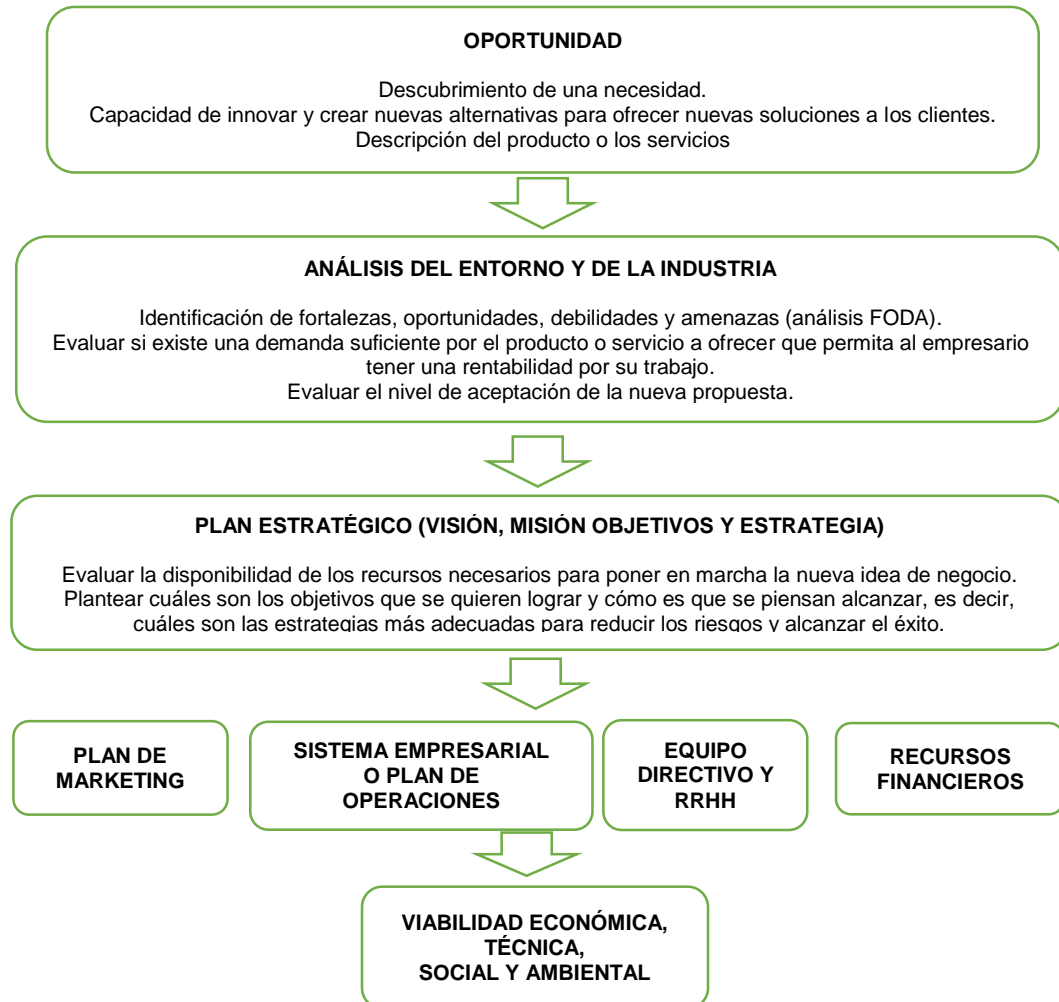
### **Plan de negocios**

Dentro del mercado y las industrias, es importante considerar los beneficios de la elaboración e implementación de un plan de negocios para una futura empresa, ya que de este modo se analiza y evalúa la probabilidad de éxito de una nueva empresa o negocio, para lo cual Weinberger (2009), menciona que:

El plan de negocios es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento es combinar la forma y el contenido. (p.33).

De este modo, se establece la importancia de implementar un plan de negocios antes de incorporar una nueva organización o empresa al mercado, puesto que los procesos que se realizan determinarán datos exactos y reales de la situación. Esto permite visualizar los elementos que conducirán al éxito empresarial basándose en el cumplimiento de los objetivos planteados.

Con base en lo antes mencionado se presenta a continuación la figura 1 que presenta el esquema de un plan de negocios:



**Gráfico 1.** Esquema de plan de negocios.

Adaptado de: K Weinberger, 2009.

Con base en la figura presentada se detalla un esquema el cual presenta el plan de negocios, relacionándolo manifiesta que todo parte de una necesidad de implementar un servicio o producto con el fin de innovar constantemente, dentro de un análisis del entorno e industria evaluando la posible demanda, rentabilidad y nivel de aceptación.

Además, comprende un plan estratégico donde se evalúa la disponibilidad de recursos necesarios, planteando objetivos tratando de reducir los riesgos y alcanzar el éxito. Conjuntamente con un plan de marketing, plan de operaciones, equipo de



recursos humanos y recursos financieros, tal cual visualiza la viabilidad económica técnica, social y ambiental del proyecto propuesto.

## **USAID**

Dentro del contexto se estipula considerar al Plan de Negocio propuesto por dicha organización, la cual trabaja directamente con países latinoamericanos, es el caso de Ecuador, en donde se apuesta por la conservación de la biodiversidad, relacionándolo con la industria turística, por ende, se manifiesta que:

Es la principal agencia de desarrollo internacional del mundo y un actor catalizador que impulsa los resultados del desarrollo. El trabajo de USAID promueve la seguridad nacional y la prosperidad económica de los EE. UU., demuestra la generosidad estadounidense y promueve un camino hacia la autosuficiencia y la resiliencia de los beneficiarios. (USAID, 2023).

## **Diagnóstico situacional**

Relacionando el diagnóstico situacional con el entorno comprende un análisis externo e interno para lo cual Martínez (2007), expone que el análisis situacional “puede ser considerado como el punto inicial del proceso. Consiste en el trabajo previo que debe ser realizado con el fin de formular e implantar eficazmente las estrategias.” (p.13). De este modo se pretende desarrollar un integro análisis donde se toman en cuenta procesos que se detallan a continuación:

El marco filosófico de una organización se encuentran vinculados aspectos como: misión, visión y objetivos estratégicos, para lo cual se consideran puntualmente las metas basadas en los objetivos planteados, siempre tomando en cuenta el mercado con sus diversos beneficios donde se puede considerar a la ventaja competitiva. Además, es pertinente analizar el entorno y la competencia existente para de este modo establecer las posibles estrategias a postular con base en las oportunidades y amenazas (Martínez, 2007).

Siendo de este modo pertinente la implementación del estudio antes mencionado, con el fin de establecer los aspectos y recursos necesarios para la puesta en marcha de una nueva idea de negocio. Relacionarlo con el tema de titulación.

Dentro del análisis estratégico se proponen los modelos de evaluación por medio de PESTEL, 5 Fuerzas de Porter y el análisis FODA. Los mismos que arrojan

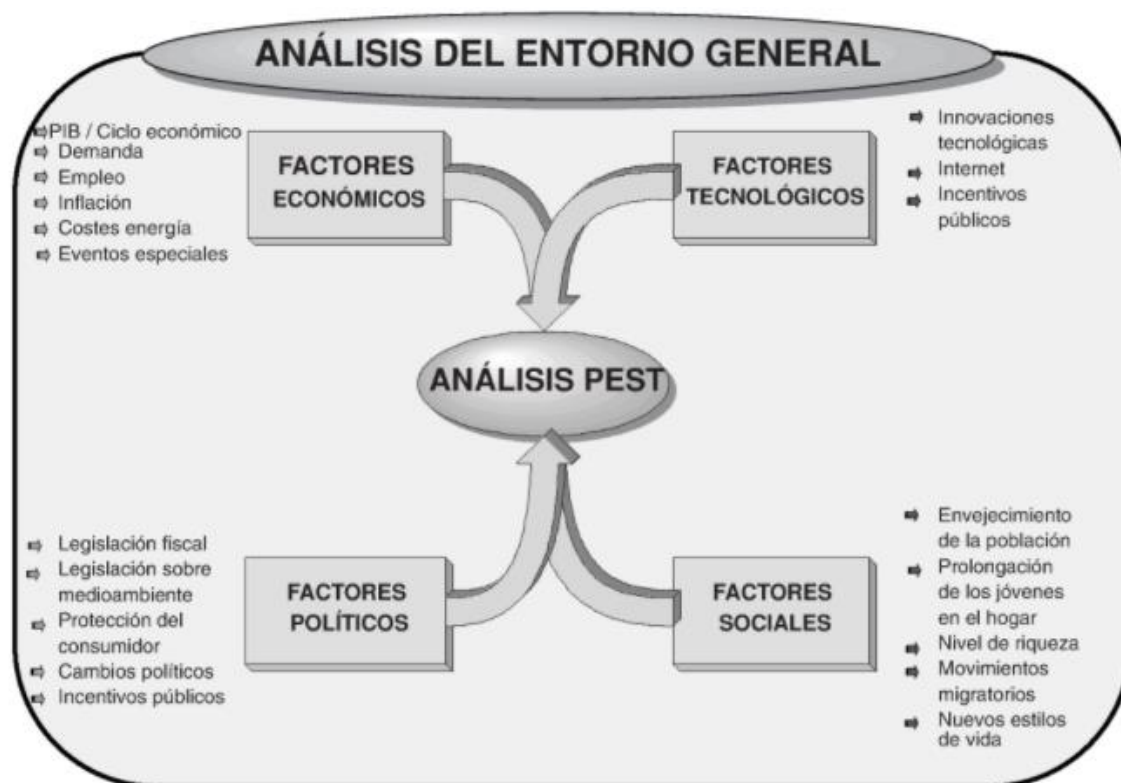
información veraz de la situación actual de la industria y mercado. Los cuales se detallan a continuación.

### **Análisis PESTEL**

Por lo general las estrategias no surgen sin fundamento, para lo cual se debe realizar un análisis de la situación actual del macroentorno, por lo tanto, se considera necesario y pertinente la elaboración de un análisis PESTEL. El cual brinde información verídica de las situaciones y factores que influyen de manera positiva y negativa al momento de crear una operadora turística en el canto Cayambe.

Según Martínez (2007), “la metodología empleada para revisar el entorno general es el análisis PEST, que consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera del control de la empresa, pero que pueden afectar a su desarrollo futuro.” (p.34).

Es por lo antes mencionado que es indispensable implementar un análisis PESTEL, para poder determinar los objetivos que se enfoquen en la visión estratégica de la empresa o nuevo negocio, como lo es el caso de la creación de una operadora turística. Por tal motivo es fundamental describir a continuación la estructura y características del mismo.



**Gráfico 2.** Análisis del entorno general.

Tomado de: D. Martínez, 2007.

Con base en la figura 2, se detalla un esquema que presenta el análisis PESTEL, lo cual corresponde al estudio de los aspectos o factores económicos, donde se encuentran situaciones de orden externo que afectarán o beneficiarán a la creación de una operadora turística tales como, demanda de clientes, indicadores económicos como lo son PIB, inflación entre otros. Factores tecnológicos, se relaciona el uso y adquisición de internet, posibilidades de conectividad, etc. Factores políticos, a su vez se estipulan leyes existentes dentro del país, reglamentos, ayudas por parte de entes gubernamentales, situaciones democráticas, etc. Factores sociales, aspectos que se relacionen con la población como, nivel de ingresos, aspectos de desplazamiento, preferencias y consumo.

### **5 fuerzas de Porter**

En la realización de un plan de negocios es necesario implementar el análisis de las 5 Fuerzas de Porter lo cual permite recabar información relacionada a los

aspectos del microentorno empresarial los cuales servirán de sustento al momento de tomar decisiones y entrelazarlas con las estrategias de desarrollo propuestas.

De esta manera se ha considerado pertinente tomar muy en cuenta a Martínez (2007), mencionando que “el modelo de las cinco fuerzas, “ha sido la herramienta analítica más comúnmente utilizada para examinar el entorno competitivo. Describe el entorno competitivo en términos de cinco fuerzas competitivas básicas.” (p.40).

Siendo de este modo esencial la información que arroja el realizar y analizar las situaciones que se presentan en base a la competencia de este modo se llegara a cumplir los objetivos planteados dentro de la creación de una operadora turística. Puesto que es necesario determinar las ventajas competitivas dentro del estudio o proyecto planteado.

### **Análisis FODA**

Es relevante determinar la incorporación de varias metodologías que se han venido usando, con el fin de recabar información útil para las proyecciones de una empresa, es así como punto final del análisis se presenta según Martínez (2007), menciona que:

El análisis DAFO resume los aspectos clave de un análisis del entorno de una actividad empresarial (perspectiva externa) y de la capacidad estratégica de una organización (perspectiva interna). DAFO es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información relativa al negocio, útil para examinar sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. (p.110).

El análisis FODA comprende parámetros tanto internos como externos, los cuales mencionan o permiten determinar la influencia que tiene el mercado referente a la empresa. A su vez el aspecto interno permite desarrollar estrategias que llevaran al éxito del negocio, en este caso la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe.

Además, para consolidar la información el análisis se encuentra conformado en base a dos perspectivas:

Perspectiva interna, mantiene una estrecha relación con aspectos que la empresa puede manejar o disponer en donde se encuentran las fortalezas y debilidades. Perspectiva externa, concierne a los aspectos que se encuentran fuera de la organización, es decir las oportunidades y amenazas, siendo de este modo que se

busca mitigar los riesgos existentes en el mercado. Procurando por lo general aprovechar las oportunidades para mitigar las amenazas y reducir el riesgo (Martínez, 2007).

### **Investigación de mercado**

Siendo considerable y relevante estudio de mercado dentro del aspecto empresarial, como le menciona Prieto (2013) “la investigación de mercados es la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con la transferencia y venta de bienes y servicios del productor al consumidor” (p.4).

En donde se demuestra que la operadora turística con el fin de identificar el mercado objetivo y demanda insatisfecha con base en la introducción del producto o servicio deberá implementar la investigación, basándose en analizar los resultados obtenidos y de este modo poder determinar la factibilidad de la empresa propuesta dentro del plan de negocios.

### **Estudio técnico**

Dentro de la implementación de un negocio o empresa es pertinente realizar el estudio técnico con el fin de definir dentro de la organización aspectos relevantes. Luna (2016), menciona que:

El estudio técnico, también denominado estudio de producción, consiste en ubicar, analizar, definir, diseñar el tamaño y localización óptima, así como la investigación de necesidades de infraestructura, proceso de producción, activo fijo y micro y macro localización del plan estratégico de negocios (p. 132).

En donde se determina de manera analítica los procesos, tamaño y ubicación adecuada de la empresa, además, los recursos necesarios en base a la infraestructura, lo cual se pondrá en práctica al momento de estructurar el plan de negocios de la operadora turística.

El estudio técnico se encuentra estrechamente relacionado con los objetivos propuestos dentro del marco filosófico de la empresa, con el fin de establecer estrategia adecuadas para dar cumplimiento a los objetivos antes planteados. Además, es necesario involucrarlo con el estudio de mercado para así llegar

satisfacer la demanda presente y brindar una figura competitiva de calidad dentro del espectro comercial. (Luna, 2016).

### **Estudio financiero**

Considerando pertinente el aspecto económico dentro de una empresa o negocio, Baca (2010), expresa que el estudio financiero consiste en: “ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.” (p.8).

El estudio financiero se base en localizar las fuentes necesarias de inversión con la cual la empresa llegue a constituirse y ubicarse dentro del mercado, iniciando con el capital y a su vez cubrir los costos de producción y elaboración del producto o servicio, en este caso dentro del plan de negocios para la creación de una operadora turística. Puesto que se relaciona con el estudio técnico para finalizar con la evaluación financiera, lo cual determinara la factibilidad del proyecto propuesto. Presentando el balance general como documento principal del estudio financiero.

### **Valor Actual Neto**

Para comprender a que refiere el indicador económico se debe tener en cuenta que

El Valor Actual Neto de un proyecto es el valor actual presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos. Para actualizar esos flujos netos se utiliza una tasa de descuento denominada tasa de expectativa o alternativa/oportunidad, que es una medida de la rentabilidad mínima exigida por el proyecto que permite recuperar la inversión, cubrir los costos y obtener beneficios. (Mete, 2014. pág.69)

De tal manera se requiere implementar el cálculo del Van para así determinar la recuperación del efectivo o inversión inicial, demostrando de este modo la factibilidad del proyecto con la ayuda del indicador económico.

### **Tasa Interna de Retorno**

Es otro criterio utilizado para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión y financiamiento. Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0. (Mete, 2014. pág.70)

Por otra parte, mediante el cálculo del TIR se determina de manera oportuna la viabilidad financiera del proyecto, demostrando así la seguridad del mismo.

### **Promoción turística**

Dentro de la industria turística es necesario e importante la implementación de estrategias de promoción por tal motivo Ortigoza y Gómez citados por Gurria (1991), mencionan que:

La promoción es, en su más amplio concepto, una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica. (p.98)

El objetivo principal de la promoción turística es de dar a conocer un producto o servicio, donde los métodos que se utilizan para este fin los cuales se encuentran dentro de la comercialización relacionándose con el plan de marketing. Lo cual se implementará dentro de la operación o intermediación una vez ya constituida la operadora turística en el cantón Cayambe, buscando siempre fomentar la creación y movimiento de divisas dentro de la localidad.

### **Bases Legales**

El territorio ecuatoriano se encuentra normado por la Constitución, la misma que se está estructurada por leyes y reglamentos que servirán para el registro de la operadora turística, de tal modo se considera pertinente ubicar la Ley de Compañías, la misma que repercute dentro de la conformación de la operadora.

Por lo tanto, según la Ley de Compañías (2014), es pertinente mencionar que:

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber: la compañía en nombre colectivo; la compañía en comandita simple y dividida por acciones; la compañía de responsabilidad limitada; la compañía anónima; y, la compañía de economía mixta. Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas (p.1).

De este modo se establece dentro del territorio ecuatoriano la clasificación y tipos de compañías las cuales podrían ser consideradas al momento de constituir la operadora turística en el cantón Cayambe.

De tal modo que, mediante el análisis de cada una de las compañías estipuladas dentro de la ley antes mencionada, se considera conformar a la operadora turística

como una Sociedad Anónima, tal como lo establece la Ley de compañías (2014), en donde:

Art. 143.- “La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones” (p.35).

Es así como de este modo se plantea constituir a la operadora como una Compañía Anónima, una vez analizado los requisitos y normativa vigente.

Por otra parte, se establece en el Reglamento de Operación e Intermediación Turística (2016), dentro del artículo 15 menciona:

Art. 15.- Clasificación. - Para la ejecución de las actividades de operación e intermediación turística, se reconoce la siguiente clasificación de agencias de servicios turísticos:

- a) Agencia de viajes mayorista;
- b) Agencia de viajes internacional;
- c) Operador turístico; y,
- d) Agencia de viajes dual.

De tal modo que la clasificación propuesta anteriormente, sirve como guía para establecer el concepto de operadora con base en el reglamento presentado.

Así también, según el Reglamento de Operación e Intermediación Turística (2016), dentro del

Art 18.- menciona que un “Operador turístico, es la persona jurídica debidamente registrada ante la autoridad nacional de turismo que se dedica a la organización, desarrollo y operación directa de viajes y visitas turísticas en el país” (p.7).

Tomando como base el Art.18 antes presentado, la operadora se encarga de organizar, planificar y llevar a cabo la elaboración de servicios turísticos; en este caso conocidos como tours o paquetes turísticos, cuyas actividades sean desempeñadas dentro de todo el territorio ecuatoriano.

Es de este modo como se considera dentro del Reglamento de Operación e Intermediación Turística (2016), mencionar que:

Art. 8.- Requisitos para obtención del Registro de Turismo. - Las personas jurídicas, previo a iniciar el proceso de registro de las agencias de servicios turísticos, deberán cumplir con los siguientes requisitos: a) Registro Único de Contribuyentes (RUC); b) Escritura de constitución, último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil, en caso de que aplique estas dos últimas; c) Nombramiento vigente del o los representantes legales, debidamente inscrito en el Registro Mercantil; y, d) Pago de la contribución del 1x1.000 a la autoridad nacional de turismo. No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea por la autoridad nacional de turismo (p.4-5).



En donde se puede evidenciar los requisitos previos que demanda la autoridad competente con base a lo normado dentro del reglamento, para lo cual se debe tomar muy en cuenta los aspectos antes planteados al momento de la creación de la operadora turística.

Con base en el Reglamento de Operación e Intermediación Turística (2016), mediante el cual se expresa:

Art. 9.- Del procedimiento de registro e inspección de agencias de servicios turísticos. - El procedimiento para el registro e inspección de una agencia de servicios turísticos será el siguiente: a) La autoridad nacional de turismo contará con una herramienta digital de uso obligatorio para el registro de las agencias de servicios turísticos; b) Para el registro, la persona jurídica deberá seguir los pasos del sistema digital que será establecido por la autoridad nacional de turismo. Al finalizar el proceso, el sistema emitirá un certificado de registro del establecimiento; c) La autoridad nacional de turismo realizará inspecciones de verificación y/o control a las agencias de servicios turísticos. Al final de la inspección, se emitirá un acta suscrita entre el funcionario de la autoridad nacional de turismo y el propietario, representante legal, administrador o encargado de la agencia de servicios turísticos, donde se dejará constancia de la diligencia realizada. Una copia de esta acta será entregada a la agencia de servicios turísticos; y, d) En caso de que los resultados de la inspección, determinen que la agencia no consignó información veraz al registrarse o posteriormente en caso de reclasificaciones, la autoridad nacional de turismo o los gobiernos autónomos descentralizados a los que se les haya transferido la competencia de control, impondrán las sanciones establecidas en la Ley de Turismo (p.5).

De este modo el registro de la operadora turística se realizará de manera digital, siempre y cuando la autoridad competente lo permita, considerando la documentación e información se entregará la autorización, mediante inspección por parte de la autoridad nacional de turismo. Sea el caso de que no se cumpla el registro con éxito se impondrá una sanción conforme a la Ley de Turismo. Lo que repercute directamente dentro del proceso de implementación de la operadora turística dentro del cantón Cayambe.

Además, en el Capítulo II del Reglamento de Operación e Intermediación Turística (2016), en el proceso de Licenciamiento expresa que:

Art. 11.- Del procedimiento y requisitos de la Licencia Anual de Funcionamiento. - Para el proceso de licenciamiento de las agencias de servicios turísticos, la autoridad nacional de turismo o el gobierno autónomo descentralizado al cual se le haya transferido esta competencia, deberá solicitar como requisito indispensable el certificado de Registro de Turismo y los demás que sean requeridos conforme a la normativa vigente, de ser el caso. Los requisitos para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento, a parte del Registro de Turismo serán los siguientes: a) Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta del último ejercicio económico; b) Pago efectuado por concepto de renovación de Licencia Única Anual de Funcionamiento, de ser el caso; y, c) Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente (p.5-6.).

Para continuar con el siguiente punto es considerable haber cumplido exitosamente con el proceso de registro, ya que únicamente de este modo se puede acceder a la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, la misma que necesita ejecutar requisitos. Una vez obtenida la LUAF, se aconseja contar con el documento en donde el cliente pueda visualizarlo, lo que corresponde relevante al momento de iniciar las funciones de la operadora turística.

### **Ley de emprendimiento**

Dentro de los parámetros y requisitos en el territorio ecuatoriano, se ha implementado leyes y normas las cuales regulan a las diferentes empresas o emprendimientos que ingresan al mercado. De tal forma se considera pertinente mencionar aspectos relevantes de la misma.

Así mismo dentro del objetivo principal se propone incentivar y fomentar el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, lo cual es relevante dentro del mercado ecuatoriano, ya que permite apoyo y control. (Ley de emprendimiento, 2020).

Adema la innovación va de la mano, puesto que constantemente se necesita que los emprendimientos se vean inmersos en cambios que los lleven alcanzar su objetivo.

Art. 13.- Infraestructura para centros de emprendimientos. - Con la finalidad de acompañar el desarrollo de emprendimientos, el ente rector de la gestión inmobiliaria del sector público brindará apoyo y facilitará instalaciones, infraestructuras o establecimientos disponibles a su cargo, mediante la suscripción de convenios, a los Gobiernos Autónomos Descentralizados e instituciones del gobierno central, para ser utilizados como centros de incubación gratuita para emprendedores.

Dentro de la ley de emprendimiento se considera necesario relacionar el presente trabajo con el artículo antes mencionado, puesto que de este modo permita implementar una gestión adecuada con la planta y equipo.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

Dentro del presente capítulo, se describen las técnicas, medios y métodos que se utilizan con el fin de recopilar información necesaria para el cumplimiento de los objetivos expuestos en el trabajo de titulación, criterios que permiten la validez y confiabilidad de la investigación, y a su vez la forma mediante la cual se llevará a cabo el procesamiento de información obtenida.

Por lo tanto, Monroy & Sanchez Llanes (2018) mencionan que: “el método científico integra una serie de pasos que orientan el desarrollo de una investigación, es decir, el procedimiento para llevar a cabo una investigación” (p.25). Ya que de este modo se podrá llegar al cumplimiento de los objetivos propuestos dentro del desarrollo del plan de negocios para la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe, siguiendo el orden sistemático establecido.

#### **Naturaleza de la Investigación**

##### **Paradigma**

El paradigma positivista o naturalista, se caracteriza por el alto interés por la verificación del conocimiento a través de predicciones, la misma que llevan a verificar el impacto de factibilidad que presenta el proyecto planteado, mediante análisis y estudio.

##### **Enfoque de la Investigación**

Por su parte Hernández, Fernández y Baptista (2014) refieren que el “enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p.4). Lo cual servirá como pauta al momento de implementar y analizar la información obtenida dentro de la elaboración del plan de negocios para la creación de una operadora turística y de este modo determinar si se cumplen los objetivos trazados.

El presente trabajo de titulación mantiene un enfoque cuantitativo durante el desarrollo del mismo para lo cual se considera, que la investigación es un conjunto de pasos que siguen un orden establecido, de tal modo que sirven para solucionar un problema determinado, siendo en este caso la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe.

Dentro del diseño de investigación comparece el aspecto metodológico de la investigación con el fin de manejar de manera adecuada el problema y la información obtenida, de este modo es que Hernández *et al.* (2014) expone que:

En un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. (p.152).

Es decir, que el trabajo de titulación con base al desarrollo de un plan de negocios procura analizar el ambiente ya existente puesto que la información obtenida se ha planteado con base a libros y documentos que han servido de sustento, de tal manera que los efectos van presentando conforme avanza la investigación.

### **Nivel de la Investigación**

Por lo tanto, se considera relevante que el alcance del proyecto propuesto depende la estrategia de investigación, del diseño y los procedimientos, entre otros aspectos del mismo (Hernández *et al.*, 2014).

Con base en lo expuesto Hernández *et al.* (2014) indican que:

Con frecuencia, la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (p.92)

De tal modo que el alcance de la investigación es de carácter descriptivo, de tal modo que; permite analizar y describir aspectos, fenómenos, situaciones, en donde se determinarán características de las personas del cantón. Lo cual admite elaborar o diagnosticar el perfil del cliente potencial en el presente trabajo de titulación.

## **Tipo de Investigación**

En el trabajo de titulación el tipo de investigación que se va desarrollar es de campo, por lo tanto, Arias (2012), expresa que:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (p.31)

Es decir, que, dentro del presente trabajo de titulación, la información obtenida vendrá directamente de los individuos que conforman el cantón Cayambe, lugar el cual se ha establecido como sitio de estudio, ya que repercutirá significativamente la opinión vertida por los moradores.

## **Población y Muestra**

### **Población**

En el proceso investigativo se procede a estructurar la población que servirá para llevar a cabo la investigación, por tal razón Arias (2012), menciona que:

La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio. (p.81)

En esta situación, la población es representada por las personas que consumen servicios o productos turísticos dentro del cantón Cayambe, lo cual permite determinar un rango de edad comprendido entre 18 a 60 años, ya que por las características de los servicios que se ofertan están dirigidos a este segmento.

Esto a su vez según Arias (2012), se considera que una población finita se encuentra constituida mediante, “una agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades” (p.82). La población en el presente trabajo de titulación está conformada por 67.516 personas, cuya información se pudo encontrar publicada dentro de la base de datos INEC, la cual la conforman las parroquias designadas como objeto de estudio, las mismas que son Cayambe, Ayora, Juan Montalvo puesto que, las mismas forman parte de la muestra probabilística de la investigación.

## Muestra

Dentro del presente estudio se recomienda calcular una muestra de la población, en donde Arias (2012), expresa que: “la muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p.83). Con base a lo antes expuesto se considera pertinente que el tipo de muestreo probabilístico será al azar simple.

## Tipo de muestreo

Es así que, para el presente trabajo de titulación se ha considerado implementar un tipo de muestreo al azar simple el cual según Arias (2012), menciona que es un “procedimiento en el cual todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Dicha probabilidad, conocida previamente, es distinta de cero (0) y de uno (1).” (p.84)

De tal forma que ayude a descubrir el mercado potencial en base a las características propuestas en un inicio para lo cual cada miembro aportará de manera sustancial al estudio propuesto, en este caso la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe.

El cálculo de la muestra se obtuvo con base a datos del 2015 al 2021 en donde se pudo recabar una tasa promedio de crecimiento del 1.54%, en donde se procedió a realizar la proyección de crecimiento población en base a los datos obtenidos, para los años 2021 y 2022 los cuales se consideran dentro del objeto de estudio del presente trabajo de titulación a desarrollarse en el cantón Cayambe.

		PROYECCION POBLACIONAL			
Poblacion	Año				
98.242	2015				
100.129	2016	1,92%			
102.015	2017	1,88%			
103.899	2018	1,85%			
105.781	2019	1,81%			
107.660	2020	1,78%			
		9,24%			
		1,54%	Crecimiento promedio de la poblacion		

**Gráfico 3.** Proyección Poblacional Cantón Cayambe.

Con los datos obtenidos con base al crecimiento poblacional se obtuvo el porcentaje significativo de las parroquias antes mencionadas en relación al año 2019 en donde: Ayora mantiene el 11.42%, Cayambe el 36.88% y Juan Montalvo el 15.52% de un total de 105.781 personas. A su vez mediante relación se produjo a obtener los datos para el 2022 en donde el total de la población se mantiene en 67.516 como población u objeto de estudio constituido por las tres parroquias, y con el cual se procederá a obtener el cálculo de la muestra (ver Figura 5).

PORCENTAJE DE LA PROYECCION			
Ayora	12.077	11,42%	
Cayambe	39.017	36,88%	
Juan Montal	13.247	12,52%	

**Gráfico 4.** Porcentaje de la proyección por parroquias.

De este modo se pretende que es relevante realizar el cálculo de la muestra, ya que de este modo se puede determinar el número de personas a las cuales se aplicará el instrumento elaborado con anterioridad, es así como se considera implementar la siguiente fórmula propuesta por Sierra Bravo, para lo cual se pretende estipular un error del 5% en la investigación.

De tal modo se obtiene lo siguiente:

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

Donde:

- N = 67.516
- $Z_{\alpha} = 1.96$  al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = probabilidad de éxito 50%
- q = probabilidad de fracaso 50%
- e = margen de error 5%.

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 67,516}{(0,05^2 * (67,516 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50)}$$

**n= 382 Tamaño de la muestra**

### **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Dentro de los procesos de investigación del trabajo de titulación se encuentra enmarcada la fase de recolección de datos en donde Hernández *et al.* (2014), expresa que la “etapa consiste en recolectar los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos o variables de las unidades de muestreo/ análisis o casos (participantes, grupos, fenómenos, procesos, organizaciones, etcétera).” (p.198).

Lo cual sirve para recolectar información pertinente dentro del análisis presentado como lo es la elaboración de un plan de negocios para la creación de una operadora turística, con el fin de analizar los datos obtenidos, cuantificarlos y establecer las conclusiones posteriores.

Del mismo modo se necesitan técnicas las cuales proporcionen o faciliten la recolección de datos, como lo afirma Arias (2012), que “seleccionar las técnicas e instrumentos de recolección de datos pertinentes para verificar las hipótesis o responder las interrogantes formuladas. Todo en correspondencia con el problema, los objetivos y el diseño de investigación” (p.67).

En si se considera pertinente implementar y aplicar las técnicas adecuadas que a su vez el investigar considere, para de este modo verificar el cumplimiento de los objetivos planteados en el presente trabajo de titulación.

Se ha utilizado en la presente investigación un cuestionario el cual se realiza de forma escrita en una hoja de papel permitiendo que el encuestado lo realice sin influencia del encuestador (Arias, 2012, p.74).

### **Operacionalización de Objetivos**

La operacionalización corresponde según Arias (2012), en un “tecnicismo se emplea en investigación científica para designar al proceso mediante el cual se transforma la variable de conceptos abstractos a términos concretos, observables y medibles, es decir, dimensiones e indicadores.” (p.62).



Dentro de la presente investigación se ha considerado elaborar la operacionalización de objetivos.

**Tabla 1.**Operacionalización de objetivos.

OBJETIVOS	DIMENSIÓN	SUBDIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS O INSTRUMENTOS
Realizar un estudio de mercado el cual permita identificar la situación actual del cantón Cayambe referente a la creación de una operadora turística, mediante el análisis de las preferencias y necesidades de los turistas.	Demanda	Demográfica	Edad	1	Encuesta/Cuestionario
		Geográfica	Género	2	
			Nivel Ingresos	3	
		Conductual	Ocupación	4	
		Psicográfica	Estado civil	5	
			Actual	Lugar de procedencia	
	Potencial		Frecuencia	7	
	Oferta		Interés	8	
			Permanencia	9	
			Necesidad de una operadora	10	
			Motivación	11	
			Con quien viaja	12	
			Motivos de contratación	13	
			Costo de viaje	14	
			Preferencias	15-16-17	
			Conocimientos de otras operadoras	18-19	

Determinar la factibilidad técnica, operativa y organizacional pertinente para la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe.	Diseño técnico		Misión Visión Objetivos Estratégicos Valores Corporativos Organigrama Estructural y Funcional Marketing Mix		Planificación Estratégica y Operativa
Establecer la factibilidad financiera de una operadora turística en el cantón Cayambe, utilizando indicadores financieros como el TIR y VAN.	Análisis Financiero		VAN TIR TMAR		Estado de Resultados
Efectuar un diagnóstico situacional que permita el análisis de los factores que influyen dentro del macro y micro entorno en la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe por medio del análisis PESTEL y 5 fuerzas de Porter.	Análisis PESTEL. 5 fuerzas de Porter. Análisis FODA.		Macroentorno Microentorno Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.		Análisis lógico.

## Instrumento de recolección de datos

### Encuesta

Dentro de las técnicas de recolección de datos se ha considerado implementar la encuesta, que a su vez proporcionaría datos verídicos con el fin de determinar la viabilidad del proyecto propuesto en el trabajo de titulación, la misma que será aplicada a la muestra seleccionada, para lo cual Arias (2012), “define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o

muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular.” (p.72).

### **Cuestionario**

El cuestionario que se diseñó comprende una estructura de 19 preguntas, las cuales cumplen el objetivo de recabar información que ayude a definir el segmento de clientes potenciales, y a su vez determinar la demanda insatisfecha en la cual se enfocara el desarrollo de la propuesta y servicios a ofertar dentro del cantón Cayambe.

Las 19 preguntas propuestas por el autor, se caracterizan por ser de selección simple enfocándose en aspectos y características referente a género, edad, gustos, preferencias, entre otras, las mismas que sirven para recabar información relevante a la competencia y el mercado existente.

se considera importante implementar el cuestionario mediante, un formulario de Google, por la ubicación geográfica de los turistas, lo cual facilitara la recopilación de datos ya que, cuantifica la totalidad como herramienta de apoyo. Llevando a cabo la ejecución del instrumento de recolección de datos en el cantón Cayambe.

### **Validez y Confiabilidad**

Dentro del proyecto de investigación es relevante e importante determinar la validez del instrumento seleccionado, de tal modo que Arias (2012) expresa que “comprobar si el instrumento mide lo que se pretende medir, además de cotejar su pertinencia o correspondencia con los objetivos específicos y variables de la investigación. Esta operación puede ser realizada a través del juicio de expertos.” (p.135). Lo cual permite determinar la viabilidad del proyecto propuesto dentro del plan de negocios.

De tal modo que permite analizar, observar y efectuar correcciones las cuales amerite con el fin de obtener datos verídicos y más exactos, para así determinar la factibilidad del proyecto, mediante la implementación de la técnica de juicio de expertos dentro de la Universidad Iberoamericana del Ecuador con la ayuda de tres docentes especializados en el tema y con vasta experiencia.

En este punto también, es pertinente realizar una prueba piloto en donde Arias (2012) afirma que “se recomienda aplicar el instrumento a un pequeño grupo con características similares a las de la muestra definitiva, para más tarde hacer las correcciones y ajustes necesarios.” (p.135).

De tal modo que la prueba piloto establezca si el instrumento que se va a utilizar proporciona los parámetros necesarios, el mismo que será expuesto al 10% de la muestra total.

Además, se considera dentro de la investigación utilizar el método alfa de Cronbach el cual permite “[...] medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, para evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados [...]” (Oviedo & Campo, 2005, p.2).

La fórmula que se utilizará para determinar la confiabilidad es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

En donde:

K: El número de ítems

Si<sup>2</sup>: Sumatoria de Varianzas de los Ítems

St<sup>2</sup>: Varianza de la suma de los Ítems

α: Coeficiente de Alfa de Cronbach

Dicha formula se planteará para determinar la confianza mediante el análisis de confiabilidad.

El alfa de Cronbach en la prueba piloto, arroja como resultado 94,28% que se lee 94%, esto quiere decir que se supera al 90%, un resultado mínimo del 60% no indica que la confiabilidad es buena, pero una confiabilidad mayor a 70 y que se

acerque al 90% es una confiabilidad muy buena, donde la prueba piloto es aceptada y eso nos indica que la encuesta puede ser aplicada en la investigación.

Por lo tanto, la encuesta se llevará a cabo debido a que el resultado de confiabilidad que se obtuvo fue de 0,94% el cual se encuentra en un rango de aceptabilidad ya que, la norma de aprobación está entre 0-1 expresando ser un coeficiente alto y a la vez comprobando la viabilidad del instrumento.

El alfa de Cronbach en la prueba piloto, arroja como resultado 94,28% que se lee 94%, esto quiere decir que se supera al 90%, un resultado mínimo del 60% no indica que la confiabilidad es buena, pero una confiabilidad mayor a 70 y que se acerque al 90% es una confiabilidad muy buena, donde la prueba piloto es aceptada y eso nos indica que la encuesta puede ser aplicada en la investigación (ver Figura 6).

<b>K</b>	38
<b>∑Vi</b>	75,257
<b>Vt</b>	918,164
Dato 1	1,027
Dato 2	0,918
Absoluto D2	0,918
d	94,28%
$d = \frac{K}{K-1} * \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$	

**Gráfico 5.** Cálculo del Alfa de Cronbach.

## Técnicas de análisis de los datos

### Procesamiento de Datos

El instrumento de recolección de datos que se aplica dentro de la investigación corresponde a una encuesta la cual permite recopilar datos exactos que permitan, establecer y determinar la viabilidad del proyecto propuesto y sustentado en la

estadística descriptiva tal como lo afirma Salazar & Del Castillo (2018) pues “permite analizar todo un conjunto de datos, de los cuales se extraen conclusiones valederas, únicamente para ese conjunto.” (p.14).

Dicha información servirá para determinar la factibilidad del proyecto propuesto conjuntamente con las herramientas desarrolladas, como lo comprende el plan de negocios. Además, se procura implementar dentro de la tabulación de datos la elaboración de graficas de barras y pasteles que represente de manera más objetiva la información obtenida.

## CAPITULO IV

### ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Dentro del presente capítulo se puede observar, el análisis e interpretación de los resultados obtenidos, mediante el instrumento de recolección de datos propuesto en el anterior capítulo. Dichos resultados serán representados por gráficos y tablas las cuales brindarán mayor comprensión y entendimiento al lector.

En donde se evidenciará la relación existente de los objetivos planteados dentro del trabajo de titulación.

Realizar un estudio de mercado el cual permita identificar la situación actual del cantón Cayambe referente a la creación de una operadora turística, mediante el análisis de las preferencias y necesidades de los turistas.

#### Resultados de la investigación

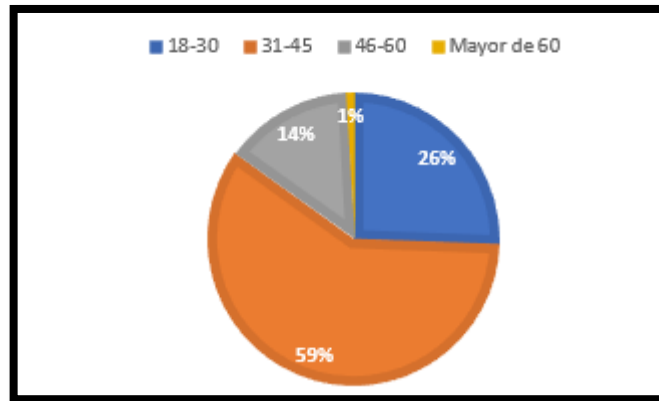
##### Estudio de Mercado

Para determinar los resultados obtenidos se implementó un cuestionario conformado por 19 preguntas las cuales permiten recabar información relevante del mercado donde se está llevando a cabo la investigación.

Es así que se procede a presentar el análisis de la información mediante tablas y gráficos, los cuales proporcionarán mejor entendimiento para el lector.

*Tabla 2. Edad de los encuestados.*

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
18-30	88	26%
31-45	204	59%
46-60	49	14%
Mayor de 60	3	1%
Total	344	100%



**Gráfico 6.** Edad de los encuestados.

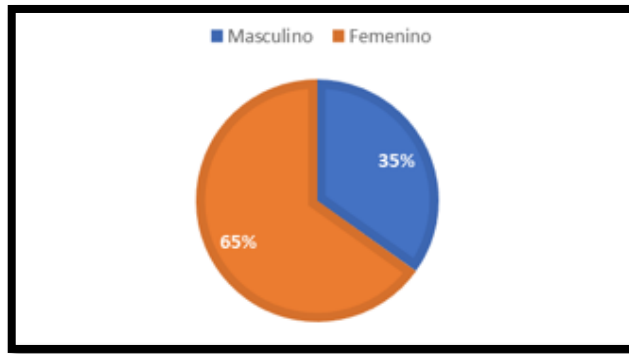
Análisis: Dentro del contexto del instrumento se ha considerado partir del análisis de los datos obtenidos en base a la edad, en donde se puede observar que se ha establecido 4 grupos etarios los mismo que brindan información pertinente, la cual se detalla de la siguiente manera. Dentro del rango de edad de 18 a 30 años con una cantidad de 88 encuestados y un porcentaje del 26%, así mismo en el grupo de 31 a 45 años se encuentran 204 personas con el 59%, el siguiente segmento comprendido de 46 a 60 años con 49 encuestados con un 14% y finalizando con las personas mayores de 60 años para lo cual representa 3 encuestados con el 1% del total.

Arrojando así que el grupo de mayor aceptación ha sido el que lo comprenden las personas de 31 a 45 años.

**Tabla 3.** Género de los encuestados.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Masculino	120	65%
Femenino	224	35%
Lgbti	0	0%
Total	344	100%



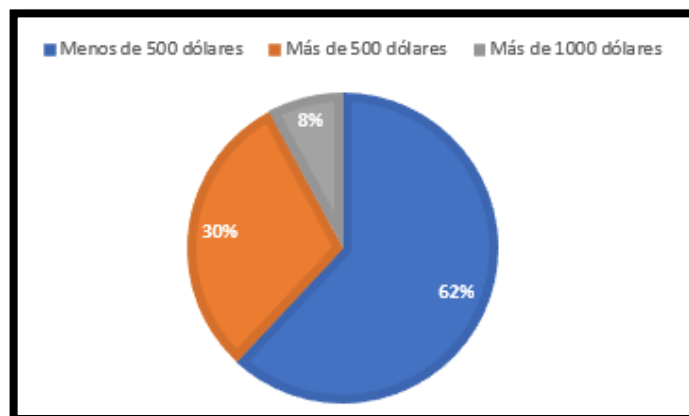


**Gráfico 7.** Género de los encuestados.

Análisis: De igual manera se ha considera pertinente conocer el género de los encuestados, para lo cual se han obtenidos los siguientes resultados; con 120 personas a favor se establece un 35% en el segmento masculino y a su vez con 224 personas encuestadas que corresponden al género femenino brindando un 65%, lo cual permite definir que dentro de la implementación del instrumento se ha tenido mayor aceptación por parte del género femenino (ver Figura 8).

**Tabla 4.** Nivel de ingresos de los encuestados.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Menos de 500 dólares	213	62%
Más de 500 dólares	104	30%
Más de 1000 dólares	27	8%
Total	344	100%

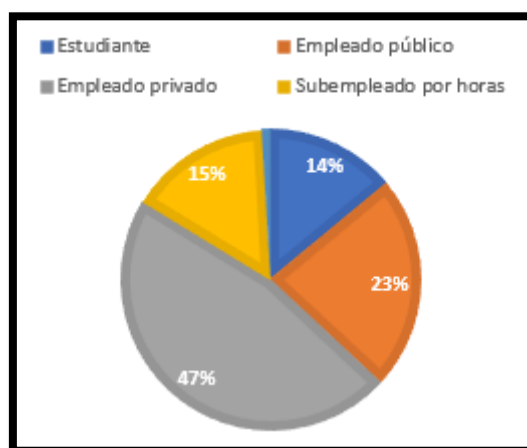


**Gráfico 8.** Nivel de ingresos de los encuestados.

Análisis: Dentro del ítem que refiere a conocer el nivel de ingresos de las personas encuestadas, se ha determinado lo siguiente; 213 personas correspondientes al 62% manifiestan que su nivel de ingresos se encuentra inferior a 500\$, el 30% con 104 personas afirma que su rango de ingresos se mantiene sobre los 500\$, mientras que el 8% correspondiente a 27 personas encuestadas se encuentra dentro de más de 1.000\$. lo cual permite aseverar que el segmento que más aceptación tiene se encuentra dentro del sueldo básico en base sus ingresos mensuales.

**Tabla 5.** Ocupación de los encuestados.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Estudiante	48	14%
Empleado público	79	23%
Empleado privado	161	47%
Subempleado por horas	53	15%
Jubilado	3	1%
Total	344	100%



**Gráfico 9.** Ocupación de los encuestados.

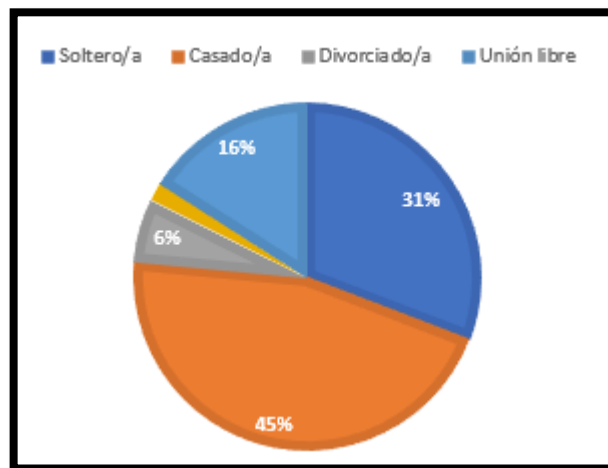
Análisis: A su vez se establece que dentro del rango de ocupación que presentan los encuestados predomina el segmento de empleados privados con 161 personas correspondiente al 47%, consecutivamente se encuentran los empleados públicos con 79 personas que refieren al 23%, también se suman las personas consideradas

como subempleados por horas con 53 personas con el 15% respectivamente, considerando también a estudiantes los cuales forman parte de un nuevo segmento de análisis con 48 encuestados con un 14%, terminando con los jubilados que representan 3 personas con el 1% del total de la muestra.

De tal modo que el segmento de empleados privados prevalece del grupo de encuestados.

**Tabla 6.** Estado civil de los encuestados.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Soltero/a	106	31%
Casado/a	157	45%
Divorciado/a	20	6%
Viudo/a	6	2%
Unión libre	55	16%
Total	344	100%



**Gráfico 10.** Estado civil de los encuestados.

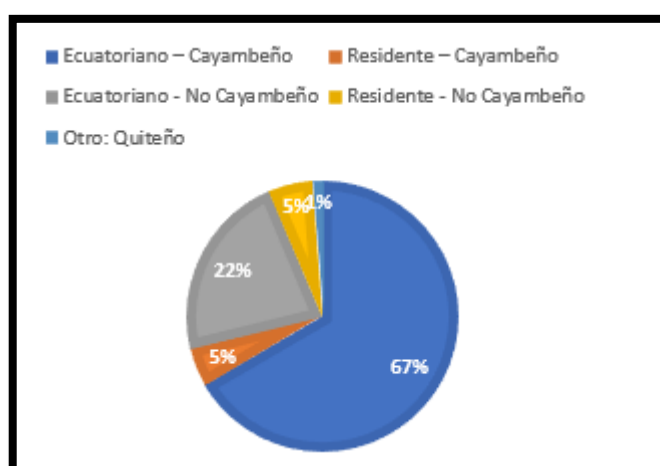
Análisis: A su vez se determina que dentro del estado civil se encuentran mayormente relacionados las personas casadas con 157 personas correspondiente al 45%, por consiguiente, las personas de estado civil soltero con 106 encuestados que representa al 31% seguidamente de las personas regidas a la unión libre correspondiente a 55 encuestados que representa el 16%, a su vez el estado civil

divorciado se presenta con 20 encuestados correspondiente al 6% y finalizando con el segmento de personas viudas que refiere a 6 candidatos lo que representa el 2%, lo cual como se puede evidenciar tiene relación con preguntas subsecuentes dentro del instrumento implementado.

De tal modo se puede inferir hasta el momento que las familias son el grupo que más se presta al consumo de servicios en la industria turística.

**Tabla 7.** Procedencia de los encuestados.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Ecuatoriano – Cayambeño	229	66%
Residente – Cayambeño	16	4%
Ecuatoriano - No Cayambeño	77	22%
Residente - No Cayambeño	18	5%
Otro: Quiteño	4	3%
Total	344	100%



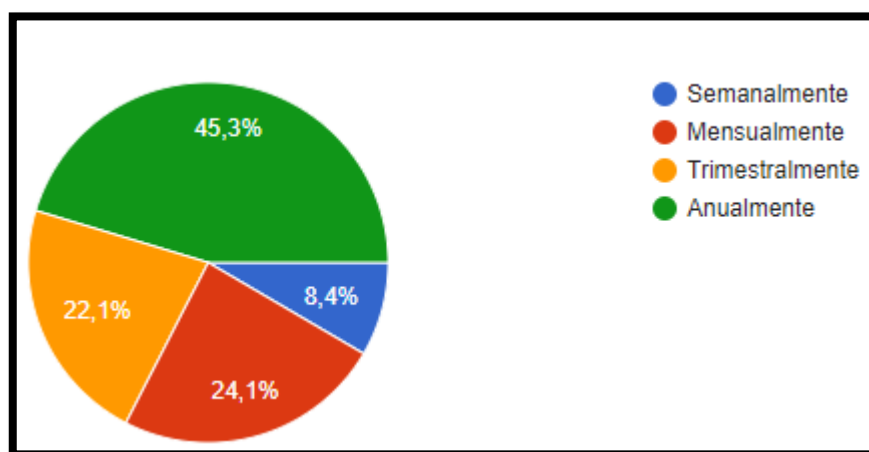
**Gráfico 11.** Procedencia de los encuestados.

Análisis: Dentro del ítem que corresponde a la procedencia se ha determinado de la siguiente manera, elaborando grupos en relación al lugar de origen como se

puede visualizar, donde la mayor parte refiere a que los encuestados han sido ecuatorianos nacidos en Cayambe con 229 personas que representa el 66%, seguidamente del grupo de las personas que son ecuatorianos no cayambeños con 77 personas lo que equivale al 22%, además se encuentran personas que no nacieron en Cayambe pero viven en el cantón con 18 encuestados equivalente al 5%, así mismo como residentes cayambeños con 16 personas que representa el 4%, y por ultimo personas pertenecientes a otros lugares de origen para lo cual la opción que predomina como otro son las personas oriundas de Quito con 4 encuestados referente al 3%, lo cual se visualiza en la tabla No.10 y grafico No.6, de manera sintetizada.

**Tabla 8.** Frecuencia de practica de actividades turísticas de los encuestados.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Semanalmente	29	9%
Mensualmente	83	24%
Trimestralmente	76	22%
Anualmente	156	45%
Total	344	100%



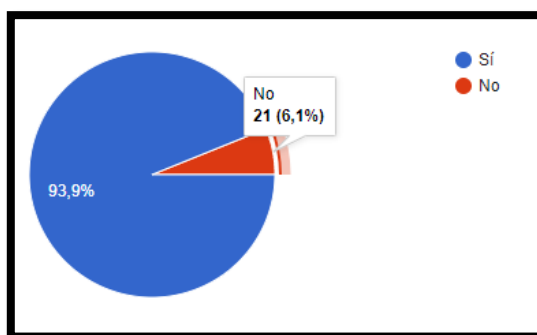
**Gráfico 12.** Frecuencia de practica de actividades turísticas de los encuestados.

Análisis: Además, es indispensable analizar las periodicidad con la cual las personas realizan actividades turísticas en donde se puede evidenciar que 156 personas manifiesta que lo realiza de manera anual correspondiente al 45%, seguidamente

de manera mensual con 83 encuestados que refiere al 24%, así mismo el siguiente grupo en orden de cantidad jerárquico numérico vendría a ser de manera trimestral con 76 personas lo que refleja el 22%, finalizando con las personas que realizan actividades turísticas semanalmente correspondiente a 29 encuestados con el 9% respectivamente.

**Tabla 9.** Le gustaría conocer turísticamente el cantón Cayambe.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	323	94%
No	21	6%
Total	344	100%

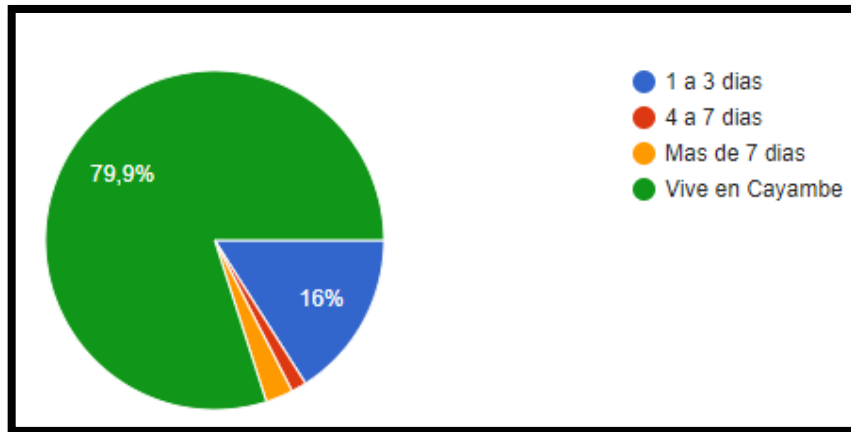


**Gráfico 13.** Le gustaría conocer turísticamente el cantón Cayambe.

Análisis: Para este apartado se considera analizar los gustos y preferencias de los encuestados en donde 323 personas manifiesta que les gustaría conocer turísticamente el cantón correspondiente al 94%, mientras que 21 encuestados manifiesta que no lo cual representa el 6%.

**Tabla 10.** Días de permanencia en el cantón Cayambe.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1 a 3 días	55	16%
4 a 7 días	5	1%
más de 7 días	9	3%
vive en Cayambe	275	80%
Total	344	100%



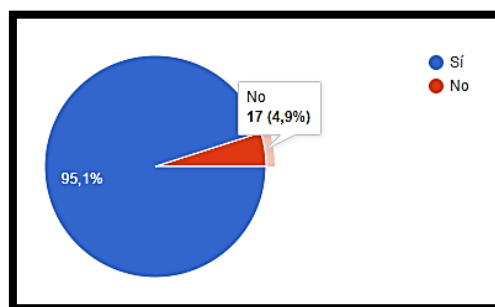
**Gráfico 14.** Días de permanencia en el cantón Cayambe.

Análisis: Dentro de este espectro se determina la disponibilidad de los turistas, para lo cual se menciona que 275 personas viven dentro del cantón correspondiente al 80%, además, 55 personas afirman que les gustaría permanecer de 1-3 días en el cantón lo que representa el 16%, por consiguiente 9 encuestados manifiestan que permanecerían más de 7 días en el cantón referente al 3%, y a su vez 5 personas manifiestan que permanecerían de 4-7 días en el cantón lo que representa el 1%.

De tal modo que, se puede inferir que se presenta una tendencia de desarrollo de turismo local.

**Tabla 11.** Implementación de una operadora turística en el cantón Cayambe.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Sí	327	95%
No	17	5%
Total	344	100%



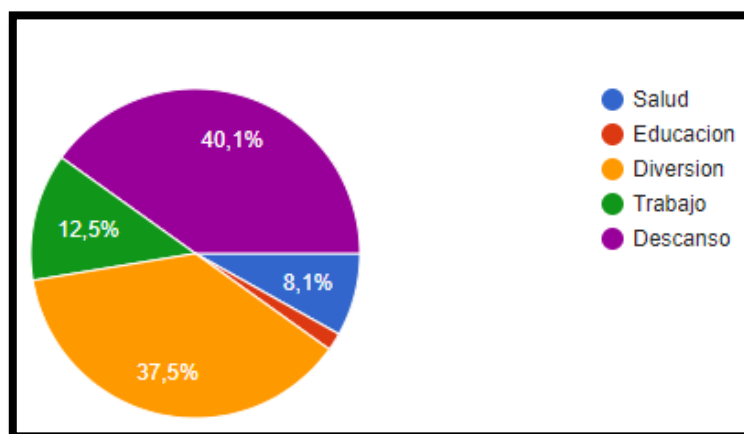
**Gráfico 15.** Implementación de una operadora turística en el cantón Cayambe.

Análisis: En vista a lo planteado se puede inferir que 327 personas encuestadas manifiestan que el cantón debería contar con los servicios de una operadora turística correspondiente al 95%, mientras que 17 encuestados mencionan que no debería contar con una operadora turística el cantón Cayambe correspondiente al 5%.

De tal modo que se considera importante una operadora turística en el cantón, debido a que tiene una gran aceptación.

**Tabla 12.** Motivación de viaje.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Salud	28	8%
Educación	6	2%
Diversión	129	37%
Trabajo	43	13%
Descanso	138	40%
Total	344	100%



**Gráfico 16.** Motivación de viaje.

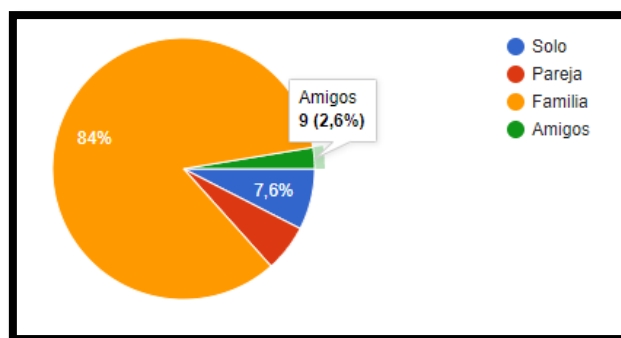
Análisis: Es pertinente conocer la motivación que lleva al turista a viajar, y en este apartado se analiza la información con el fin de establecer una guía para la elaboración de paquetes o tours a futuro, en donde 138 personas correspondientes al 40% menciona que viaja con el fin de descansar, seguidamente 129 personas mencionan que les motiva compartir momentos de diversión lo que corresponde al



37%, mientras que 43 encuestados afirma que lo realiza por parte de trabajo referente al 13%, además 28 personas pretenden viajar por salud correspondiente al 8%, y de tal modo que 6 encuestados le motiva viajar por educación en donde se encuentra los estudiantes correspondiente al 2%.

**Tabla 13.** Con quién realiza viajes.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Solo	26	7%
Pareja	20	6%
Familia	289	84%
Amigos	9	3%
Total	344	100%



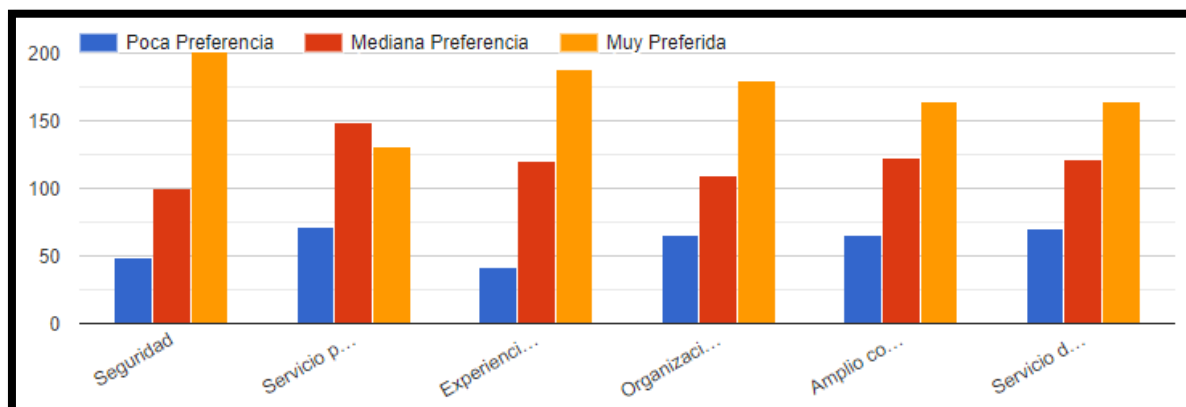
**Gráfico 17.** Con quién realiza viajes.

Análisis: Dentro del siguiente ítem se ha determinado que 289 de los encuestados realiza los viajes en familia correspondiente al 84%, lo cual establece que un grupo potencial de clientes serían los hogares; seguidamente de 26 personas que manifiestan viajar solas lo que representa el 7%, además 20 encuestados afirma que viaja en pareja lo que corresponde al 6%, de tal modo que 9 personas manifiestan que viajaría con sus amigos lo que refiere al 3% de los encuestados.

**Tabla 14.** Motivos de contratar una operadora turística.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Seguridad	58	17%
Servicio personalizado	40	12%

Experiencias nuevas	46	14%
Organización del tour con servicios de alojamiento, alimentación, transporte, entretenimiento.	57	16%
Amplio contenido patrimonial (información).	57	16%
Servicio de guianza	86	25%
Total	344	100%



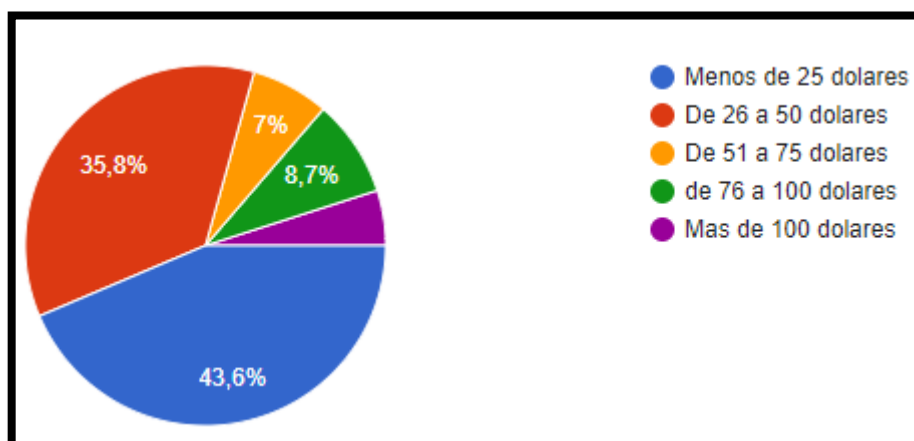
**Gráfico 18.** Motivos de contratar una operadora turística.

Análisis: Dentro de las consideraciones del turista para contratar los servicios de una operadora turística se encuentra, con 86 personas el servicio de guianza correspondiente al 25%, con 58 encuestados se inclinan por la seguridad referente al 17%, además, existe una paridad entre organización del tour con servicios de alojamiento, alimentación, transporte, entretenimiento y un amplio contenido patrimonial (información) con 57 personas que afirman el contratar los servicios de una operadora turística por los motivos antes planteados correspondiente al 16% cada uno, por consiguiente, se encuentra experiencias nuevas con 46 personas lo que equivale al 14%, y a su vez 40 personas optarían por el servicio personalizado en donde refiere al 12% de los encuestados.

Estableciendo que el servicio de guianza es fundamental dentro de una operadora turística.

**Tabla 15.** Gasto promedio por persona.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Menos de 25 dólares	150	43%
De 26 a 50 dólares	123	36%
De 51 a 75 dólares	24	7%
De 76 a 100 dólares	30	9%
Más de 100 dólares	17	5%
Total	344	100%



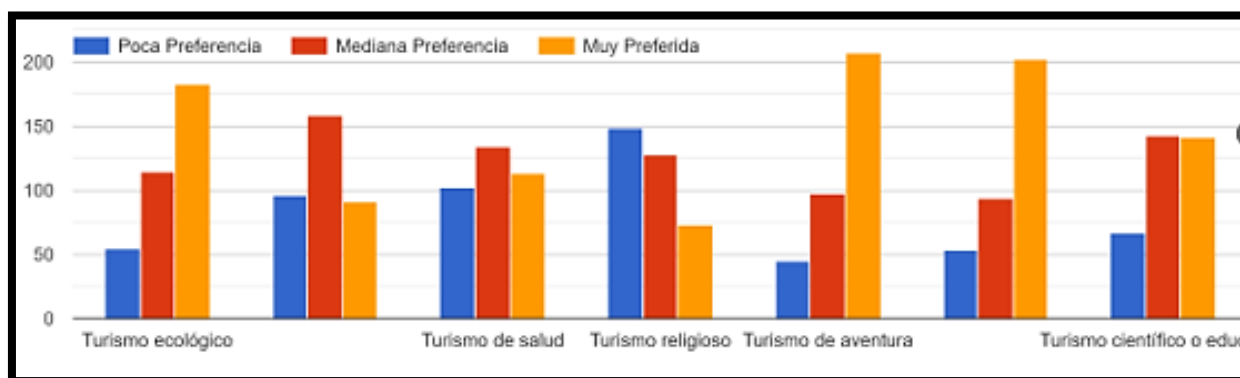
**Gráfico 19.** Gasto promedio por persona.

Análisis: Dentro del contexto monetario los encuestados manifiestan que 150 personas gastan menos de 25\$ en un viaje correspondiente al 43%, 123 personas gastan de 26 a 50\$ en un viaje referente al 36%, 30 personas afirman gastar de 76 a 100\$ en un viaje correspondiente al 9%, 24 encuestados manifiestan gastar de 51 a 75\$ en un viaje lo que representa el 7%, y 17 personas correspondiente al 5% afirman gastar más de 100\$ en un viaje.

De tal modo que con esta información se puede inferir una media de 25 a 70\$ por viaje.

**Tabla 16.** Tipos de turismo que practica.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Turismo ecológico	60	18%
Turismo comunitario	54	16%
Turismo de salud	35	11%
Turismo religioso	26	8%
Turismo de aventura	68	20%
Turismo de sol y playa	58	17%
Turismo científico o educativo	33	10%
Total	344	100%

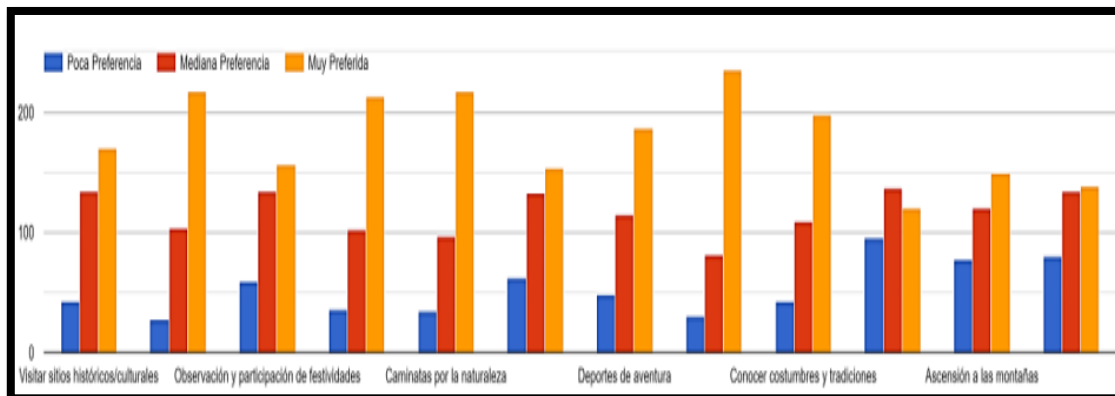


**Gráfico 20.** Tipos de turismo que practica.

Análisis: Se considera necesario determinar el tipo de turismo que practican los encuestados con el fin de implementar dicha tipología dentro de paquetes o tours. De tal modo que 68 personas afirman practicar turismo de aventura correspondiente al 20%, 60 encuestados mencionan que practican turismo ecológico referente al 18%, 58 personas afirman practicar turismo de sol y playa correspondiente al 17%, en donde 54 encuestados manifiestan inclinarse por turismo comunitario referente al 16%, 35 personas afirman que practican turismo de salud lo que equivale al 11%, mientras que 33 encuestados se inclina por el turismo científico o educativo con un 10% de aceptación.

**Tabla 17.** Actividades que le gustaría realizar.

<b>Respuesta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Visitar sitios históricos/culturales	17	5.09%
Observación de flora y fauna	35	10.48%
Observación y participación de festividades	31	9.29%
Degustación de comida típica	34	10.18%
Caminatas por la naturaleza	32	9.59%
Montar a caballo	23	6.89%
Deportes de aventura	39	11.67%
Visitar lagos, cascadas, ríos	29	8.68%
Conocer costumbres y tradiciones	33	9.88%
Caminatas y peregrinaciones	15	4.49%
Ascensión a las montañas	18	5.38%
Recorridos a fincas agrícolas	28	8.38%
Total	344	100%



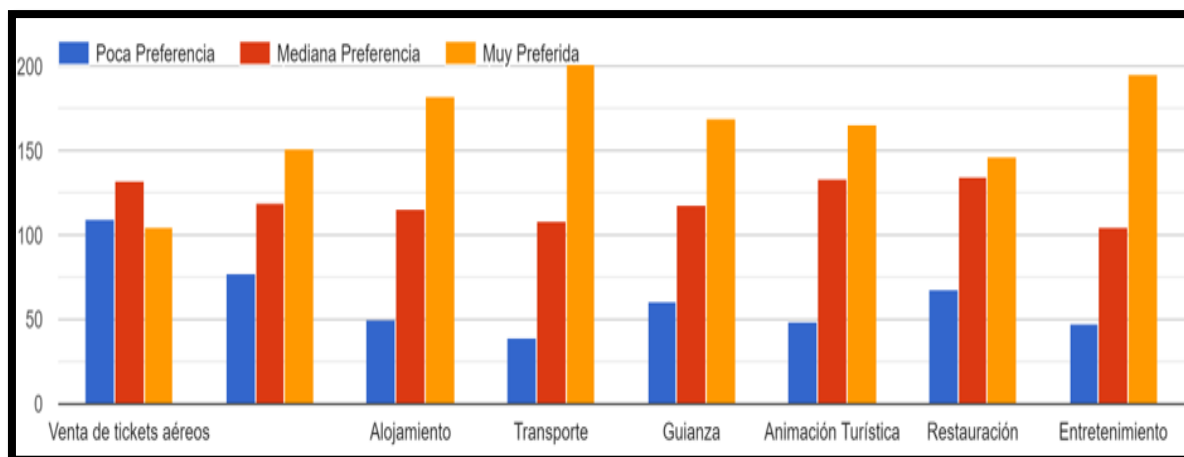
**Gráfico 21.** Actividades que le gustaría realizar.

Análisis: de tal modo se puede inferir que 39 personas encuestadas prefieren practicar deportes de aventura correspondiente al 11.67%, además, 35 personas encuestadas prefieren observar flora y fauna correspondiente al 10.48%, seguidamente 34 encuestados prefieren degustar comida típica con 10.18% respectivamente, 33 personas encuestadas prefieren conocer costumbres y tradiciones correspondiente al 9.88%, además, 32 encuestados prefieren caminatas por la naturaleza con 9.59%, seguidamente 31 personas encuestadas prefieren observar y participar en festividades locales correspondiente al 9.29%, además, 29 personas encuestadas prefieren visitar lagos, cascadas y ríos con un 8.68%, seguidamente 28 encuestados prefieren recorrer fincas agrícolas correspondiente al 8.38%, así mismo, 23 personas encuestadas prefieren montar a caballo correspondiente al 6.89%, además, 18 personas prefieren el ascenso a montañas correspondiente al 5.38%, seguidamente 17 personas encuestadas prefieren visitar sitios históricos culturales correspondiente al 5.09% y con el 4.49% 15 encuestados manifiestan preferir caminatas y peregrinaciones.

**Tabla 18.** Servicios operadora turística.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Venta de tickets aéreos	43	12.5%
Reservas hoteleras	38	11.72%
Alojamiento	37	10.77%
Transporte	35	11%
Guianza	50	15.30%

Animación Turística	47	13.67%
Restauración	36	10.67%
Entretenimiento	48	14.35%
Total	344	100%



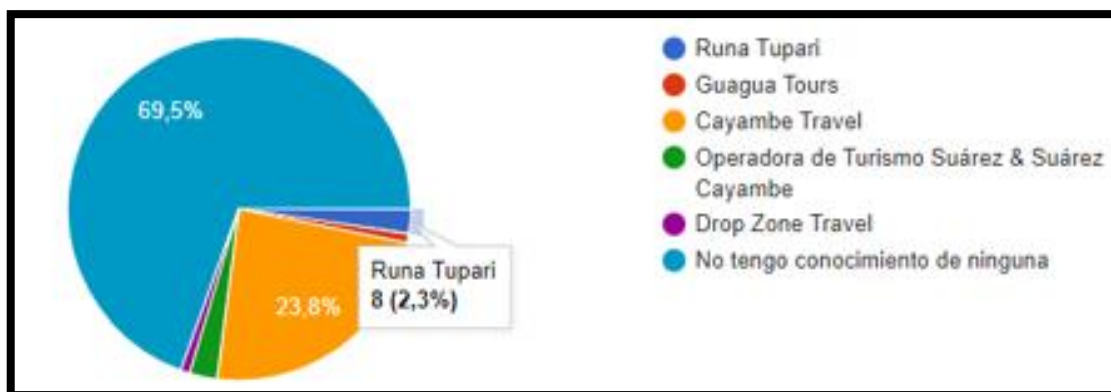
**Gráfico 22.** Servicios operadora turística.

Análisis: En relación a los servicios que debe prestar la operadora turística el 15.30% de los encuestados se inclina por el servicio de guianza, seguidamente con 14.35% servicio de entretenimiento, además, con el 13.67% servicio de animación turística, también el 12.5% considera pertinente venta de tickets aéreos, seguidamente del 11.72% considera relevante las reservas hoteleras, así mismo, el alojamiento turístico con el 10.72%, además, que preste servicios de restauración con el 10.67%, seguidamente de transporte turístico con el 11%.

**Tabla 19.** Que operadoras de turismo conoce.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Runa Tupari	8	2%
Guagua Tours	3	1%
Cayambe Travel	82	24%
Operadora de Turismo Suárez & Suárez Cayambe	9	3%
Drop Zone Travel	3	1%

No tengo conocimiento de ninguna	239	69%
Total	344	100%



**Gráfico 23.** Que operadoras de turismo conoce.

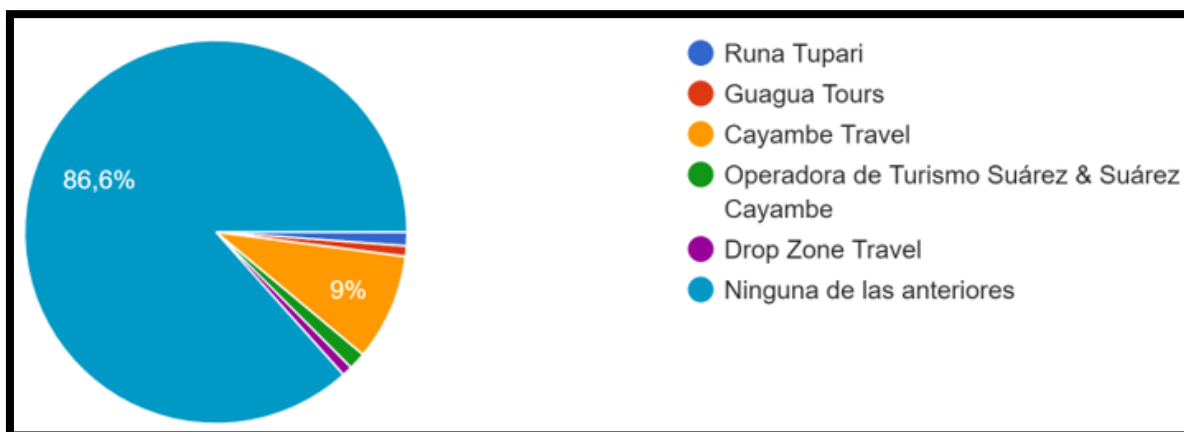
Análisis: Dentro de las personas encuestadas, se considera útil saber si tiene conocimiento de la competencia en donde se establece directrices para el análisis de las 5 Fuerzas de Porter, en donde la empresa que es conocida viene a ser Cayambe Travel, con un 24% de aceptación, mientras que el 69% manifiesta que no tiene conocimiento de ninguna empresa antes mencionada. Dejando a las agencias turísticas con valores porcentuales correspondientes de tal manera: Runa Tupari 2%, Guagua Tours 1% Drop Zone Travel 1% y Operadora de Turismo Suárez & Suárez Cayambe con 3%.

**Tabla 20.** Con que operadora a contratado servicios turísticos.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Runa Tupari	4	1%
Guagua Tours	3	1%
Cayambe Travel	31	9%
Operadora de Turismo Suárez & Suárez Cayambe	5	2%
Drop Zone Travel	3	1%



Ninguna de las anteriores	298	86%
Total	344	100%



**Gráfico 24.** Con que operadora a contratado servicios turísticos.

Análisis: A su vez en relación a la pregunta anterior mantiene el mismo contexto, donde la empresa la cual ha sido considerado por los encuestados para adquirir servicios turísticos viene a ser Cayambe Travel con el 9% correspondiente a 31 personas encuestadas, mientras que el 86% de los encuestados manifiesta que no adquiridos servicios de ninguna empresa antes mencionada.

Mediante el análisis e interpretación de los resultados obtenidos se puede inferir que dentro de los requerimientos de la demanda se considera aceptable la propuesta planteada, puesto que existen necesidades principales que los turistas necesitan que se cumplan, además, brinda información pertinente dentro de gustos, preferencias, ubicación geográfica de la demanda, entre otros.

De tal manera que el análisis realizado es favorable con referencia al plan de negocios planteado en la investigación propuesta. Además, se visualiza que el mercado el cual se ha escogido para desarrollar el proyecto se encuentra en auge, lo cual dentro de la industria turística es favorable.

Los datos recabados servirán de apoyo al momento de realiza el mix de marketing, el mismo que determinara las directrices y características de la empresa.

## Propuesta de Plan de Negocios

### Análisis del Entorno

Para obtener información pertinente se ha considerado analizar el macro y micro entorno del cantón Cayambe, desarrollando un análisis PESTEL, 5 fuerzas de Porter y FODA, con el fin de direccionar la investigación en un solo punto de estudio dentro del plan de negocios.

### Análisis del Macroentorno

Para realizar el análisis del macroentorno se considera tomar en cuenta factores externos los cuales influyen de manera positiva o negativa, referente a una determinada empresa o emprendimiento en relación al mercado. Puesto que, los componentes externos los cuales no pueden ser manejados por parte de la empresa o negocio.

### Análisis PESTEL

Es qui donde se procede analizar los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos, los cuales brindan relevante información que se relaciona con el posicionamiento en el mercado del negocio propuesto.

*Tabla 21. Análisis PESTEL para operadora turística.*

<b>POLITICO</b>	<b>ECONOMICO</b>	<b>SOCIO- CULTURAL</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Ley de Turismo que ha permitido elaborar normas técnicas y políticas que promueven y fomentan la actividad turística (Mintur,2021).</li><li>- Resolución Nro. 001-CNC-2016, la</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tasa de desempleo del 5.2% según datos (INEC,2022).</li><li>- La pobreza a nivel nacional se ubicó en 32,2% y la pobreza extrema en 14,7% (INEC,2021).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Aumento de los índices de inseguridad, retrasan la reactivación turística.</li><li>- Fomento del turismo local, permitiendo el movimiento de divisas de forma</li></ul>

<p>cual regula las facultades y atribuciones de los GAD municipales, metropolitanos parroquiales (Mintur,2021).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Política fiscal inestable.</li> <li>- Reducción presupuestaria por falta de ingreso de divisas.</li> <li>- Recuperación a largo plazo de la industria turística, referente a índices de visitas de años anteriores.</li> <li>- Conflictos internos y externos, manifestaciones de movimientos políticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La canasta básica familiar a la fecha de junio 2022 representa 793,33 USD, de tal modo que, plantean un excedente en el consumo de 42,30 USD esto es el 5,63% del costo actual de la Canasta Familiar Básica; en donde el ingreso familiar disponible tuvo una cobertura del 105,63% (INEC, 2022).</li> <li>- El Producto Interno Bruto (PIB) creció 4,2% en 2021, superando la proyección más reciente de 3,55% presentada por el Banco Central del Ecuador (BCE). Este aumento respondió a la variación de 10,2% del Gasto de Consumo Final de los Hogares, cuyo</li> </ul>	<p>interna, apoyo a emprendimientos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calidad de vida de los turistas locales, no perteneciente al poder de compra y adquisición.</li> <li>- Implementación de tendencias turísticas en el mercado ecuatoriano.</li> </ul>
--	--	--

	<p>nivel superó el período de prepandemia (BCE, 2021).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El Índice de Precios al Consumidor (IPC) se elevó y se ubicó en 3,38% en mayo de 2022, en comparación con el mismo mes de 2021 (Primicias, 2022).</li> </ul>	
<b>TECNOLOGICO</b>	<b>ECOLOGICO</b>	<b>LEGAL</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementación de varios tipos de tecnología, nuevas tendencias de TICS.</li> <li>- Digitalización de la información.</li> <li>- Implementación de nuevas redes sociales, que permiten mayor conectividad.</li> <li>- Divulgación de información, no verificable.</li> <li>- Herramientas digitales que</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elevado consumo de recurso relacionado con el aumento de la población.</li> <li>- Implementación de tecnologías amigables con el medio ambiente.</li> <li>- Implementación de políticas medioambientales, reguladas por entidades gubernamentales, con el fin de promover la conservación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementación de reglamentos tales como: Reglamento Turístico de alimentos y bebidas. Reglamento de operación e intermediación turística.</li> <li>- Obtención de la licencia única de funcionamiento para emprendimientos turísticos.</li> </ul>

<p>permitan promocionar y comercializar productos y servicios de manera óptima.</p>	<p>- Riesgo de desastres naturales.</p>	<p>- Pago de patentes y permisos, establecidos por Gads Municipales. - Cumplimiento de requisitos propuestos por las diferentes entidades reguladoras, SRI, ARCSA, Ministerio de Trabajo etc.</p>
---	---	---

De tal modo una vez realizado el análisis PESTEL, en donde se involucran aspectos, políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos, ecológicos y legales se puede evidenciar que existen parámetros negativos como positivos, los cuales impactan directamente con el objetivo principal del presente estudio. A si mismo refleja requisitos y normas que se deben cumplir con el fin de generar seguridad con base a la implementación de protocolos, los mismos que permiten genera confianza en las personas del cantón Cayambe y sus alrededores.

Además, es pertinente considerar la existencia de entes reguladores los cuales, brindan garantías que a base de el cumplimiento de requisitos buscan generar, empresas con altos parámetros de calidad. Dentro del presente análisis existe una estrecha relación de los factores políticos, económicos y legales, los cuales concatenan de manera lógica, y a su vez los factores sociales, tecnológicos y ecológicos revelan la situación actual de cómo se encuentra las familias referentes al ambiente externo y mercado.

### **Análisis del Microentorno**

Dentro de este punto se pretende analizar los parámetros internos de la empresa, los cuales logran ser controlados por la misma, mediante un estudio minucioso, los cuales reflejan los siguientes aspectos basados en las 5 fuerzas de Porter.

## **Cinco Fuerzas de Porter**

### **Amenaza de nuevos aspirantes**

Al momento de emprender siempre se piensa en si existe competencia dentro del mercado y que estrategias debo implementar con el fin de no fracasar. Pues dentro del estudio planteado en la creación de una operadora turística en el sitio geográfico determinado como lo es el cantón Cayambe, se considera que la amenaza de nuevos aspirantes es baja.

Debido a que no se ha explotado de manera satisfactoria los recursos turísticos existentes mediante una gestión turística adecuada, a pesar de que existen empresas dedicadas al mismo giro de negocio se establece, que hay mucho en que trabajar dentro de la industria turística en el cantón Cayambe, de tal modo que no se mire a los aspirantes existentes como rivales, si no como socios estratégicos a largo plazo.

### **Poder de negociación de los proveedores**

Dentro del mercado se considera importante las relaciones estratégicas que se tiene con los proveedores, puesto de ellos depende en un gran porcentaje el cumplimiento de las necesidades y expectativas creadas por el consumidor o cliente.

Es así que se ha establecido que el poder de negociación con proveedores mantiene un nivel medio, puesto que no todos se encuentran capacitados para formar parte de tours que se llevaran dentro del cantón. Para esto se recomienda de manera enfática la adquisición de procesos de capacitación y mejora turística.

### **Poder de negociación de los compradores**

Los clientes son considerados el motor principal dentro de un negocio o empresa, de tal modo que se pretende cumplir en su totalidad sus gustos y preferencias, y es aquí donde se determina que, con base a lo expuesto en el cuestionario, tanto como el precio y los servicios se implementaran, es así que el nivel de negociación de los compradores es de nivel medio puesto que no se pretende ofrecer un producto y servicio bajo en inversión y que no cumpla las expectativas.

De tal modo que el cliente pueda acceder a nuestros servicios como operadora de viajes, ya que contamos con tours personalizados y con temáticas diferentes, las cuales buscan rescatar y potenciar el aspecto cultural y tradicional de la localidad, generando curiosidad y mucha expectativa en los compradores.

### **Amenaza de productos sustitutos**

En el mercado se encuentra conformado por un sinnúmero de empresas, que mantienen el mismo giro de negocio, de tal modo que se considera un nivel medio referente a la amenaza de productos sustitutos, ya que existen empresas dentro del mercado turístico del cantón y fuera del mismo que ofertan el mismo servicio que el de una operadora turística, al igual que algunos hoteles y hostales.

### **Rivalidad entre los competidores existentes**

Se determina que la rivalidad entre competidores establece la utilización de herramientas las cuales ayuden a mejorar el negocio, no solamente en los parámetros de dinero, sino que en la calidad. Para esto se ha considerado que existe un nivel medio dentro de la rivalidad de competidores existente, ya que la Operadora turística Cayambe Travel es la que más posicionamiento tiene dentro del mercado local, mientras que agencias u operadoras externas como lo son Runatupari lo hacen fuera de las limitaciones geográficas ocupando un espacio que lo podría aprovechar una empresa local.

## **Plan Estratégico**

### **Matriz FODA**

La matriz FODA permite analizar y contextualizar los parámetros internos y externos, permitiendo plantear alternativas que ayudan a mejorar.

**Tabla 22. Matriz FODA.**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofertar tours o paquetes turísticos, personalizados en base a temáticas por temporada. Tomando en cuenta fechas festivas locales.</li> <li>- Contar con personal calificado para desempeñar funciones de operación y gestión turística.</li> <li>- Precios competitivos y accesibles referente a la competencia existente.</li> <li>- Organización de espacios los cuales garantizan la comodidad y seguridad de los clientes.</li> <li>- Implementación de alternativas digitales como mecanismos y herramientas de promoción y comercialización.</li> <li>- Promover la gestión turística sostenible.</li> <li>- Diversificación de la oferta, varios servicios turísticos a la vez.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encontrarse en un sector turístico creciente.</li> <li>- Realizar alianzas estratégicas con proveedores y la competencia directa.</li> <li>- Escaso número de agencias u operadoras turísticas que manejen la misma temática personalizada.</li> <li>- Apoyo de instituciones gubernamentales y financieras.</li> <li>- Creación e implementación de nuevas tendencias turísticas.</li> <li>- Obtener certificaciones nacionales e internacionales referente a buenas prácticas sostenibles.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dificultades al momento de posicionarse en el mercado.</li> <li>- La competencia tiene mayor experiencia dentro del mercado.</li> <li>- Escaso financiamiento, de tal modo que se debe buscar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementación de negocios similares en el sector.</li> <li>- Impedimentos por entidades gubernamentales.</li> <li>- Muchos requisitos de constitución.</li> </ul>



<p>acceder a créditos particulares o fiscales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No poseer instalaciones propias.</li> <li>- Aceptación de la oferta por parte de los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elevadas tasas de impuestos para emprendimientos nuevos.</li> <li>- Pandemias y desastres naturales.</li> <li>- Grupos de clientes fidelizados a empresas ya existentes en el mercado.</li> </ul>
---	--

Después de lo expuesto en la matriz FODA, se determina que al momento de proceder a implementar un nuevo emprendimiento se encuentran requisitos y demandas que cumplir de carácter económico considerables positivas y negativas y de este modo hay que acoplarse a las nuevas disposiciones si se desea posicionar el negocio dentro del mercado turístico.

### FODA CRUZADO

Es así que con lo antes mencionado se procede a elaborar el FODA cruzado, en donde se puede visualizar una variedad de estrategias que la empresa debe aplicar para así contrarrestar las amenazas y potencializar las oportunidades con el fin de implementar la operadora turística dentro del mercado.

**Tabla 23.** FODA Cruzado.

	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Plan de negocios para la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha.	Encontrarse en un sector turístico creciente.	Implementación de negocios similares en el sector.
	Realizar alianzas estratégicas con proveedores y la competencia directa.	Impedimentos por entidades gubernamentales.
	Escaso número de agencias u operadoras	Muchos requisitos de constitución.

		turísticas que manejen la misma temática personalizada.	
		Apoyo de instituciones gubernamentales y financieras.	Elevadas tasas de impuestos para emprendimientos nuevos.
<b>FORTALEZAS</b>	Oferta tours o paquetes turísticos, personalizados en base a temáticas por temporada. Tomando en cuenta fechas festivas locales.	<b>F1-O1:</b> Implementar una variedad de paquetes turísticos aprovechando la temporalidad del sector turístico.	<b>F1-A1:</b> Fomentar nuevas tendencias turísticas que compitan directamente con las empresas que brindan servicios similares.
	Contar con personal calificado para desempeñar funciones de operación y gestión turística.	<b>F2-O2:</b> Mediante el personal calificado se procede a implementar alianzas estratégicas con proveedores y competidores directos.	<b>F2-A2:</b> Capacitarse constantemente para cumplir con los requisitos previstos por organizaciones del gobierno.
	Precios competitivos y accesibles referente a la competencia existente.	<b>F3-O3:</b> Aprovechamiento concreto de manejar una tarifa competitiva y accesible referente a la	<b>F3-A3:</b> Establecer valores estándares que permitan aceptación en el mercado y la

		temática turística brindad.	recuperación del capital.
	Organización de espacios los cuales garantizan la comodidad y seguridad de los clientes.	<b>F4-O4:</b> Manejo adecuado de la inversión inicial prevista, fomentando la comodidad y seguridad de los clientes.	<b>F4-A4:</b> Implementar alternativas de consumo con variedad de servicios que permitan generar más ingresos de venta.
<b>DEBILIDADES</b>	Dificultades al momento de posicionarse en el mercado.	<b>D1-O1:</b> Elaborar estrategias de posicionamiento aprovechando el sector turístico creciente.	<b>D1-A1:</b> Establecer un producto estrella el cual permita mayor aceptación dentro del mercado por parte de los clientes.
	La competencia tiene mayor experiencia dentro del mercado.	<b>D2-O2:</b> Establecer alianzas que fomente la incursión en el mercado turístico del cantón, con el fin de adquirir experiencia comercial en negocios.	<b>D2-A2:</b> Crear alternativas y convenios con empresas del ramo y a su vez contratar personal capacitado con alto conocimiento en la industria que permita adquirir experiencia.
	Escaso financiamiento, de tal modo que se debe buscar acceder a créditos	<b>D3-O3:</b> Elaboración de proyectos que permitan inversión pública como privada, con el fin de fomentar la idea principal de la empresa,	<b>D3-A3:</b> Fomentar alternativas o proyectos a entidades gubernamentales las cuales permitan reconsiderar los

	particulares o fiscales.	que es venta de servicios turísticos.	requisitos propuestos para constitución de empresas turísticas dentro del país de tal modo que permita obtener financiamiento directo para el proyecto.
	No poseer instalaciones propias.	<b>D4-O4:</b> Mediante el apoyo de entidades gubernamentales efectuar la posibilidad de adquirir un lugar propio para el funcionamiento de la operadora turística.	<b>D4-A4:</b> Promover nuevas políticas fiscales que permitan beneficios para nuevos emprendedores, de tal modo que se pueda generar ingresos económicos para sustentar la empresa.

Posteriormente al análisis de las estrategias DAFO se ha podido determinar que por situaciones como falta de estabilidad política y económica se ve afectados aspectos relacionados al desarrollo de emprendimientos turísticos dentro del país, aquí es donde se considera que las amenazas y debilidades propuestas frenan el avance de los proyectos, mientras que las fortalezas y oportunidades sustenta y sostienen el aspecto competitivo de la empresa referente al mercado y la industria. Es así que dentro de las estrategias se ha propuesto la diversificación de servicios y la creación de nuevas tendencias las mismas que permitan mantener los nuevos emprendimientos.

## **Visión**

La Operadora Turística Qallariy Travel para el 2026, busca implementar un modelo de gestión turística innovador, capacitado y especializado; conjuntamente con el Gad municipal y empresas del cantón Cayambe, con el fin de fortalecer y fomentar alternativas y tendencias turísticas que permitan mejorar el servicio y la calidad de vida de las personas.

## **Misión**

Qallariy Travel, se caracteriza por brindar un servicio turístico temático personalizado, el cual satisfaga las necesidades del cliente, enfocado directamente en la recuperación de la cultura y tradiciones de los lugares que se visite, de tal modo que se genere una experiencia única y placentera, procurando siempre mantener una gestión turística sostenible tanto con la sociedad como con la naturaleza.

## **Objetivos Estratégicos**

- ✓ Implementar un modelo sostenible, el cual vele por el cuidado y bienestar de las comunidades y la naturaleza.
- ✓ Fomentar alianzas estratégicas con entes gubernamentales, con el fin de implementar alternativas o tendencias turísticas novedosas dentro del cantón Cayambe.
- ✓ Lograr posicionarse como un establecimiento turístico reconocido en el norte del país.
- ✓ Direccionar y organizar campañas turísticas con escuelas, colegios y universidades con el fin de concientizar a las personas sobre el impacto de la contaminación y sus consecuencias a largo plazo.
- ✓ Capacitar constantemente al personal de Qallariy y a las empresas turísticas del cantón con el fin de mejorar el servicio turístico, enfocándose en la obtención de certificaciones de calidad turística.

## **Valores Corporativos**

- ✓ Servicio
- ✓ Calidad

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Confianza
- ✓ Respeto
- ✓ Solidaridad
- ✓ Compromiso
- ✓ Amor
- ✓ Objetividad
- ✓ Eficacia
- ✓ Comunicación
- ✓ Amabilidad

### **Marketing Mix**

El mercado constantemente se encuentra cambiante, para lo cual se considera necesario implementar un modelo de promoción y comercialización de la empresa en donde se posicione la marca, los servicios que oferta, de tal modo que se analicen las 4P del marketing las cuales son: producto, precio, plaza y promoción.

### **Logotipo**



*Gráfico 25. Logo de la Operadora Turística.*

### **Producto**

Dentro de la industria turística es de vital importancia establecer y definir de manera adecuada cual es el producto y servicio que se va a ofertar, mostrando sus cualidades y bondades, siendo el caso del presente plan de negocios.

El generar una experiencia única y a su vez enriquecedora en el turista o visitante es relevante, para eso se busca implementar una gran diversificación del servicio,

mostrando de una forma distinta la apreciación del atractivo turístico. Implementando una temática de carácter cultural y tradicional, procurando revalorizar la vestimenta, costumbres y actividades, para lo cual se pretende dramatizar a personaje autóctonos de la localidad o de los lugares que se visite. Como lo es, en el caso del Cantón: el Ayahuma, la Chinuca, el Campanero, entre otros, lo mismos que serán partícipes del acompañamiento y guía conjuntamente con la implementación de actividades culturales, como juegos tradicionales, en donde se busca revalorizar las tradiciones de la localidad o en otro caso del sitio que se visite.

Así mismo se ha considera implementar un calendario de festividades locales de todo el Ecuador, desde el mes de Enero a Diciembre, lo cual permita la oportuna elaboración de paquetes turísticos para la oportuna difusión, permitiendo de este modo mantener la temática principal de la operadora, la cual sería la revalorización cultural de los lugares que se visite, al igual que la combinación perfecta con otras tipologías de turismo previas, como lo sería, turismo de aventura, turismo comunitario, turismo gastronómico entre otros.

Permitiendo así, mantener una diversidad amplia de la oferta, lo cual nos brinde una ventaja competitiva con relación a las demás empresas pertenecientes a la industria turística.

Cabe recalcar que esta alternativa a implementar, considerara un gasto o inversión representativa, pero que en beneficios permita abarcar un segmento de mercado más amplio, referente a la competencia, con una variedad de la oferta, en todos los meses del año.

Permitiendo de este modo a que el turista disfrute de una experiencia enriquecedora, basada en la combinación perfecta entre el servicio personalizado, la temática impartida y las bondades del atractivo turístico, provocando así la satisfacción de las necesidades del visitante.

Esto se implementa con el fin de mantener y vender una propuesta de turismo cultural dinamizado y temático, debido a que en la actualidad se han perdido y dejado de lado el contexto cultural del cantón.

Adema, se ha considera realizar alianzas estratégicas con unidades educativas, como lo son escuelas, colegios y universidades lo cual permita elaborar paquetes o tours en relación con asignaturas impartidas por la academia, de tal modo que se genere una salida de campo académica o estudiantil.

## **FULL DAY CARIAUCU – PAQUIESTANCIA**

### **“NATURALEZA E HISTORIA VIVA”**

*Tabla 24. Itinerario Full Day*

<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
<b>06:00</b>	Punto de encuentro UNIBE
<b>06:10</b>	Salida hacia Cayambe
<b>07:20</b>	Llegada a Cayambe
<b>07:30</b>	Desayuno en Cayambe “CAFETERIA KATTY”
<b>08:30</b>	Salida hacia la Comunidad de Cariacu
<b>09:30</b>	Llegada a la Comunidad de Cariacu
<b>09:40</b>	Visita y recorrido guiado a las Cascadas de Cariacu
<b>11:40</b>	Salida hacia el Centro Comunitario de Paquiestancia
<b>11:50</b>	Legada al Centro Comunitario de Paquiestancia
<b>12:00</b>	Recorrido Agroturístico, (siembra y cosecha de vegetales y hortalizas propios de la comunidad)
<b>13:10</b>	Almuerzo “Restaurant Jatun”
<b>14:30</b>	Salida hacia el Sendero del Condor
<b>14:45</b>	Llegada al Sendero del Condor
<b>14:55</b>	Tour Guiado (Caminata, observación de flora, fauna, fotografía, etc.)
<b>15:55</b>	Salida hacia la Casa Museo de Transito Amaguaña
<b>16:15</b>	Visita de la Casa Museo de Transito Amaguaña “Tour Guiado”
<b>16:55</b>	Retorno hacia el Centro Comunitario de Paquiestancia
<b>17:10</b>	Paseo a caballo dentro del sendero Chaquiñán
<b>18:10</b>	Retorno a la Comunidad de Cariacu
<b>18:20</b>	Llegada al Centro Comunitario y degustación del tradicional dulce de zambo con tortillas de tiesto.
<b>19:20</b>	Retorno a Quito



<b>21:00</b>	Llegada a la UNIB.E
--------------	---------------------

### **QUE LLEVAR**

- ✓ Ropa y zapatos cómodos (X2)
- ✓ Protector solar
- ✓ Gafas de sol
- ✓ Gorra
- ✓ Paraguas
- ✓ Chompa abrigada
- ✓ Bufanda
- ✓ Cámara
- ✓ Poncho de agua
- ✓ Botas de caucho
- ✓ Mascarilla
- ✓ Gel antiséptico y alcohol.

### **INCLUYE**

- ✓ Animación turística
- ✓ Guianza
- ✓ Alimentación
- ✓ Transporte
- ✓ Entradas a lugares de visita
- ✓ Protocolo de bioseguridad

### **NO INCLUYE**

- ✓ Servicios adicionales
- ✓ Alimentos y bebidas extras

Precio por persona 58\$ en base a una capacidad de 40.

La tarifa no incluye IVA.

## RECOMENDACIONES

Para las actividades a realizarse dentro del recorrido de las cascadas de Cariacu es necesario el uso de un poncho de agua y botas de caucho.

Se solicita llevar dos mudadas de ropa y calzado por cualquier eventualidad que se presente.

Nota: el tour denominado **CARIAUCU – PAQUIESTANCIA “NATURALEZA E HISTORIA VIVA”**, puede sufrir de modificaciones en sus tiempos establecidos y actividades, acorde a las exigencias climáticas del sector a visitar.

**PAQUIESTANCIA**  
CAYAMBE - COTACACHI

COMUNIDAD DE CARIAUCU  
CAYAMBE - ECUADOR

### FULL DAY CARIAUCU – PAQUIESTANCIA “NATURALEZA E HISTORIA VIVA”

Cascadas de Cariacu

**ITINERARIO**

- Salida de la UNIB.E
- Llegada a las comunidades de Cariacu y Paquiestancia
- Desarrollo de actividades
- Alimentación
- Paseo a Caballo
- Degustación de alimentos

**Incluye**

- Animación turística
- Guianza
- Alimentación
- Transporte
- Entradas a lugares de visita
- Protocolo de bioseguridad

**No incluye**

- Servicios adicionales
- Alimentos y bebidas extras

Nota: el tour denominado CARIAUCU – PAQUIESTANCIA “NATURALEZA E HISTORIA VIVA”, puede sufrir de modificaciones en sus tiempos establecidos y actividades, acorde a las exigencias climáticas del sector a visitar.  
El costo del tour no incluye IVA.

**58\$**

Gráfico 26. Ficture Promocional Full Day

## FULL DAY OTAVALO VALLE DEL AMANECER

HORA	ACTIVIDAD
06:50	Punto de encuentro Universidad Iberoamericana del Ecuador.
07:00	Salida hacia Guayllabamba
08:00	Desayuno en Guayllabamba Restaurante "AMBATEÑO"
09:00	Salida hacia Lago San Pablo "PARQUE ACUATICO ARAQUE"
09:50	Llegada al Parque Acuático Araque
10:00	Actividades y fotografías relato de leyendas a las faldas del Volcán Imbabura
11:00	Salida hacia el Parque el Condor
11:15	Llegada al Parque el Condor
11:25	Tour dentro del Parque el Condor
12:15	Salida hacia Otavalo
12:30	Almuerzo "Restaurant Buena Vista"
13:40	Salida hacia la Cascada Peguche
14:05	Llegada a la cascada Peguche
14:15	Tour Guiado (Caminata, observación de flora, fauna, fotografía, etc.)
15:45	Salida hacia el Parque Bolívar
16:05	Visita del Parque Bolívar y sus alrededores
16:30	Salida hacia la Plaza de los Ponchos
16:40	Visita a la Plaza de Ponchos (Compra artesanías, recuerdos etc.)
18:10	Cena en Gione's Restaurante
19:10	Retorno a Quito

### Incluye

Animación turística

Guianza

Alimentación

Transporte

Entradas a lugares de visita

## No incluye

Servicios adicionales

Alimentos y bebidas extras

Compras artesanías

Precio por persona 60\$ en base a una capacidad de 35.

La tarifa no incluye IVA.

### Estrategia de Precio

Basado al producto y la temática propuesta, dentro del mercado es algo difícil establecer un precio que vaya acorde a las demandas de las demás empresas competidoras, por esto se ha decidido tomar muy en cuenta los datos e información recabada de la encuesta y también el de la competencia, para de este modo determinar un precio, que no afecte el bolsillo del consumidor.

#### **Estrategia de calidad alta = precio medio alto.**

Mediante la temática implementada, dependiendo del sitio que se visite, a más de las bondades propias del atractivo turístico, conjuntamente con el servicio ofertado determinan el precio del producto y servicio. Para lo cual se considera detallar la siguiente alternativa.

Para el cálculo del PVP se ha considera una variable, lo cual va ser la distancia de traslado del lugar de origen al destino final, por mencionar un ejemplo, si el Tour inicia en la ciudad de Cayambe y el punto final es la ciudad de Loja, no se va a mantener un precio estándar, a referencia de considerar un destino más cercano como podría ser Quito o Ambato, aquí el costo de combustible representa un gasto, al igual que el mantenimiento del vehículo de transporte.

Es así como se pretende determinar el PVP, dependiendo de la variable planteada.

**Costo + utilidad bruta (15%) = PVP (Precio de Venta al Público)**

$$49.30 \$ + 8.70 \$ = 58.00 \$$$

Análisis del precio de venta al público con base al segundo itinerario, denominado Full Day Otavalo Valle del Nuevo Amanecer.

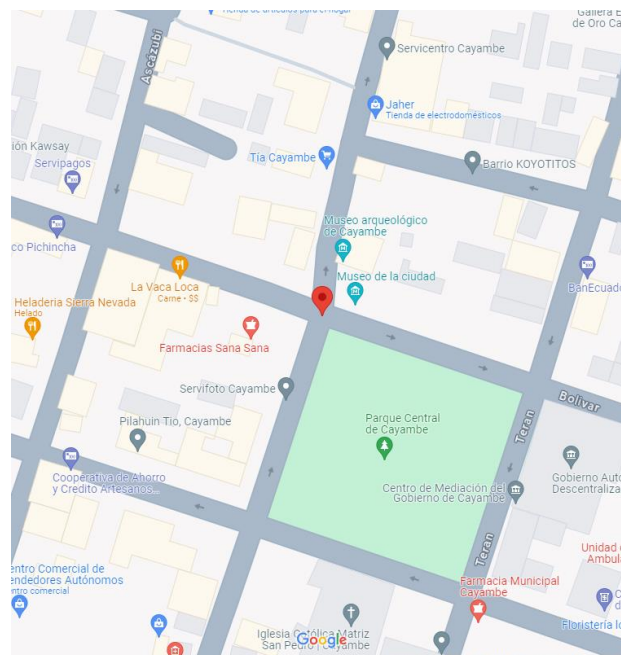
**Costo + utilidad bruta (20%)= PVP (Precio de Venta al Público)**

**48.00 \$ + 12 \$= 60\$**

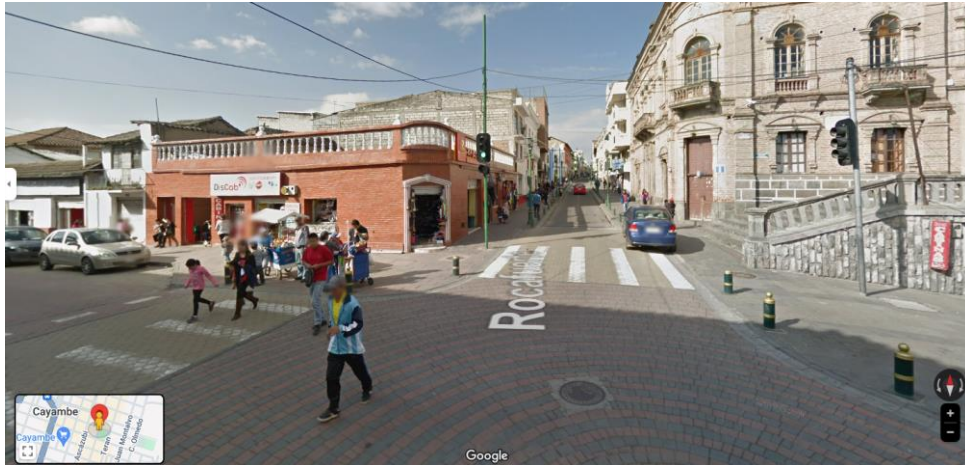
Precio de venta al público con base al itinerario elabora denominado “FULL DAY CARIACU PAQUIESTANCIA”. El costo y precio de venta ira variando según la distancia que se recorra desde el punto de partida u origen.

### Distribución o Plaza

Para llegar al cliente de manera directa se ha considerado implementar una oficina en el cantón Cayambe, ubicada en las calles: Rocafuerte y Bolívar esquina. Sitio donde se comercialice el producto y servicio, la cual se encuentra ubicada diagonal al parque central de la localidad, sitio considerado de mayor afluencia de personas y visitantes.



**Gráfico 27.** Ubicación de la oficina Qallariy Travel



**Gráfico 28.** Vista frontal de la oficina de Qallaryi Travel

Tomado de: Google Maps, 2023.

Además se ha considerado implementar intermediarios o terceros que faciliten la comercialización del producto y servicio, como lo son agencias de viajes, operadoras de turismo, restaurantes, cafeterías, y hoteles.

## **Promoción**

### **Página Web**

La estrategia de promoción que se implementa se encuentra relacionada con actividades de publicidad en donde se requiere utilizar redes sociales siendo herramientas con un espectro de largo alcance para las personas. Además, la creación de una página web donde se visualice los paquetes y tours ofertados. Directamente desde aquí los usuarios podrán realizar sus reservas.

### **Redes Sociales**

Dentro de la era de la digitalización se ha considerado de vital importancia realizar una campaña publicitaria de bajo costo, mediante el uso de plataformas y aplicaciones de gran alcance; como lo son Facebook, Tik Tok, Instagram, Youtube. Tomando muy en cuenta las necesidades y requerimientos de cada usuario.

Dentro de este segmento se ha considerado implementar una campaña publicitaria con un youtuber conocido como lo es Damián Bernal, más conocido como el Champ, quien es creador de contenido netamente de carácter turístico el cual está dirigido al mercado que se trata de ubicar.

## **Apertura o inauguración**

Asu vez la implementación de estrategias de fidelización por inauguración o apertura, como lo es las 5 primeras familias reciben el descuento del 10% en cualquier paquete dentro de la localidad. Posteriormente se considera implementar sorteos por temporalidad.

Además, se pretende generar una estrategia de servicio al cliente posventa, en donde se procurará mantener contacto después de haber brindado nuestro servicio, de tal modo que no permita recabar información y dato que retroalimenten a la empresa y no permita mejorar día a día.

## **Plan de Operaciones**

### **Localización**

La operadora turística se encuentra ubicada en la provincia de pichincha, al noroccidente de la misma, en el cantón Cayambe, el mismo que limita con la provincia de Imbabura, y debido a su ubicación privilegiada goza de una variedad de bondades turísticas.

Dentro del cantón, la dirección exacta de la oficina, viene a ser en la calle Rocafuerte entre sucre y Bolívar diagonal al parque central. Se ha visto relevante dicha ubicación puesto a que he encuentra rodeado de vario atractivo turístico lo cual da mayor realce a la operadora.

### **Distribución de la Operadora**

Para determinar la distribución en base a las instalaciones requeridas para el funcionamiento de la operadora turística, se ha determinado de la siguiente manera:

Sala de recepción

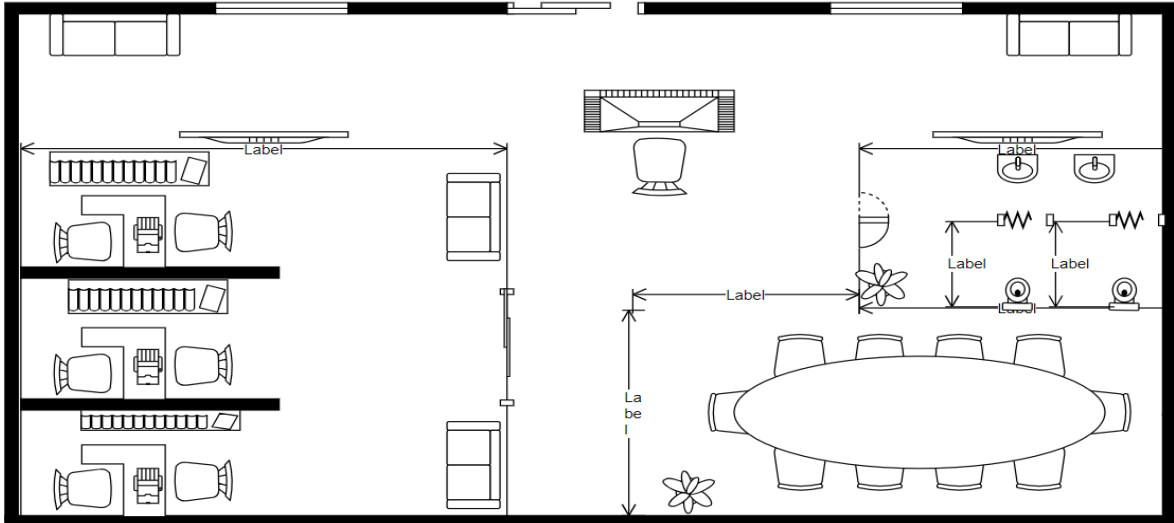
Caunter: donde los clientes reciben la bienvenida y son atendidos por el personal.

Baños, para damas y caballeros.

Oficina, gerente general, contador, sala de reuniones.

La misma que tendrá una dimensión de 25 metros cuadrados, los cuales estarán divididos en 4 oficinas, 1 sala de recepciones, 2 baños de uso múltiple, una sección de cafetería.

## Plano



**Gráfico 29.** Plano Oficina Qallariy Travel

## Diagrama de Procesos

### Proceso de la Reserva

- El turista se comunica ya sea de manera telefónica o directamente en las instalaciones de la empresa, solicitando información de los diferentes paquetes turísticos que se ofrecen.
- El personal encargado de Caunter brinda la información necesaria de la diversificación de tours que se ofrecen en la empresa, conjuntamente con las políticas y condiciones de reserva.
- El cliente toma la decisión de adquirir los servicios que presta la operadora, en el caso de hacerlo se procede a seguir con el proceso. Caso contrario se da por finalizado el servicio.
- Una vez el cliente haya decidido adquirir el servicio, se solicita que realice un abono del pago total correspondiente a la reserva del tour, siempre y cuando se tomen muy en mente las políticas de reserva antes mencionadas.



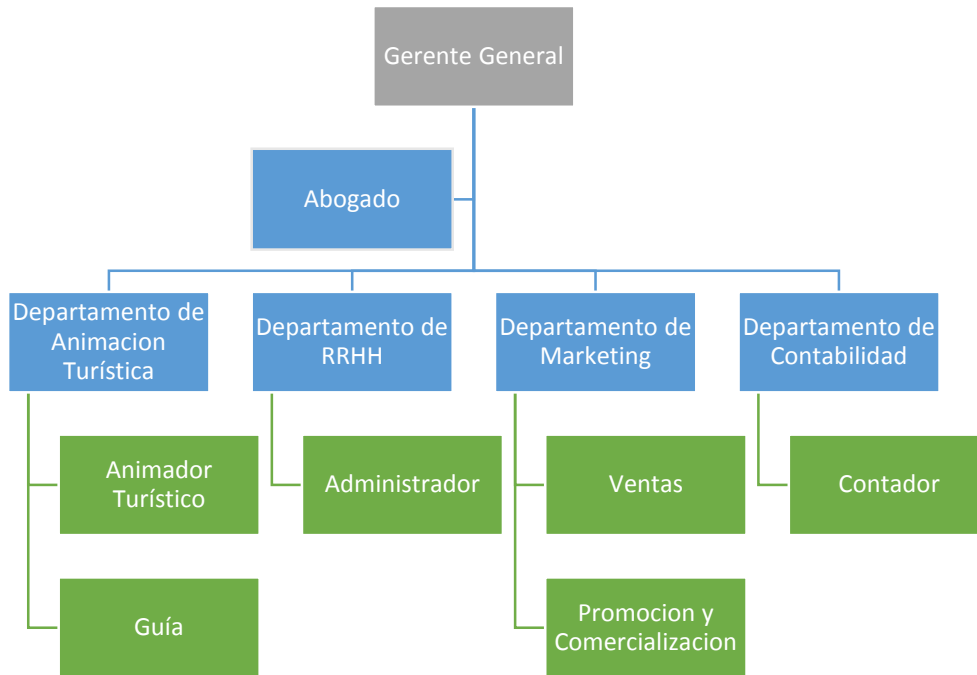
- Una vez confirmado el pago, se procede a detallar fechas, horario, y servicios que se brindaran dentro del tour seleccionado.
- Se procede a realizar la reserva tanto de, hospedaje, alimentación y recreación para la persona o personas que conforman el tour.
- Se coordina el seguimiento y se propone una fecha establecida para completar el pago de la reserva. En el caso de no completar la reserva con el pago ya previsto, mediante las políticas y condiciones antes mencionadas se procede a dar por finalizado el servicio.
- Con los clientes que realizan el pago completo se procede a finiquitar detalles preliminares días antes de adquirir el servicio.
- Se brinda el servicio ofrecido mediante los requerimientos del cliente antes mencionados.
- Fin de servicios.

### **Organigrama de la Empresa**

Dentro de la empresa se ha considerado pertinente determinar una estructura organizacional apropiada de tal modo que la nómina cumpla a cabalidad las diferentes funciones a las cuales han sido asignados. Permitiendo que los procesos se ejecuten de manera correcta.

### **Organigrama Estructural**

Para lo cual se plantea el siguiente organigrama estructural:



**Gráfico 31.** Organigrama estructural de Qallariy Travel.

Como se puede observar dentro del organigrama estructural, se cuenta con 8 personas que formaran parte de la nómina de la empresa, las cuales desempeñara funciones acordes al área que sean asignadas, de tal modo que se cumplan las metas y objetivos planteados.

### **Organigrama Funcional**

De tal modo que, una vez elaborado el organigrama estructural, se procede a delimitar las funciones específicas por cargo a desempeñar, lo cual se presenta de la siguiente manera:

#### **Gerente General**

Funciones:

- ✓ Supervisar el trabajo de todos los jefes de cada departamento a cargo.
- ✓ Supervisar el desempeño laboral de los trabajadores de la operadora, notificando a los jefes de cada departamento.
- ✓ Revisar mensualmente los estados financieros de la empresa.
- ✓ Supervisar diariamente las actividades planificadas para cada día.

- ✓ Supervisar las compras realizadas, semanal y mensualmente de la empresa.
- ✓ Analizar diariamente las ventas y la afluencia de clientes a la empresa.

Perfil:

- ✓ Graduado en Administración Turística.
- ✓ Poseer una visión de negocios.
- ✓ Conocimiento en contabilidad y administración.
- ✓ Innovador.
- ✓ Observador y detallista.
- ✓ Liderazgo.
- ✓ Poder de negociación.
- ✓ Comunicación asertiva.

### **Animador Turístico**

Funciones:

- ✓ Encargado de organizar, coordinar y ejecutar los programas de animación teniendo siempre en cuenta las necesidades de los clientes y materiales necesarios para desarrollar las actividades.
- ✓ Capacidad de proponer paquetes de animación turística ya sea el caso si la empresa lo requiere.
- ✓ Excelente manejo de grupos.
- ✓ Promover la participación de las personas en base a la edad, costumbres, tradiciones, sexo, etc.

Perfil:

- ✓ Profesional en animación turística o licenciatura en turismo.
- ✓ Habilidades de comunicación.
- ✓ Conocimiento de inglés, como segunda lengua.
- ✓ Capacidad de empatía, saber escuchar.
- ✓ Persona sociable, dinámica, creativa, paciente.
- ✓ Habilidades y destrezas en actividades lúdicas.
- ✓ Conocimientos en primeros auxilios.

## **Administrador**

### Funciones:

- ✓ Alcanzar objetivos planteados.
- ✓ Asegurar la satisfacción del cliente.
- ✓ Analizar y evaluar resultados.
- ✓ Capacidad para solucionar problemas.
- ✓ Capacidad de liderazgo.
- ✓ Establecer estrategias dentro del mercado.
- ✓ Velar por el bienestar de los trabajadores.

### Perfil:

- ✓ Graduado en administración turística.
- ✓ Innovador.
- ✓ Detallista.
- ✓ Capacidad para tomar decisiones.
- ✓ Capacidad para planificar a corto, mediano y largo plazo.
- ✓ Conocimientos en procedimientos administrativos y contables.
- ✓ Capacidad de crear, modificar y mejorar procesos dentro la empresa.

## **Vendedor**

### Funciones:

- ✓ Planificar y vender paquetes turísticos.
- ✓ Asesorar a los clientes con el fin de determinar sus necesidades al momento de adquirir un paquete turístico.
- ✓ Brindar información pertinente de los paquetes turísticos, mediante folletos y publicaciones.
- ✓ Manejar información de clientes mediante una base de datos o software.
- ✓ Solucionar y gestionar problemáticas existentes en los viajes.
- ✓ Gestionar y realizar reservas tanto hoteleras, transporte.
- ✓ Promocionar mediante herramientas y técnicas publicitarias los diferentes paquetes turísticos, con su respectiva información.

- ✓ Permitirse asistir a capacitaciones constantes especialmente sobre temas de tendencias turísticas.

#### Perfil:

- ✓ Experiencia mínima de 1 año.
- ✓ Dominio del inglés, como segunda lengua.
- ✓ Conocimiento de sistemas GDS, reservas en línea.
- ✓ Habilidad en ventas y capacidad comercial.
- ✓ Habilidad de comunicación y atención al cliente.
- ✓ Excelente conocimiento referente a tendencias turísticas.
- ✓ Cursos o capacitaciones de carácter turístico, hotelero, atención al cliente o afines a la rama.

#### **Contador**

##### Funciones:

- ✓ Organizar el departamento de contabilidad.
- ✓ Analizar, elaborar y presentar los estados financieros de la empresa.
- ✓ Proponer procedimientos y métodos para los registros contables, tributarios y financieros de la empresa.
- ✓ Participar en la creación de nuevos productos o servicios.
- ✓ Trabajar en equipo, precisamente con los delegados de cada departamento, para solventar problemáticas existentes.

##### Perfil:

- ✓ Graduado en administración de empresas o licenciado en contabilidad.
- ✓ Experiencia mínima de 1 año.
- ✓ Estudios complementarios en finanzas y computación.
- ✓ Conocimientos previos en Word, Excel avanzado, finanzas, sistemas contables.
- ✓ Capacidad para trabajar bajo presión.
- ✓ Capacidad de trabajo en equipo.

## **Abogado**

### Funciones:

- ✓ Atender todos los procesos jurídicos de la empresa.
- ✓ Proteger la empresa de riesgos jurídicos.
- ✓ Desarrollar la política empresarial.
- ✓ Guiar a los directivos para de este modo garantizar de manera estricta el cumplimiento de la normativa.
- ✓ Representar a la empresa durante procesos judiciales.
- ✓ Analizar y redactar los contratos laborales.
- ✓ Asistir a todas las reuniones empresariales.

### Perfil:

- ✓ Profesional en Derecho, abogacía o licenciado en ciencias jurídicas.
- ✓ Mantener la licencia para ejercer su profesión.
- ✓ Habilidades de negociación y comunicación.
- ✓ Experiencia mínima de 1 año.
- ✓ Habilidades y conocimientos en derecho corporativo.

## **Guía:**

### Funciones:

- ✓ Brindar información veraz y confiable mediante la utilización de un lenguaje asertivo.
- ✓ Coordinar el tour y asistir al turista.
- ✓ Formar parte del tour o paquete turístico.
- ✓ Permitir que el turista se relacione con los diferentes atractivos turísticos que se visiten.
- ✓ Coordinar, revisar y dirigir el itinerario propuesto por la empresa.
- ✓ Recopilar y procesar información pertinente para el turista.
- ✓ Receptar y gestionar inquietudes de los turistas, permitiendo asesorarlos en todo momento.

Perfil:

- ✓ Profesional en turismo.
- ✓ Licencia de guía, nacional o internacional.
- ✓ Manejo de dos idiomas, español e inglés.
- ✓ Capacidades de liderazgo.
- ✓ Conocimientos de primeros auxilios.
- ✓ Conocimientos de historia, interpretación de patrimonio natural y cultural.
- ✓ Habilidades de manejo de grupos, comunicación asertiva.
- ✓ Actitudes: equilibrado, practico, confiable.

Establecer la factibilidad financiera de una operadora turística en el cantón Cayambe, utilizando indicadores financieros como el TIR y VAN.

### **Estudio Financiero**

Establecer la factibilidad financiera de una operadora turística en el cantón Cayambe, utilizando indicadores financieros como la TIR y VAN.

Dentro del presente estudio financiero se encuentran los requisitos útiles y costos de producción inicial de igual manera los gastos administrativos, que permitirán el funcionamiento de la Qallaryi Travel, lo cual arrojará información que determine la factibilidad del proyecto planteado.

### **Presupuesto de Costos Fijos (Activos Fijos)**

Para proceder a realizar el presupuesto de costos se considera necesario ubicar tablas con información del valor promedio referente al mercado ecuatoriano de bienes o productos que sean de fácil adquisición.

**Tabla 25. Maquinaria y Herramientas**

<b>MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS</b>
----------------------------------

<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Cafetera Eléctrica	1	\$ 48.90	\$ 48.90
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 48.90</b>

Dentro de esta sección se requiere de \$48.90 dólares americanos para adquirir lo correspondiente a maquinaria y herramientas.

**Tabla 26. Muebles y Enceres**

<b>MUEBLES Y ENCERES</b>
--------------------------

<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escritorios Modulares	3	\$ 130.00	\$ 390.00
Caunter Recepción	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Sillas de Escritorio	10	\$ 40.00	\$ 400.00
Sofá Oficina	1	\$ 360.00	\$ 360.00
Archivero	3	\$ 105.00	\$ 315.00
Mesa de Reuniones	1	\$ 380.00	\$ 380.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2,195.00</b>



Para el funcionamiento de la operadora turística, se ha considerado el equipamiento de una oficina equipada para lo cual se necesita \$2.195.00 para adquirirlos.

*Tabla 27. Equipos de Computación*

<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Laptop Hp	2	\$ 525.00	\$ 1,050.00
Impresoras	2	\$ 370.00	\$ 740.00
Computadora Hp I5	1	\$ 640.00	\$ 640.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2,430.00</b>

Al igual que un valor de \$2.430.00 para adquirir los equipos de computación correspondientes.

*Tabla 28. Equipos de Oficina*

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Teléfono	3	\$ 50.00	\$ 150.00
Tv Led 55´	1	\$ 480.00	\$ 480.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 630.00</b>

*Tabla 29. Implementos de Habitación*

<b>IMPLEMENTOS DE HABITACION</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>

Basureros	5	\$ 16.00	\$ 80.00
Floreros	3	\$ 31.25	\$ 93.75
Dispensador de Jabón	2	\$ 23.00	\$ 46.00
Dispensador de Papel	2	\$ 15.00	\$ 30.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 249.75</b>

*Tabla 30. Utensilios de Cocina*

**UTENSILLOS DE COCINA Y RESTAURANTE**

DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Vajilla	1	\$ 22.00	\$ 22.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 22.00</b>

*Tabla 31. Vehículo*

**VEHICULO**

DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Van Sunray JAC 17 pax 2016	1	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 15,000.00</b>

*Tabla 32. Resumen Activos Fijos*

**RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCION	TIPO	VALOR
Maquinaria y Herramientas	AF	\$ 48.90
Muebles y Enceres	AF	\$ 2,195.00
Equipos de Computación	AF	\$ 2,430.00
Equipos de Oficina	AF	\$ 630.00
Implementos de Habitación	AF	\$ 249.75
Utensilios de Cocina	AF	\$ 22.00
Vehículo	AF	\$ 15,000.00
<b>Total Inversión</b>		<b>\$ 20,575.65</b>

Como se puede evidenciar, el total de la inversión inicial sería de \$20.575.65 dólares americanos para dar inicio a las operaciones del negocio.

### Presupuestos de Costos Corrientes

*Tabla 33. Activos Corrientes*

Activos Corrientes				
Nombre	Cantidad	Denominación	Valor x Mes	Total Requerimiento
Caja	1	AD	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Bancos	1	AD	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00

<b>Total Mínimo Requerido</b>				<b>\$ 10,000.00</b>
-----------------------------------	--	--	--	-------------------------

Dentro de activos corrientes se considera útil un monto de 5,000.00\$ correspondientes a Caja y Bancos.

### **Presupuestos de Costos Diferidos**

Dentro de este parámetro se encuentra el presupuesto para constituir la operadora turística legalmente.

*Tabla 34. Gastos de Constitución*

<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>		
<b>N*</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
		\$
1	Obtención del RUC	20.00
		\$
2	Patente Municipal	100.00
	Permiso de Cuerpo de	\$
3	Bomberos	100.00
		\$
4	Licencia de Turismo	250.00
		\$
5	Honorarios Abogado y varios	500.00
		\$
	<b>TOTAL</b>	<b>970.00</b>

### **Inventario Inicial**

Dentro del siguiente balance, se puede evidenciar que se considera la parte de activos en donde intervienen, gastos de constitución, activos fijos y activos corrientes, con sus determinados valores, los mismos que dan una sumatoria de \$31545.65, como total de activos fijos. Mientras que en la parte de pasivos, se presenta un crédito bancario con un valor de \$21545.65 que sumado al capital o

patrimonio compensa los \$31545.65 de los activos, permitiendo que se igualen los valores y corroborando una correcta elaboración del balance.

***Tabla 35. Balance de situación inicial***

**QALLARYI**  
**TRAVEL**  
**BALANCE DE SITUACION INICIAL**  
**AL 01 DE JULIO DEL 2023**  
**(En Dólares de los EE.UU)**

ACTIVOS.

**CORRIENTES:**

Efectivo	\$	5,000.00
Bancos	\$	5,000.00

**FIJOS:**

Maquinaria y Herramientas	\$	48.90
Muebles y Enceres	\$	2,195.00
Equipos de Computación	\$	2,430.00
Equipos de Oficina	\$	630.00
Implementos de Habitación	\$	249.75
Utensilios de Cocina	\$	22.00
Vehículo	\$	15,000.00

**\$ 10,000.00**

**\$ 20,575.65**

PASIVOS.

**CORRIENTES:**

Cuenta por pagar

**LARGO PLAZO**

Préstamo Largo Plazo                      \$ 21,545.65

**TOTAL PASIVOS:**

**\$ 21,545.65**

<b><u>OTROS ACTIVOS:</u></b>		<b>\$ 970.00</b>	<b>PATRIMONIO:</b>		<b>\$ 10,000.00</b>
Gastos de Constitución	\$ 970.00		Capital Contable	\$ 10,000.00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$ 31,545.65</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$ 31,545.65</b>

**Tabla 36. Nomina Qallaryi Travel**

		<b>NOMINA QALLARYI TRAVEL</b>				
<b>#</b>	<b>CARGO</b>	<b>SUELDO BASICO</b>	<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>APORTE IESS</b>	<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>NETO A RECIBIR</b>
1	Gerente	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 85.05	\$ 85.05	\$ 814.95
2	Animador Turístico	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 66.15	\$ 66.15	\$ 633.85
3	Administrador	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 66.15	\$ 66.15	\$ 633.85
4	Vendedor	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 47.25	\$ 47.25	\$ 452.75
5	Contador	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 47.25	\$ 47.25	\$ 452.75
6	Abogado	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 47.25	\$ 47.25	\$ 452.75
7	Guía	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 66.15	\$ 66.15	\$ 633.85
		<b>\$ 4,500.00</b>	<b>\$ 4,500.00</b>	<b>\$ 425.25</b>	<b>\$ 425.25</b>	<b>\$ 4,074.75</b>

### **Depreciaciones**

Para proceder a calcular el valor de depreciación de cada activo fijo se utiliza la siguiente formula, la cual se detalla a continuación.

Una vez determinado el cálculo se procede a dividirlo para un año, en donde se obtiene la depreciación la misma que se puede determinar de forma, semanal, mensual o anual.

$$DEPRECIACION = \frac{VALOR RESIDUAL - COSTO}{NUMERO DE AÑOS}$$



**Tabla 37. Depreciación.**

<p style="text-align: center;"><b>Depreciación Maquinaria y Herramientas</b></p> <p>Costo                   \$     48.90</p> <p>Porcentaje                   10%</p> <p>Años                           10</p> <p>Valor Depre.</p> <p>                                  \$</p> <p>Anual                       4.89</p> <p>                                  \$</p> <p>Mensual                   0.41</p> <p>                                  \$</p> <p>Diaria                       0.014</p>	<p style="text-align: center;"><b>Depreciación Muebles y Enseres</b></p> <p>Costo                       \$   2,195.00</p> <p>Porcentaje                   10%</p> <p>Años                           10</p> <p>Valor Depre.</p> <p>Anual                       \$     219.50</p> <p>Mensual                   \$     18.29</p> <p>                                  \$</p> <p>Diaria                       0.61</p>
<p style="text-align: center;"><b>Depreciación Equipos de Computación</b></p> <p>Costo                   \$   2,430.00</p> <p>Porcentaje                   33%</p> <p>Años                           3</p> <p>Valor Depre.</p> <p>Anual                       \$     810.00</p> <p>Mensual                   \$     67.50</p> <p>Diaria                       \$     2.25</p>	<p style="text-align: center;"><b>Depreciación Equipos de Oficina</b></p> <p>Costo                       \$     630.00</p> <p>Porcentaje                   10%</p> <p>Años                           10</p> <p>Valor Depre.</p> <p>Anual                       \$     63.00</p> <p>Mensual                   \$     5.25</p> <p>Diaria                       \$     0.18</p>
<p style="text-align: center;"><b>Depreciación Implementos de Habitación</b></p> <p>Costo                   \$   249.75</p> <p>Porcentaje                   10%</p> <p>Años                           10</p>	<p style="text-align: center;"><b>Depreciación Utensilios de Cocina</b></p> <p>Costo                       \$     22.00</p> <p>Porcentaje                   10%</p> <p>Años                           10</p> <p>Valor Depre.</p>

Valor Depre.		Anual		\$	2.20
Anual	\$	24.98	Mensual	\$	0.18
Mensual	\$	2.08	Diaria	\$	0.01
Diaria	\$	0.07			
<b>Depreciación Vehículo</b>					
Costo	\$	15,000.00			
Porcentaje		20%			
Años		5			
Valor Depre.					
Anual	\$	3,000.00			
Mensual	\$	250.00			
Diaria	\$	8.33			

### Tabla de Amortización

Para sustentar el valor de la inversión se ha requerido acceder a un crédito propuesto con el fin de cumplir el requisito inicial, por ende se detalla a continuación la tabla de amortización con el capital de 21.545.65 dólares americanos.

En donde se puede visualizar la información pertinente del crédito efectuado, en donde el tiempo y plazo corresponde a 36 meses, 3 años, con una tasa de interés del 16%, manteniendo una cuota mensual de \$598.49.

**Tabla 38.** Amortización del crédito requerido.

Capital	\$	21,545.65		
Tasa				
interés		16.00%		1.33%
Tiempo		36	meses	
Periodo		1		
Capital AMORTIZADO		598.49		
<b>#Cuotas</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota o</b>	<b>Saldo</b>

ALEMAN		<b>Amortizado</b>		<b>Dividendo</b>	
	1	598.49	287.28	885.77	21,545.65
	2	598.49	279.30	877.79	20,947.16
	3	598.49	271.32	869.81	20,348.67
	4	598.49	263.34	861.83	19,750.18
	5	598.49	255.36	853.85	19,151.69
	6	598.49	247.38	845.87	18,553.20
	7	598.49	239.40	837.89	17,954.71
	8	598.49	231.42	829.91	17,356.22
	9	598.49	223.44	821.93	16,757.73
	10	598.49	215.46	813.95	16,159.24
	11	598.49	207.48	805.97	15,560.75
	12	598.49	199.50	797.99	14,962.26
	13	598.49	191.52	790.01	14,363.77
	14	598.49	183.54	782.03	13,765.28
	15	598.49	175.56	774.05	13,166.79
	16	598.49	167.58	766.07	12,568.30
	17	598.49	159.60	758.09	11,969.81
	18	598.49	151.62	750.11	11,371.32

19	598.49	143.64	742.13	10,772.83
20	598.49	135.66	734.15	10,174.33
21	598.49	127.68	726.17	9,575.84
22	598.49	119.70	718.19	8,977.35
23	598.49	111.72	710.21	8,378.86
24	598.49	103.74	702.23	7,780.37
25	598.49	95.76	694.25	7,181.88
26	598.49	87.78	686.27	6,583.39
27	598.49	79.80	678.29	5,984.90
28	598.49	71.82	670.31	5,386.41
29	598.49	63.84	662.33	4,787.92
30	598.49	55.86	654.35	4,189.43
31	598.49	47.88	646.37	3,590.94
32	598.49	39.90	638.39	2,992.45
33	598.49	31.92	630.41	2,393.96
34	598.49	23.94	622.43	1,795.47
35	598.49	15.96	614.45	1,196.98
36	598.49	7.98	606.47	598.49

### Punto de Equilibrio

Dentro del análisis financiero se pretende calcular el punto de equilibrio, para de esta forma poder interpretar el número de unidades que se necesitan vender de forma anual lo que corresponde a 3.626, y de forma mensual 302, lo que calculado por el PVP proporciona unas ventas o ingresos de \$17.525.36 en el primer mes.

**Tabla 39.** Calculo Punto de Equilibrio

		<u>CALCULO PUNTO DE EQUILIBRIO</u>		
		Gastos Fijos	\$ 31,545.65	
		Precio	\$ 58.00	
		Cost, Vent. Unit	\$ 49.30	
		Unid. Vent Anual	3,626	<b>Punto de Equilibrio</b>
		Unid. Vent Mensual	302	
		Ventas Mensuales	\$ 17,525.36	

$$Q_e = \frac{CF}{P - CVu}$$

## Flujo de efectivo

**Tabla 40. Flujo de Caja Proyectado Mensual**

FLUJO DE CAJA PROYECTADO MENSUAL														
MESES	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
<b>INGRESOS</b>														
1. Ingresos		\$ 17,525.36	\$ 18,401.63	\$ 19,321.71	\$ 20,287.79	\$ 21,302.18	\$ 22,367.29	\$ 23,485.66	\$ 24,659.94	\$ 25,892.94	\$ 27,187.59	\$ 28,546.96	\$ 29,974.31	\$ 278,953.37
2. Capital Inicial	\$ 31,545.65	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 10,515.22
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>\$ 18,401.63</b>	<b>\$ 19,277.90</b>	<b>\$ 20,197.98</b>	<b>\$ 21,164.06</b>	<b>\$ 22,178.45</b>	<b>\$ 23,243.56</b>	<b>\$ 24,361.93</b>	<b>\$ 25,536.21</b>	<b>\$ 26,769.21</b>	<b>\$ 28,063.85</b>	<b>\$ 29,423.23</b>	<b>\$ 30,850.58</b>	<b>\$ 289,468.59</b>
<b>EGRESOS</b>														
1. Gasto Compras		\$ 7,886.42	\$ 8,280.74	\$ 8,694.78	\$ 9,129.52	\$ 9,585.99	\$ 10,065.29	\$ 10,568.56	\$ 11,096.98	\$ 11,651.83	\$ 12,234.43	\$ 12,846.15	\$ 13,488.45	\$ 125,529.14
2. Arriendo		\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 9,600.00
3. Servicios Básicos		\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00
4. Sueldos Nómina		\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 54,000.00
5. Publicidad		\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
6. Gasto Crédito		\$ 598.49	\$ 598.49	\$ 598.49	\$ 598.49	\$ 598.49	\$ 598.49	\$ 598.49	\$ 598.49	\$ 598.49	\$ 598.49	\$ 598.49	\$ 598.49	\$ 7,181.88
6. Permisos		\$ 800.00												\$ 800.00
7. Amortizacion Capital	\$ 31,545.65	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 876.27	\$ 10,515.22
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>\$ 16,661.18</b>	<b>\$ 16,255.50</b>	<b>\$ 16,669.54</b>	<b>\$ 17,104.28</b>	<b>\$ 17,560.75</b>	<b>\$ 18,040.05</b>	<b>\$ 18,543.32</b>	<b>\$ 19,071.74</b>	<b>\$ 19,626.59</b>	<b>\$ 20,209.18</b>	<b>\$ 20,820.91</b>	<b>\$ 21,463.21</b>	<b>\$ 222,026.24</b>
<b>EXEDENTE O DEFICIT</b>		<b>\$ 1,740.45</b>	<b>\$ 3,022.40</b>	<b>\$ 3,528.44</b>	<b>\$ 4,059.79</b>	<b>\$ 4,617.70</b>	<b>\$ 5,203.51</b>	<b>\$ 5,818.61</b>	<b>\$ 6,464.47</b>	<b>\$ 7,142.61</b>	<b>\$ 7,854.67</b>	<b>\$ 8,602.33</b>	<b>\$ 9,387.37</b>	<b>\$ 67,442.35</b>
<b>SALDO ACUMULADO</b>		<b>\$ 1,740.45</b>	<b>\$ 4,762.85</b>	<b>\$ 8,291.29</b>	<b>\$ 12,351.08</b>	<b>\$ 16,968.78</b>	<b>\$ 22,172.29</b>	<b>\$ 27,990.90</b>	<b>\$ 34,455.37</b>	<b>\$ 41,597.98</b>	<b>\$ 49,452.65</b>	<b>\$ 58,054.98</b>	<b>\$ 67,442.35</b>	

Es de este modo que se procede a realizar el flujo de caja proyectado de manera virtual, en donde los ingresos se calculan con una tasa de crecimiento del 5%, basándose en el detalle del punto de equilibrio que corresponde a 302 unidades mensuales que se deben vender a un PVP de 58\$ permitiendo determinar los ingresos posibles dentro de un año. De igual manera se presenta el capital inicial que se recuperara en 3 años hábiles, lo cual concuerda con el tiempo establecido dentro de la tabla de amortización.

Para lo cual se calcula el excedente que viene de la resta del total de ingresos con el total de los egresos obteniendo un valor de \$1740.45 dólares en el primer mes siendo beneficioso para la empresa.

## Flujo de Caja proyectado Anual

*Tabla 41. Flujo de Caja Proyectado Anual*

FLUJO DE CAJA PROYECTADO ANUAL						
AÑOS	2022	2023	2024	2025	2026	TOTAL
<b>INGRESOS</b>						
1. Ingresos	\$ 278,953.37	\$ 298,480.11	\$ 319,373.72	\$ 341,729.88	\$ 365,650.97	\$ 1,604,188.04
2. Capital Inicial	\$ 10,515.22	\$ 10,515.22	\$ 10,515.22			\$ 31,545.65
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$289,468.59</b>	<b>\$308,995.33</b>	<b>\$ 329,888.93</b>	<b>\$ 341,729.88</b>	<b>\$ 365,650.97</b>	<b>\$1,635,733.69</b>
<b>EGRESOS</b>						
1. Gasto Compras	\$ 125,529.14	\$ 134,316.19	\$ 143,718.32	\$ 153,778.60	\$ 164,543.10	\$ 721,885.35
2. Arriendo	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 48,000.00
3. Servicios Básicos	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 12,000.00
4. Sueldos Nómina	\$ 54,000.00	\$ 57,240.00	\$ 60,674.40	\$ 64,314.86	\$ 68,173.76	\$ 304,403.02
5. Publicidad	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 60,000.00
6. Gasto Crédito	\$ 7,181.88	\$ 7,181.88	\$ 7,181.88			\$ 21,545.64
6. Permisos	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 4,000.00
7. Amortizacion Capital	\$ 10,515.22	\$ 10,515.22	\$ 10,515.22			\$ 31,545.65
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$222,026.24</b>	<b>\$234,053.28</b>	<b>\$ 246,889.81</b>	<b>\$ 242,893.46</b>	<b>\$ 257,516.86</b>	<b>\$1,203,379.66</b>
<b>EXEDENTE O DEFICIT</b>	<b>\$ 67,442.35</b>	<b>\$ 74,942.04</b>	<b>\$ 82,999.12</b>	<b>\$ 98,836.41</b>	<b>\$ 108,134.11</b>	<b>\$ 432,354.03</b>
<b>SALDO ACUMULADO</b>	<b>\$ 67,442.35</b>	<b>\$142,384.39</b>	<b>\$ 225,383.51</b>	<b>\$ 324,219.92</b>	<b>\$ 432,354.03</b>	

Con el cálculo realizado de manera mensual, se procede a calcular los valores anuales correspondientes a los 5 años consecutivos, para lo cual se mantiene una proyección del 5% referente a los ingresos, que también permite en el tercer año recuperar el capital inicial o inversión inicial y además, el pago total del crédito previsto, para cumplir con la inversión.

A más del cálculo de los egresos en donde se mantiene una variación del porcentaje de proyección que debido a políticas fiscales dentro del territorio se decide aumentar el salario básico unificado, por lo tanto se procede aumentarlo al 6%. Además, se puede evidenciar que dentro de 5 años se va a establecer un saldo positivo que mantiene una creciente referente a otros años, permitiendo que la resta entre ingresos y egresos, brinde rentabilidad dentro de la empresa con un valor de \$432354.03 al finalizar el quinto año.

## CALCULO DEL VAN

**Tabla 42.** Cálculo del Van y TIR

Inversion Inicial		31,545.65					FLUJO DE EFECTIVO NETO	
FLUJO DE INGRESOS		FLUJO DE EGRESOS		Datos	- 31,545.65	AÑO	VALOR	
AÑO	VALOR	AÑO	VALOR	f1=	67,442.35	1	67,442.35	
1	289,468.59	1	222,026.24	f2=	74,942.05	2	74,942.05	
2	308,995.33	2	234,053.28	f3=	82,999.12	3	82,999.12	
3	329,888.93	3	246,889.81	f4=	98,836.42	4	98,836.42	
4	341,729.88	4	242,893.46	f5=	108,134.11	5	108,134.11	
5	365,650.97	5	257,516.86	n=	5 años			
TOTAL	1,635,733.70	TOTAL	1,203,379.65	i=	15% tasa int			
				IO=	31,545.65	<b>VAN</b>	<b>\$400,823.40</b>	

## CALCULO DEL TIR

**Tabla 43.** Cálculo de la TIR

**TIR 224% 2.24%**

Lo que corresponde al cálculo del VAN, permite analizar la rentabilidad del proyecto como se puede evidenciar en el valor obtenido de \$400.823.40, al igual que la TIR en donde su valor porcentual oscila entre 2.24% siendo mayor que cero confirmando la viabilidad del proyecto propuesto.



### **Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento**

Dentro de los negocios y emprendimientos se procura calcular la TMAR, con el fin de determinar qué tan exitoso será un negocio, y de este modo los inversionistas pueden analizar como su dinero crece conforme el tiempo transcurre, permitiendo ver los beneficios económicos que se obtendrán.

**TMAR= TASA DE INFLACION + PREMIO AL RIESGO**

TMAR= 1.35%+ 9%+(0.135\*0.9)

**TMAR= 22.50%**

Con el valor establecido se determina que el proyecto presenta un riesgo medio, mediante la alusión de la inflación que mantiene el país y el premio al riesgo.

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo se puede observar las conclusiones y recomendaciones obtenidas mediante la elaboración del plan de negocios para la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe, el mismo que como fin o propósito brinda un servicio de recreación turística mediante la elaboración de tours, de tal modo que se cumplan con las necesidades y expectativas de los clientes.

Es así que por consiguiente se presenta información útil que demuestra la factibilidad del proyecto

#### Conclusiones

- Dentro del presente proyecto de investigación se procedió a elaborar un plan de negocios el cual sustenta la creación de una operadora turística dentro del cantón Cayambe, el mismo que durante la elaboración del presente trabajo se detalla punto a punto con sus respectivos componentes, los mismos que conforman la parte técnica, operativa, organizacional y financiera con sus respectivos parámetros. Como lo son indicadores económicos en el segmento financiero como lo es el cálculo del VAN, TIR, los mismos que determinan la factibilidad del proyecto. Así mismo dentro de la parte organizacional y técnica, donde se consideran aspectos de forma y constitución, como el detalle de la planta y equipo, y a su vez la conformación del cuerpo de trabajo necesario para desarrollar las actividades previstas. Así mismo la delimitación de la marca y los aspectos de promoción y comercialización de los servicios ofertados. Todo esto conforma la estructura del plan de negocios el mismo que se encuentra estipulado dentro de los parámetros legales y normativa vigente al instante de la constitución de la empresa.
- Se ha considerado necesario implementar un estudio de mercado con el fin de determinar puntos esenciales mediante la elaboración de la encuesta con la cual se ha podido determinar, los gustos y preferencias de los encuestados, mismos que proporcionan información que ayudan de manera relevante al momento de determinar el segmento o perfil del visitante, en

donde se engloba, tendencias, recomendaciones, costos, temporalidad, lugares o tipos de turismo que desearían practicar, lo cual facilita y permite, ofrecer un servicio que generalmente se especializa en satisfacer las necesidades y requerimientos previstos por dicho grupo de turistas. Con la elaboración del estudio de mercado se ha podido identificar la situación actual en la que se encuentra el cantón Cayambe lo cual permite determinar, que el mercado turístico se encuentra en auge y sus inicios, lo cual es beneficioso para la conformación de una operadora turística dentro del cantón. Ya que la constitución de la operadora turística proporcionara un desarrollo económico local del cantón, puesto que en el estudio de mercado se ha visualizado gran aceptación por parte de los turistas.

- Dentro de la estructura del plan de negocios propuesto se considera determinar la factibilidad técnica, operativa y organizacional, la misma que mediante el levantamiento de información se ha podido justificar. Los aspectos técnicos engloban el diseño de la planta y equipo, los aspectos operativos y organizacionales se relacionan con la creación del marco filosófico acompañado de la delimitación y conformación del equipo de trabajo útil y necesario para iniciar funciones los mismos que se resumen en el organigrama estructural de la empresa que seguidamente en el organigrama funcional se detalla los requerimientos del perfil del puesto y las actividades y funciones que debe cumplir. Todo lo mencionado anteriormente se constituye dentro del presente trabajo, permitiendo determinar la factibilidad de cada aspecto en base a las necesidades que requiere cada sección.
- Para determinar la factibilidad financiera del presente trabajo de investigación que consiste en la elaboración de un plan de negocios para la creación de una operadora turística; se ha procedido realizar un análisis financiero vital y minucioso, lo cual arroja información relevante, como lo es la cantidad exacta con la cual el emprendimiento puede iniciar sus operaciones, también conocida como inversión inicial lo que permite establecer una rentabilidad económica a corto, mediano y largo plazo, la misma que permita ejecutar y operar el proyecto dentro del cantón Cayambe. Para el presente estudio financiero se han determinado datos económicos

relevantes, tales como una inversión inicial de \$31545.65 las misma que se han proyectado durante 5 años permitiendo analizar el índice de ventas obtenido mediante una tasa de crecimiento del 5%, tomando en base el cálculo del punto de equilibrio en unidades de forma anual, lo cual ha permitido relacionarlo con las ventas posibles, facilitando de esta manera recuperar el efectivo invertido durante los 3 primeros años de funcionamiento. Además, se obtuvo una TIR de 2.24% y un VAN de \$400,823.40 por lo que se determina que el estudio propuesto es factible.

- Para proceder analizar el macroentorno y microentorno existen herramientas que permiten recabar información útil para proceder a elaborar una matriz FODA, puesto que dentro del diagnóstico situacional se puede establecer un análisis PESTEL y un análisis de las 5 fuerzas de Porter, lo que relaciona al micro y macroentorno. Para realizar el diagnóstico situacional, ya se ha determinado que el estudio es factible, además es necesario mencionar que el cantón Cayambe cuenta con una gran diversidad de atractivos turísticos los cuales brindan en conjunto un servicio óptimo para los futuros clientes. Dentro de la situación actual se procede a elaborar un análisis FODA, lo cual refleja la información de los análisis pertinentes como lo son PESTEL y PORTER, el cual permite determinar la adaptabilidad técnica del proyecto, ya que se ha propuesto fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, las mismas que permiten determinar el desarrollo y crecimiento turístico sea notable, puesto que por parte del GAD del cantón existe interés sobre el proyecto elaborado. Así mismo dentro del aspecto legal de la conformación de la operadora turística se considera importante mantener actualizada la normativa legal y a si mismo dar el cumplimiento ordenado de la misma para permitir un funcionamiento y cumplimiento adecuado al momento de iniciar las funciones del emprendimiento propuesto y evitar sanciones por incumplimientos de la normativa vigente.

## Recomendaciones

Para el presente proyecto de investigación se propone establecer las siguientes recomendaciones:

- Se considera importante establecer procedimientos aceptables al momento de realizar la selección del personal que constituirá el equipo de trabajo de la operadora turística, basado en el organigrama funcional.
- Es necesario implementar políticas de buenas prácticas sostenibles dentro de los emprendimientos de carácter turístico, las mismas que permitan mejorar los procesos de los emprendimientos.
- Puesto que la innovación y mejoras dentro de los procesos brindan oportunidades para que las empresas crezcan, se recomienda mantener una capacitación constante del personal, para que trabaje de forma concatenada en pro de mejorar la calidad del servicio que se oferta.
- Implementar una gran variedad de servicios, los cuales permitan al cliente una mejor opción y varias alternativas, las cuales cumplan con sus necesidades y de este modo puedan satisfacerlas.
- Diseñar estrategias de negocios que permitan extender y aumentar las ventas requeridas, de tal modo que se pueda implementar convenios con empresas que faciliten la difusión de los servicios que se ofertan, fomentando así la creación de alianzas fomentando el crecimiento y mayor alcance aumentando el espectro de difusión.
- Una vez puesto en marcha el proyecto es de suma importancia implementar una campaña publicitaria que permita llegar a más clientes, y de este modo se cumpla con las ventas establecidas y de este modo la operadora turística se reconocida por si sola y cumpla con la visión planteada.
- Brindar un seguimiento oportuno de los procesos de la cadena de valor que existen dentro de la empresa, ya que dependiendo del punto de adquisición del servicio se debe proporcionar soluciones que no afecten la rentabilidad de la empresa, puesto que se debe analizar de manera oportuna las políticas de cancelación.
- Cabe acotar que la información propuesta dentro del análisis sirve como base para desarrollar futuros proyectos lo cual brinde un desarrollo oportuno

y adecuado del sector y de la industria turística, especialmente fomentando el turismo local.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Editorial Trillas. 114pp. En: <http://104.207.147.154:8080/handle/54000/1177>. Fecha de consulta: 22 abril 2021.
- Alvear, J. (s.a). *Turismo local en Ecuador: descubre las raíces de este maravilloso país*. Wanderbus Ecuador. En: <https://www.wanderbusecuador.com/es/turismo-local-en-ecuador/>. Fecha de consulta: 28 abril 2021.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica*. Editorial: EDITORIAL EPISTEME, C.A. En: [https://www.researchgate.net/publication/301894369\\_EL\\_PROYECTO\\_DE\\_INVESTIGACION\\_6a\\_EDICION](https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION). Fecha de consulta: 03 julio 2021.
- Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador (OPTUR). (2017). *Acerca de Optur*. En: <http://optur.org/acerca-de-optur/>. Fecha de consulta: 29 abril 2021.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Editorial McGRAW-HILL. En: [https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion\\_de\\_Proyectos\\_6ta\\_ed\\_Gabriel\\_Baca\\_Urbina](https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion_de_Proyectos_6ta_ed_Gabriel_Baca_Urbina). Fecha de consulta: 19 junio 2021.
- Banco Central del Ecuador. (2021). Boletín de Prensa. LA ECONOMÍA ECUATORIANA CRECIÓ 4,2% EN 2021, SUPERANDO LAS PREVISIONES DE CRECIMIENTO MÁS RECIENTES. En: [https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1482-la-economia-ecuatoriana-crecio-4-2-en-2021-superando-las-previsiones-de-crecimiento-mas-recientes#:~:text=El%20Producto%20Interno%20Bruto%20\(PIB,super%C3](https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1482-la-economia-ecuatoriana-crecio-4-2-en-2021-superando-las-previsiones-de-crecimiento-mas-recientes#:~:text=El%20Producto%20Interno%20Bruto%20(PIB,super%C3)

%B3%20el%20per%C3%ADodo%20de%20prepandemia. Fecha de consulta: 02 febrero 2021.

Calambrogio, P., y Nuñez, R. (2016). Plan de Negocio de una Agencia Turística enfocada al desarrollo turístico de la ciudad de Negritos y del balneario El Ñuro. Universidad de Piura. Perú. Recuperado de: [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2580/AE\\_281.pdf?sequence=1&isAllowed=y](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2580/AE_281.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Coba, G. (6 de Junio de 2022). *La inflación llegó a 3,38% en mayo de 2022, según el INEC.* Primicias. Recuperado de: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/inflacion-mayo-ecuador-inec-precios/>

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Ecuador. Lexis. 13 pp. En: <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>. Fecha de consulta: 21 junio 2021.

Del Corral, V.; Sucoshañay, D.; Álvarez, L. & Castro, P. (2017). *La actividad ecoturística y su incidencia en la conservación ambiental del Jardín Botánico Las Orquídeas del sector Los Ángeles de Puyo, Pastaza, Ecuador.* Vol. 13 (129-137). Revista Interamericana de Ambiente y Turismo. En: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v13n2/0718-235X-riat-13-02-00129.pdf>. Fecha de consulta: 19 abril 2021.

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cayambe (GADIP). (2018). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible e Innovación del Cantón Cayambe 2017 – 2022.* En: <https://cayambeturismo.gob.ec/wp-content/uploads/2019/PlanEstrat%C3%A9gico2018.pdf>. Fecha de consulta: 29 abril 2021.

Gurría, M. (1991). *Introducción al Turismo.* Editorial Trillas. En: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-Manuel-G.-Di-Bella-PDF.pdf>. Fecha de consulta: 19 junio 2021.

Hernández, S.; Fernández, C.; & Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México, DF:McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. En: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>. Fecha de consulta: 03 julio 2021.

Instituto de Investigaciones Científicas y Tecnológicas. (2018). *Dominio y Líneas de Investigación. Universidad Iberoamericana del Ecuador*. En: [https://bfeb42e9-a2ec-4ccf-946e-a82dcfd80548.filesusr.com/ugd/560ecf\\_9e2350221f6c449781b082c0affbdd8d.pdf](https://bfeb42e9-a2ec-4ccf-946e-a82dcfd80548.filesusr.com/ugd/560ecf_9e2350221f6c449781b082c0affbdd8d.pdf). Fecha de consulta: 03 mayo 2021.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), anual 2021*. Boletín Técnico

N° 05-2022-ENEMDU. En: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Anual-2021/Bolet%C3%ADn%20t%C3%A9cnico%20anual%20enero-diciembre%202021.pdf>. Fecha de consulta: 11 enero 2022.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2021). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo 2021(ENEMDU)*. Indicadores de Pobreza y Desigualdad Junio, 2021. En: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2021/Junio-2021/202106\\_PobrezayDesigualdad.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2021/Junio-2021/202106_PobrezayDesigualdad.pdf). Fecha de consulta: 12 enero 2022.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *Informe Ejecutivo de las Canastas Analíticas: Básica y Vital Junio, 2022*. En: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/canastas/Canastas\\_2022/Junio-2022/1.%20Informe\\_Ejecutivo\\_Canastas\\_Analiticas\\_jun\\_2022.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/canastas/Canastas_2022/Junio-2022/1.%20Informe_Ejecutivo_Canastas_Analiticas_jun_2022.pdf). Fecha de consulta: 20 junio 2022.

Luna, A. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México D.F, México: Grupo Editorial Patria. En: <https://elibro.net/es/ereader/unibe/40472>. Fecha de consulta: 19 junio 2021.



- Ley de Emprendimiento. (2020). Registro Oficial No. 151 de 28 de febrero 2020. Republica del Ecuador. Recuperado de: [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf)
- Ley de Compañías. (2014). Registro Oficial 312 de 05-nov-1999. República del Ecuador. En: [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf). Fecha de consulta: 22 junio 2021.
- Martínez, D. (2007). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. Madrid, Spain: Ediciones Díaz de Santos. 381 pp. En: <https://elibro.net/es/ereader/unibe/53118?page=28>. Fecha de la consulta: 14 junio 2021.
- Mete, M. (2014). Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *Fides Et Ratio*, 7, 67-85. <https://hdl.handle.net/11537/27853>
- Ministerio de Turismo. (2011). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. Decreto Ejecutivo 3400, Registro Oficial 726 de 17-dic-2002, Última modificación: 16-sep-2011. Ministerio de Turismo del Ecuador. En: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TURISTICAS.pdf>. Fecha de la consulta: 08 abril 2021.
- Ministerio de Turismo. (2016). *Reglamento de Operación e Intermediación Turística*. Acuerdo Ministerial 21, Registro Oficial 783 de 24-jun-2016. Ministerio de Turismo del Ecuador. En: [https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Registro-establecimientos-turisticos/Agencias-viajes/Lexis\\_REGLAMENTO\\_DE\\_OPERACION\\_E\\_INTERMEDIACION\\_TURISTICA.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Registro-establecimientos-turisticos/Agencias-viajes/Lexis_REGLAMENTO_DE_OPERACION_E_INTERMEDIACION_TURISTICA.pdf). Fecha de consulta: 19 abril 2021.
- Ministerio de Turismo. (2021). *Plan Estratégico Institucional 2019-2021*. En: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/plan-estrategico-institucional.pdf>. Fecha de consulta: 10 enero 2022.

- Monroy, M. & Sanchezllanes, N. (2018). *Metodología de la investigación*. México, D.F, Grupo Editorial Éxodo. En: <https://elibro.net/es/ereader/unibe/172512>. Fecha de consulta: 03 julio 2021.
- Morales, M. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística, en El Cantón General Villamil Playas dedicada a la oferta y promoción de sus potencialidades turísticas*. Trabajo de titulación. Universidad de Guayaquil. 121pp. En: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11206/1/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD.pdf>. Fecha de consulta: 18 mayo 2021.
- Organización Mundial de Turismo (OMT). (2008). *Glosario de Términos de Turismo*. En: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=El%20turismo%20es%20un%20fen%C3%B3meno,personales%20C%20profesionales%20o%20de%20negocios>. Fecha de la consulta: 15 abril 2021.
- Oviedo, H. & Campo, A. (2005). *Metodología de investigación y lectura crítica de estudios. Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. Metodología de investigación y lectura crítica de estudios Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach*. Vol. 34 no 4. Bogotá, Revista Colombiana de Psiquiatría.
- Pérez, J. (2016). *Operaciones y gestión de empresas turísticas: teoría y práctica*. Editorial Universidad de Almería. En: <https://elibro.net/es/ereader/unibe/44556?page=66>. Fecha de consulta: 25 abril 2021.
- Prieto, J. (2013). *Investigación de mercados* (2a. ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. En: <https://elibro.net/es/ereader/unibe/69269>. Fecha de consulta: 19 junio 2021.
- Quiñonez, B. (2015). *Análisis de factibilidad para la creación de una operadora turística de los deportes extremos en el cantón Bucay, provincia del Guayas*. Trabajo de titulación. Universidad de Guayaquil. 138pp. En: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8391/2/TESIS%20Byron%20Qui%C3%B1onez.pdf>. Fecha de consulta: 11 mayo 2021.

Reglamento de Operación e Intermediación Turística. (2016). Acuerdo Ministerial 21, Registro Oficial 783 de 24-jun-2016. En: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/Reglamento-de-Operacion-e-Intermediacion-Turistica.pdf>. Fecha de consulta: 24 junio 2021.

Salazar, C. & Del Castillo, S. (2018). FUNDAMENTOS BÁSICOS DE ESTADÍSTICA. 224pp. En: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/13720/3/Fundamentos%20B%C3%A1sicos%20de%20Estad%C3%ADstica-Libro.pdf>. Fecha de consulta: 22 julio 2021.

Tulcanaza, A. (2020). *Plan de Negocios para la creación de un campamento turístico en la cascada de Guadir, cantón Montufar, provincia del Carchi*. Trabajo de titulación. Universidad Iberoamericana del Ecuador. Quito. 105pp. En: <http://repositorio.unibe.edu.ec/bitstream/handle/123456789/348/TULCANAZA%20DELGADO%20ALISON%20MICHELLE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Fecha de consulta: 11 mayo 2021.

Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Editorial: Nathan Associates Inc. En: [http://www.crecemype.pe/1\\_crecer/docs/plan%20de%20negocios.pdf](http://www.crecemype.pe/1_crecer/docs/plan%20de%20negocios.pdf). Fecha de consulta: 03 junio 2021.

Zorita, E. (2015). Plan de negocio. Madrid. ESIC. 262pp. En: <https://elibro.net/es/ereader/unibe/119675>. Fecha de consulta: 15 de marzo 2021.

## ANEXOS

### Anexo1. Encuesta

**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR**

---



#### **CUESTIONARIO DIRIGIDO A VISITANTES DEL CANTÓN CAYAMBE.**

La encuesta que se presenta a continuación, tiene el objetivo de: Identificar cuál es la situación actual del cantón Cayambe referente a la creación de una operadora turística, mediante un estudio de mercado el cual determine las preferencias y necesidades de los turistas. Dentro del trabajo de titulación denominado “Plan de negocios para la creación de una operadora turística en el cantón Cayambe provincia de pichincha año 2021.”

La información que usted proporcione se mantiene con carácter de anónima y confidencial, por lo tanto, será utilizada con fines académicos.

Se agradece de antemano, su tiempo y colaboración.

Instrucciones:

**1. Edad:**

18-30 ----- 31-45 ----- 46-60 ----- Mayor de 60 -----

**2. Género:**

Masculino ----- Femenino ----- Lgbti -----

**3. ¿Cuál es su nivel de ingresos?**

Menos de 500 dólares ----- Más de 500 dólares ----- Más de 1000 dólares -----

**4. Ocupación**

Estudiante ----- Empleado público ----- Empleado privado ----- Subempleado por horas ----

Jubilado -----

**5. Estado civil**

Soltero/a ----- Casado/a ----- Divorciado/a ----- Viudo/a -----

Unión libre -----

**6. Procedencia**

Ecuatoriano – Cayambeño ---- Residente – Cayambeño ---- Ecuatoriano - No Cayambeño ---- Residente - No Cayambeño ---- Otro: ----

**7. ¿Con que frecuencia usted realiza actividades turísticas?**

Semanalmente ----- Mensualmente ----- Trimestralmente ----- Anualmente -----

**8. ¿Le gustaría conocer turísticamente el cantón Cayambe?**

Sí ----- No -----

**9. ¿De cuántos días ha sido su permanencia en el cantón Cayambe?**

1 a 3 días ----- 4 a 7 días ----- más de 7 días ----- vive en Cayambe -----

**10. ¿Considera usted que el cantón Cayambe deba contar con los servicios de una operadora turística?**

Sí ----- No -----

**11. ¿Cuál es la principal motivación que normalmente lo lleva a viajar?**

Salud ----- Educación ----- Diversión ----- Trabajo ----- Descanso ----

**12. ¿Con quién realiza sus viajes?**

Solo ----- Pareja ----- Familia ----- Amigos -----

**13. ¿Cuáles serían los motivos por los cuales usted contrataría los servicios de una operadora turística?**

Marque con una X el grado de preferencia que usted considera, con base a la siguiente escala:

PP: Poca Preferencia MF: Mediana Preferencia MYF: Muy Preferida

<b>Alternativas</b>	<b>Poca Preferencia</b>	<b>Mediana Preferencia</b>	<b>Muy Preferida</b>
Seguridad			
Servicio personalizado			
Experiencias nuevas			
Organización del tour con servicios de alojamiento, alimentación, transporte, entretenimiento.			
Amplio contenido patrimonial (información).			
Servicio de guianza			

**14. ¿Cuándo usted decide viajar cuánto gasta diariamente en promedio por persona?**

Menos de 25 dólares ----- De 26 a 50 dólares ----- De 51 a 75 dólares -----

De 76 a 100 dólares ----- Más de 100 dólares -----

**15. ¿Qué tipos de turismo le gusta practicar?**

Marque con una X el grado de preferencia que usted considera, con base a la siguiente escala:

PP: Poca Preferencia MF: Mediana Preferencia MYF: Muy Preferida

<b>Alternativas</b>	<b>Poca Preferencia</b>	<b>Mediana Preferencia</b>	<b>Muy Preferida</b>
Turismo ecológico			
Turismo comunitario			
Turismo de salud			
Turismo religioso			
Turismo de aventura			
Turismo de sol y playa			
Turismo científico o educativo			

### 16. ¿Qué actividades le gustaría realizar?

Marque con una X el grado de preferencia que usted considera, con base a la siguiente escala:

PP: Poca Preferencia MF: Mediana Preferencia MYF: Muy Preferida

<b>Alternativas</b>	<b>Poca Preferencia</b>	<b>Mediana Preferencia</b>	<b>Muy Preferida</b>
Visitar sitios históricos/culturales			
Observación de flora y fauna			
Observación y participación de festividades			
Degustación de comida típica			
Caminatas por la naturaleza			
Montar a caballo			
Deportes de aventura			
Visitar lagos, cascadas, ríos			
Conocer costumbres y tradiciones			
Caminatas y peregrinaciones			
Ascensión a las montañas			
Recorridos a fincas agrícolas			

**17. ¿Qué servicios le gustaría que brinde la operadora turística?**

Marque con una X el grado de preferencia que usted considera, con base a la siguiente escala:

PP: Poca Preferencia MF: Mediana Preferencia MYF: Muy Preferida

<b>Alternativas</b>	<b>Poca Preferencia</b>	<b>Mediana Preferencia</b>	<b>Muy Preferida</b>
Venta de tickets aéreos			
Reservas hoteleras			
Alojamiento			
Transporte			
Guianza			
Animación Turística			
Restauración			
Entretenimiento			

**18. ¿Sobre cuál de las siguientes agencias u operadoras de turismo usted tiene conocimiento?**

Runa Tupari ----- Guagua Tours ----- Cayambe Travel -----

Operadora de Turismo Suárez & Suárez Cayambe ----- Drop Zone Travel -----

No tengo conocimiento de ninguna -----

**19. ¿Con cuál de las siguientes operadoras ha contratado servicios anteriormente?**

Runa Tupari ----- Guagua Tours ----- Cayambe Travel -----

Operadora de Turismo Suárez & Suárez Cayambe ----- Drop Zone Travel -----

Ninguna de las anteriores -----

Gracias por su colaboración.



## Anexo. 2 Validación Juicio de Expertos

### JUICIO DE EXPERTO

#### INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.	X			

Pertinencia de las variables con los indicadores.	X			
Desarrollo de la operacionalización.	X			
Relevancia del contenido.		X		
Factibilidad de aplicación.		X		

Apreciación cualitativa: \_\_\_\_\_

Observaciones: \_\_\_\_\_

Validado por: Mg. Stefania Jácome

Profesión: Magister en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales

Cargo que desempeña: Docente Carrera de Turismo

Firma:



Fecha: 26 de noviembre de 2021

## JUICIO DE EXPERTO

### INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores.	X			

Desarrollo de la operacionalización.	X			
Relevancia del contenido.		X		
Factibilidad de aplicación.	X			

### Apreciación cualitativa:

Falta mencionar otras alternativas en las opciones de respuesta del cuestionario.

### Observaciones:

Ver mejoras sugeridas por pregunta.

### Apreciación cualitativa:

Las preguntas son claras y van relacionadas al objetivo de la investigación.

### Observaciones:

Revisar las correcciones marcadas.

**Validado por:** Mgst. Sofía Villacís

**Profesión:** Magister en Turismo Internacional

**Cargo que desempeña:** Docente Carrera de Turismo

**Firma:** \_\_\_\_\_

**Fecha:** 01.12.2021

## JUICIO DE EXPERTO

### INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores.	X			
Desarrollo de la operacionalización.	X			
Relevancia del contenido.	X			
Factibilidad de aplicación.	X			

### Apreciación cualitativa:

---

---

---

### Observaciones:

---

---

---

### Apreciación cualitativa:

### Observaciones:

Validado por: PHD JESUS GOMEZ  
Profesión: DOCTOR EN CIENCIAS HUMANAS  
Cargo que desempeña: DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN  
Fecha: 13-12-2021

Firma:

