



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD: PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

Título:

**Plan de Negocio para la creación de una Agencia Operadora
de Turismo en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Magíster en

Administración de Empresas.

Autor:

Villacrés Guilcaso Darwin Rodrigo

Tutor:

Ramírez Jiménez Santiago Fernando MBA.

LATACUNGA –ECUADOR

2020

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Plan de Negocio para la creación de una Agencia Operadora de Turismo en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi” presentado por Villacrés Guilcaso Darwin Rodrigo, para optar por el Título Magister en Administración de Empresas.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal de Lectores que se designe.

Latacunga, Agosto del 2020

.....
Santiago Fernando Ramírez Jiménez MBA.
C.C: 1713065405

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación: Plan de Negocio para la creación de una Agencia Operadora de Turismo en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, previo a la obtención del Título de Magister en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Latacunga, Agosto del 2020

.....
Eliana Nathalie Palma Corrales Mg.C. /PhD MBA.
CC: 050303235-1
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
Angelita Azucena Falconi Tapia Mg.C/PhD. MSc.
CC: 050203767-4
LECTOR 2

.....
Mónica Patricia Salazar Tapia Mg.C/PhD. MSc.
CC: 050213819-1
LECTOR 3

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de emprendimiento a mis padres que; con su ejemplo, esfuerzo y dedicación me apoyan en cada etapa de mi vida.

A mi familia por el apoyo incondicional para ser cada día mejor profesional y persona.

Darwin Rodrigo Villacrés

AGRADECIMIENTO

A mi tutor, Ing. Santiago Fernando Ramírez Jiménez MBA., por su orientación, guía en el desarrollo del presente Plan de Negocio.

A mis profesores, quienes me compartieron sus conocimientos, experiencias en cada uno de sus campos profesionales.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi, por la oportunidad de prepararme académicamente y adquirir nuevas herramientas de trabajo en el campo empresarial.

Darwin Rodrigo Villacrés

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de titulación.

Latacunga, Agosto del 2020

.....
Ing. Darwin Rodrigo Villacrés Guilcaso
C.C: 0502372394

RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, Agosto del 2020

.....
Ing. Darwin Rodrigo Villacrés Guilcaso
C.C: 0502372394

AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: Plan de Negocio para la creación de una Agencia Operadora de Turismo en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi, contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, Agosto del 2020

.....
Eliana Nathalie Palma Corrales Mg.C. /PhD MBA.
C.C: 050303235-1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO: Plan de Negocios para la creación de una Agencia Operadora de Turismo en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi.

Author:

Villacrés Guilcaso Darwin Rodrigo

Tutor:

Ramírez Jiménez Santiago Fernando MBA.

RESUMEN

El presente proyecto de emprendimiento tiene como base el aprovechamiento de las potencialidades turísticas que tiene el cantón Pujilí para la implementación de una Operadora de Turismo con base en el desarrollo de un Plan de Negocio. Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó el método científico, en el cual se tuvo un proceso secuencial para el desarrollo del mismo, se empezó con la identificación del problema de investigación, la metodología, el instrumento a utilizar y sus los resultados para desarrollar el Plan de Negocio y el proceso de validación con la aprobación de expertos y usuarios con los métodos adecuados. El capítulo uno responde al primer objetivo, el mismo se basó en una revisión bibliográfica sobre la temática. El capítulo dos responde al segundo objetivo; en el cual se desarrolló el Plan de Negocio con base en un modelo de negocios, identificando los elementos esenciales para el desarrollo del mismo, como son: Descripción de Clientes; Análisis de la demanda; Modelo de ingresos; Modelo de gastos; Indicadores económicos, Recursos claves; Gestión de Talento Humano; Función y competencias de empleados; Disponibilidad de materiales e insumos requeridos; Análisis de la competencia; los canales de distribución y la identificación de la Inversión; Ventajas competitivas; Posición competitiva; la Identificación del precio; la inversión, la investigación del mercado, la gestión en marketing. El Capítulo tres responde al tercer objetivo; que es la validación de expertos y usuarios al Plan de Negocio propuesto y; se finaliza el presente trabajo con las conclusiones y recomendaciones para su implementación.

PALABRAS CLAVE: Plan; Negocio; Plan de Negocio; Turismo; Agencia; Operadora; Pujilí; Atractivos turísticos.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCIÓN DE POSGRADO**

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITLE: Business Plan for the creation of a Tourism Operating Agency in the Pujilí canton, Cotopaxi province.

Autor:

Villacrés Guilcaso Darwin Rodrigo

Tutor:

Ramírez Jiménez Santiago Fernando MBA.

ABSTRACT

This project is based on the use of tourist potential of Pujilí canton for a Tourism Operator implementation based on Business Development Plan. For the development of this work, the scientific method was used, in which there was a sequential process for its development, it began with the identification of research problem, the methodology, the instrument to be used and its results to develop the Business Plan and the process validation with experts and users' approval with appropriate methods. Chapter one responds to the first objective, based on a bibliographic review on the subject. Chapter two responds to the second objective; in which the Business Plan was developed based on a business model, identifying essential elements for its development, such as: Description of Customers; Analysis of demand; Income model; Expense model; Economic indicators, Key resources; Human Talent Management; Role and competencies of employees; Availability of required materials and supplies; Competitor analysis; distribution channels and identification of the Investment; Competitive advantages; Competitive position; Identification of the price; investment, market research, marketing management. Chapter three responds to the third objective; which is the validation of experts and users of the proposed Business Plan and; The present work is finished with conclusions and recommendations for its implementation.

KEY WORDS: Business plan; Tourism; Agency; Operator; Pujilí Tourist attractive.

Yo, Edison Marcelo Pacheco Pruna con cédula de identidad número: 0502617350 Licenciado/a en: Ciencias De La Educación Mención Ingles con número de registro de la SENESCYT: 1020-12-1169234; **CERTIFICO** haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: Plan de Negocio para la creación de una Agencia Operadora de Turismo en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi de: Darwin Rodrigo Villacrés Guilcaso, aspirante a magister en Administración de Empresas.

.....
Edison Marcelo Pacheco Pruna Lcdo. / MSc.
0502617350

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN TRIBUNAL	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA	v
RENUNCIA DE DERECHOS.....	vi
AVAL DEL VEEDOR	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	8
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	8
1.1 Antecedentes Investigativos.....	8
1.2 Fundamentación epistemológica.....	9
1.3 Fundamentación teórica – conceptual.....	10
1.4 Fundamentación del estado del arte	22
1.5 Conclusiones Capítulo I.....	24
CAPÍTULO II.....	26
2. PROPUESTA.....	26
2.1 Resumen ejecutivo	26
2.2 Diagnóstico del entorno turístico del cantón Pujilí	27
2.3 Direccionamiento Estratégico	31
2.3.1 Misión	32
2.3.2 Visión.....	32
2.3.3 Políticas de la empresa.....	32
2.3.4 Valores corporativos	32
2.4 Business Model- Modelo de Negocio.....	33
2.4.1 Descripción de Clientes	34
2.4.2 Análisis de la demanda	34
2.4.3 Análisis económico y financiero.....	38
2.4.4 Modelo de ingresos	38
2.4.5 Modelo de gastos	39

2.4.6	Indicadores Económicos	41
2.4.7	Recursos claves	43
2.4.8	Gestión de Talento Humano	43
2.4.9	Función y competencias de empleados	44
2.4.10	Disponibilidad de materiales e insumos requeridos	49
2.4.11	Análisis de la competencia.....	50
2.4.12	Canales/ Distribución	51
2.5	Inversión	52
2.6	Ventaja competitiva	53
2.7	Posición competitiva	55
2.8	Pricing.....	56
2.9	Estrategias de ingreso.....	58
2.10	Mercado	58
2.11	Interpretación de la matriz de FODA cruzado	60
2.11.1	Macrovariables económicas	60
2.11.2	Microvariables económicas.....	62
2.12	Management y Operaciones.....	63
2.12.1	Socios clave	63
2.12.2	Actividades clave	64
2.12.3	Propuesta de valor.....	65
2.12.4	Tipo de relación con el cliente	65
2.13	Gestión de Marketing.....	66
2.13.1	Producto	66
2.13.2	Distribución.....	69
2.13.3	Promoción	70
2.13.4	Precio	72
2.14	Cronograma.....	73
2.15	Conclusiones Capítulo II.....	74
CAPÍTULO III.....		75
3.	VALIDACION DE LA PROPUESTA	75
3.1	Evaluación de expertos	75
3.2	Evaluación de usuarios	79
3.3	Evaluación de resultados.....	80
3.4	Resultados esperados de la propuesta	80

3.5 Conclusiones Capítulo III	81
Conclusiones Generales	82
Recomendaciones	83
Referencias Bibliográficas	84
Anexos	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	5
Tabla 2	7
Tabla 3	38
Tabla 4	39
Tabla 5	40
Tabla 6	40
Tabla 7	41
Tabla 8	42
Tabla 9	42
Tabla 10	44
Tabla 11	49
Tabla 12	50
Tabla 13	51
Tabla 14	52
Tabla 15	57
Tabla 16	59
Tabla 17	60
Tabla 18	64
Tabla 19	66
Tabla 20	72
Tabla 21	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	33
Figura 2	35
Figura 3	36
Figura 4	37
Figura 5	37
Figura 6	56
Figura 7	67
Figura 8	67
Figura 9	69
Figura 10	70
Figura 11	71
Figura 12	71
Figura 13	72

INTRODUCCIÓN

La presente investigación realizada para la titulación en el programa de Maestría en Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Cotopaxi se enmarca en la línea de investigación de la administración y economía para el desarrollo social en apoyo de la sublínea de emprendimiento, con la creación de una agencia operadora de turismo en el cantón Pujilí, es un emprendimiento que permitirá aportar al cambio de la matriz productiva que propone el gobierno, esto contribuirá un desarrollo sostenible de los involucrados en la investigación y por ende a la economía del sector y dando a conocer el potencial turístico que tiene el cantón Pujilí, siempre enmarcado en las leyes y reglamentos que rigen en el Ecuador.

La descripción de la **problemática** de esta investigación toma como referencia al desarrollo turístico a nivel mundial, ya que se mantiene en un crecimiento constante cada año convirtiéndose en fuente de ingreso de divisas para sus países, “con respecto a los ingresos derivados del turismo internacional éstos crecieron un 2,0% en 2016, logrando al alcanzar la cifra de 1.226 billones de dólares, ocupando los tres primeros lugares por ingreso, Estados Unidos, España y Tailandia” (Ministerio de Turismo [MINTUR], 2018).

En el 2017 “se registraron 1.326 millones de llegadas internacionales en todo el mundo (...)” Según la (Organización Mundial del Turismo [OMT-UNWT], 2018, pág. 4). Es por ello que “países como Estados Unidos, China, Rusia, Brasil, entre otros han aumentado su gasto turístico en miles de millones de dólares, lo que demuestra un aumento de la demanda de turismo a nivel internacional” (MINTUR, 2018).

Las perspectivas para América Latina son promisorias. La Organización Mundial de Turismo y el Fondo Monetario Internacional proyectan que la región tendrá un crecimiento significativo en las llegadas de turistas del mundo; los destinos de Sudamérica se han identificado como oportunidades de mercado. (MINTUR, 2007).

El Ecuador es un país que tiene potencial natural y cultural que no está siendo aprovechado en su totalidad por las agencias de viaje, a pesar que el gobierno nacional ha creado políticas de turismo, programas de desarrollo sostenible que promuevan el desarrollo turístico del país generando divisas en consecuencia de esto “el turismo aporta con un ingreso de US\$ 492,2 millones se ubica en el séptimo lugar en el sector productivo del país” (MINTUR, 2007).

Por otra parte la participación del turismo en la economía Ecuatoriana representa el 4,4% del Producto Interno Bruto (PIB) y es uno de los principales sectores productivos del país. No obstante todavía no alcanza una participación acorde al contexto mundial, que es el 10,9% del PIB. (MINTUR, 2007).

De acuerdo con datos preliminares “en el 2018 llegaron al país 2’427.660 millones de extranjeros”_(Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2019). El motivo de viaje lo realizan por vacaciones, recreo u ocio el 58,9%, visitar a familiares o amigos un 18%, negocios 17,1%, educación y formación 3%, otros motivos personales 2,8%, eventos religiosos, peregrinaciones, voluntariado 2,2%. Alrededor de 1 de cada 20 empleos son generados en industrias turísticas, ubicándose estas entre las 5 industrias económicas de mayor contribución al empleo nacional” (MINTUR, 2018).

Las personas que llegan al país son principalmente de Estados Unidos con 28.051, España 7.625, Canadá 4.050, Alemania 2.830, Francia 2.166, el medio de transporte utilizado para su llegada al Ecuador es vía aérea: 91.539 personas, terrestre 95.161, marítima 3.403, fluvial 263. (MINTUR, 2020).

Los segmentos de mercado objetivo principales para el 2019 se dividen en cuatro: El primero es el mercado de familias modernas, donde las familias uniparentales cada vez son más comunes, los negocios han desarrollado servicios direccionados a este tipo de familias, ofreciéndoles paquetes que se ajusten a las necesidades de padres que viajan solos junto a sus hijos, el segundo

segmento se refiere a negocios (negocios + placer), en donde cerca de un 60% de los viajeros con motivo de negocio realizan actividades de ocio en el destino visitado, el tercero es el de los turistas que viajan solos, cuyo segmento de turistas son mujeres y Baby Boomers que son aquellas personas nacidas entre 1941 y 1960, sigue una tendencia creciente.

Debido a la creciente demanda de turistas que llegan a la provincia de Cotopaxi, “El Parque Nacional Cotopaxi (PNC) recibió a 233.181 visitantes en el año 2018, de los cuales 175.311 fueron nacionales y 57.870 fueron extranjeros. En el ranking de visita el PNC se ubicó en el segundo lugar a nivel nacional” (Ministerio del Ambiente [MAE], 2018).

El Quilotoa es una laguna de origen volcánico, que brinda a los visitantes la oportunidad de conocer áreas naturales, conservar la biodiversidad natural del sector, con paisajes únicos que permitirá mejorar la experiencia de los visitantes, es el mayor símbolo natural del cantón, forma parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas, en el escenario del Manejo Sostenible del Ecosistema (SEM) se asume que el número de turistas se incrementa a razón de 0,11% mensual este porcentaje refleja la tasa de crecimiento desde el año 2011, llegando a recibir a 119.795 turistas en el año 2018 (MAE, 2019).

Por lo tanto, hay que brindarle mayor importancia al turismo en el Ecuador, ya que a futuro el turismo se convertirá en una actividad más rentable, lo que permitirá obtener más ingresos económicos, crear más fuentes de trabajo y así contribuir al desarrollo del país.

La provincia de Cotopaxi cuenta con una variedad de sitios turísticos, tales como: Áreas naturales protegidas, lagunas, ríos, cascadas, paisajes, santuarios, volcanes; lo que le permite a la provincia tener al turismo como una opción de desarrollo.

Mediante la investigación se **formula el problema** de manera interrogativa: ¿De qué manera la agencia operadora de turismo ayudará a la promoción de los atractivos turísticos del cantón Pujilí?

Dentro del estudio, el **objetivo general** es realizar el plan de negocio para la creación de una agencia operadora de turismo en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi, para alcanzar este objetivo se plantean 4 **objetivos específicos**: Realizar la fundamentación teórica sobre turismo, agencias operadoras de turismo y planes de negocios; Realizar un diagnóstico situacional del entorno investigativo que determine qué capacidad de desarrollo turístico que tiene la zona; Identificar la estrategia de la empresa, análisis del mercado, estudio técnico, económico y financiero; Validar el Plan de Negocio con expertos con base en métodos de validación.

Para alcanzar los objetivos de la investigación se definen varias tareas, las mismas se mencionan a continuación:

Tabla 1
Sistema de tareas en relación a los objetivos específicos

Objetivo	Actividad (tareas)
1. Realizar la fundamentación teórica sobre turismo, agencias operadoras de turismo y planes de negocios.	1.1 Revisar la bibliografía disponible sobre la temática: textos, revistas científicas, fuentes secundarias.
2. Realizar un diagnóstico situacional del entorno investigativo que determine qué capacidad de desarrollo turístico tiene la zona.	2.1 Diagnosticar el sector turístico de la zona. 2.2 Identificar los ámbitos: ambiental, social, cultural. 2.3 Identificar la superestructura e infraestructura turística. 2.4 Indagar los atractivos turísticos de la zona.
3. Identificar la estrategia de la empresa, análisis del mercado, estudio técnico, económico y financiero.	3.1 Determinar la estrategia de la agencia operadora de turismo. 3.2 Analizar el mercado: Oferta, demanda, y clientes. 3.3 Realizar el estudio técnico, económico y financiero para la implementación de la agencia operadora de turismo.
4. Validar el Plan de Negocio con expertos con base en métodos de validación.	4.1 Aplicar instrumentos de validación con expertos.

Elaborado por: Darwin Villacrés

El turismo en la actualidad crece cada año, como se observa en los datos mencionados anteriormente y al no existir una operadora de turismo en la ciudad de Pujilí, se **justifica** y resulta oportuno crear una agencia operadora de turismo que sea consciente, con responsabilidad empresarial, que mejore los ingresos económicos promocióne el turismo; de esta manera disminuirá el desempleo, la pobreza, creando fuentes de trabajo, impulsando el emprendimiento.

Por lo tanto, se plantea la creación de una agencia operadora de turismo que permita cubrir las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros, brindando

un servicio de calidad, maximizando su tiempo, organizando sus itinerarios ya sea en pasajes, transporte, comida, sin que tengan que viajar a otras ciudades o provincias, en consecuencia de esto se ofrecerá servicios nuevos, innovadores, seguros, aprovechando los recursos naturales que posee el cantón.

También permitirá ofrecer nuevos servicios en lo que se refiere a: viajes, paquetes turísticos, tomando en cuenta su gastronomía, cultura, religión, es por eso que se realizará el plan de negocio para la creación de una operadora turística, los resultados que se obtendrá podrá servir a empresas turísticas, emprendedores que quieran incursionar el turismo.

Con base en la problemática descrita y a la inexistencia de una operadora turística que permita promocionar los atractivos turísticos que posee el Cantón Pujilí, se considera necesario su creación.

Dentro de la **metodología**, en la investigación se empleó el paradigma positivista, por consiguiente el **enfoque** utilizado fue cuantitativo, por las características que se señala a continuación:

La aplicación de técnicas cuantitativas permitió conocer la demanda y las apreciaciones de los involucrados en esta investigación, que son los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la Laguna del Quilotoa.

Para la ejecución de la investigación se utilizó las siguientes **modalidades de investigación**: Investigación **Bibliográfica o Documental** se apoyó en la lectura, análisis, estudios de documentos científicos publicados como tesis de grado, libros, publicaciones en internet, para la conceptualización del turismo y las agencias turísticas. Además, se realizó investigación de campo que permitió la recolección y registro ordenado datos primarios referentes a la demanda turística, mediante la encuesta.

Para la ejecución del presente proyecto se utilizó el **tipo de investigación**, la investigación **exploratoria** que permitió estar en contacto con la realidad que atraviesa las empresas en el sector turístico, obteniendo datos que nos sirvieron para plantear el problema, al mismo tiempo permitió seleccionar la metodología que se utilizó en la investigación. La investigación fue de **tipo descriptiva**, ya que se la utilizó al momento de detallar los resultados de la oferta y demanda de la actividad turística en el cantón Pujilí, la **técnica** para la recopilación de datos fue la **encuesta** y el **instrumento** un **cuestionario** dirigido a turistas nacionales y extranjeros.

La **población** de estudio del presente Plan de Negocio son los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la Laguna del Quilotoa en el año 2018, siendo un número de 119.795 (MAE 2018), con la aplicación de la fórmula para el cálculo de la muestra dio como resultado 659 encuestas.

A continuación, se menciona las **técnicas** que se utilizará en la investigación:

Tabla 2

Técnicas a utilizar en la investigación

Tipos de información	Técnicas de investigación	Instrumentos para la recolección de información
1. Información secundaria	1.1 Lectura científica	1.1.1 Tesis de grado, artículos científicos, boletines estadísticos, revistas científicas, libros.
2. Información primaria	2.1 Encuesta	2.1.1 Cuestionario

Elaborado por: Darwin Villacrés

CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Antecedentes Investigativos

En la consulta realizada de diferentes bibliografías, se presenta a continuación los siguientes antecedentes investigativos. Según, (Terán, 2018) el Plan de Negocio para la creación de una agencia operadora de turismo en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura, en su Tesis de Maestría en Turismo, de la Universidad Tecnológica Israel. Quito-Ecuador, menciona que es fundamental realizar el estudio de mercado fundamentándose en consultas bibliográficas.

Con el fin de proponer estrategias de negocio para una operadora turística, el plan se basa en el desarrollo de productos especializados en geo turismo y riqueza cultural, enfocado a mercados objetivos internos e internacionales, juntamente a una filosofía empresarial que permite la competitividad en términos de calidad, precio y conservación ambiental, el posicionamiento de la empresa depende de la promoción y publicidad por lo que se aprovechar los medios digitales para llegar al cliente potencial.

Como mencionan, (Bonnet, Surco, & Delgado, 2018) señala que se debe realizar la ingeniería del proyecto para determinar la información básica para el diseño de los servicios turísticos (restaurant - centro de interpretación) y desarrollo de las especificaciones de los mismos.

Se debe realizar la proyección de la demanda basados en segmentos específicos del mercado, tomando en cuenta que el proyecto va dirigido a las agencias de viaje tour operadoras que tienen alta demanda mayor a mil viajeros al año, llegando a la conclusión de que el proyecto es factible mediante el cálculo del VAN y la TIR, se recomienda hacer una evaluación directa a los consumidores finales, con la intención de conocer sus gustos y preferencias, esta evaluación se debe realizar en temporada alta para mejores resultados.

1.2 Fundamentación epistemológica

Se inicia con la fundamentación legal que; la ejecución de la presente investigación se fundamenta en la Constitución de la República, la Ley y el Reglamento de Turismo del Ecuador que se encuentra vigente, según (Constitución de la República del Ecuador, 2008) en sus artículos 3, 15,16, y 280, menciona que el estado es el ente regulador en el desarrollo nacional, distribuyendo la riqueza equitativamente para alcanzar el buen vivir de los ciudadanos. El Ministerio de Turismo es el encargado de la planificación, control, promoción de las actividades turísticas que se desarrollan dentro del país que conjuntamente con el estado mediante el plan nacional de desarrollo, ejecutan programas, proyectos en beneficio del turismo del país en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados permitiendo el cambio de la matriz productiva.

La ley de turismo permite desarrollar un marco legal del sector turístico del país por lo tanto (Ley de Turismo, 2002) establece en los artículos 8,10 que los establecimientos turísticos deben obtener el registro de funcionamiento de turismo, este permiso tiene una duración de un año los mismos que serán emitidos por los entes competentes sean estos Gobiernos Municipales, Provinciales y el Ministerio de Turismo.

Los servicios que brindan las agencias de viajes y las operadoras de turismo están reguladas según (Reglamento general de actividades turísticas, 2011):

Art.89.- Servicios de agencias operadoras: Todos los servicios prestados por las agencias operadoras, de acuerdo a las atribuciones de su clasificación, pueden ser ofertados y vendidos directamente, tanto nacional como internacionalmente.

Art.141.- Deberán registrarse como tales en el Ministerio de Turismo, obtener la licencia anual de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos en otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Ministerio de Turismo y otros instructivos administrativos.

Art.143.- Solicitud para el caso de agencias de viajes: En el caso de agencias de viajes, a más de los documentos previstos en el artículo anterior, deberá presentar lo siguiente: Para agencias de viajes operadoras, el equivalente a ocho mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda.

1.3 Fundamentación teórica – conceptual

1.3.1 Administración

Para (Chiavenato, 2001) “La palabra administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el empleo de los recursos organizacionales para conseguir determinados objetivos con eficiencia y eficacia” (pag.3).

La administración es un proceso que nos permite maximizar los recursos de la empresa, que conjuntamente con el marketing permite gestionar con eficiencia, aplicando técnicas, estrategias, las mismas que permitirán a las empresas ser más competitivas en el mercado.

1.3.1.1 Administración Turística

Según (Maldonado Alcántara, 2016) define la administración turística como la forma de manejar los recursos naturales y/o artificiales de un lugar de manera óptima dando un equilibrio y cuidado de los mismos, lo cual proporciona un bienestar económico a los involucrados, como son trabajadores y empresarios, además que los visitantes como recompensa el conocimiento del lugar que se visita, es una interpretación muy acogida para los fines de administración y gestión turística.

1.3.2 Gestión turística

La gestión turística se desarrolla mediante proyectos turísticos, esto permite que se tenga claro la planificación, organización, control de los elementos del sistema de turismo mejorando el desarrollo de una ciudad (A, J, & Sevilla, 2005)

La gestión turística es un proceso que permite obtener una visión completa de los recursos naturales y culturales que conjuntamente con la planificación, organización, control y dirección permite gestionar con eficiencia las empresas de turismo.

1.3.3 Turismo

La organización mundial del turismo define que “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 2018)

El turismo desde una perspectiva económica se define como las actividades realizadas por los visitantes; Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios, salud, educación u otro motivo

personal) que no sea la de ejercer una actividad remunerada para una entidad residente en el país o lugar visitado. Los viajes realizados por los visitantes se consideran viajes turísticos. (MINTUR, 2017)

Como puede observarse, el turismo es una actividad económica, que permite a las personas, nacionales o extranjeras realizar actividades turísticas dentro o fuera de su país de origen, sean estas de negocios, placer, diversión, deporte entre otras, en un período no mayor a un año estas actividades no deben ser remuneradas por ser actividades que se realizan fuera del trabajo cotidiano, con la finalidad de mejorar las condiciones de vida de las personas.

1.3.4 El sistema turístico

El turismo en su contexto general es muy extenso debido a que tiene varios elementos que lo conforman y que al unirse forman un sistema, los mismos que siguen el mismo fin. Existen seis elementos que conforman el sistema del turismo como: Los atractivos turísticos, la súper estructura, la infraestructura, el servicio, la demanda y la comunidad receptora (Molina, 2005).

Para esta investigación se utiliza la conceptualización del sistema turístico según (OMT, 2018):

- La demanda: Formada por el conjunto de consumidores –o posibles consumidores– de bienes y servicios turísticos.
- La oferta: Compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.
- El espacio geográfico: Base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.

- Los operadores del mercado: Son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo. (p.47)

El sistema turístico contiene cuatro elementos fundamentales que nos permite un mejor funcionamiento del turismo, dentro del sistema nos permite determinar el servicio que se ofrecerá en un determinado lugar mediante un intermediario.

1.3.5 Clases de Turismo

Diferentes autores clasifican al turismo de acuerdo a su criterio siempre y cuando se maneje un turismo consiente, con responsabilidad, que esté al alcance de todos. A continuación las diferentes clasificaciones de turismo:

Según el sentido del viaje se habla de:

- **Turismo emisor:** Es el que realizan los residentes de un país cuando salen fuera de él (outbound)
- **Turismo receptor:** Es el que realizan los no residentes en un país cuando llegan a él (inbound, incoming)
- **Turismo interno:** Es el que realizan los residentes de un país cuando viajan dentro de él (domestic)

Estos tres tipos pueden combinarse entre sí y nos dan tres tipos más: La suma de turismo emisor más el turismo receptor constituye el turismo internacional. La suma del turismo emisor y el interno resulta el turismo nacional. (Navarro D. , 2015)

1.3.5.1 Otra clasificación de turismo

- **Por la actitud del viajero:** Turismo activo o pasivo
- **Por el tiempo empleado para el desplazamiento o la estancia:** Turismo de estancias o residencial y turismo itinerante
- **Por la renta del viajero:** Turismo de élite, de masas y social
- **Por el motivo:** Turismo religioso, sol y playa, negocios. (Navarro D. , 2015).

1.3.5.2 Tipos de turismo

- **Agroturismo:** Es la modalidad turística, que prestan las personas que pertenecen al sector agrícola y ganadera estos servicios turísticos, pueden ser de alojamiento, comida aprovechando el entorno que existen en sus comunidades, según Gonzales, como se citó en (Ludeña, 2016)
- **Turismo Rural:** Es una actividad turística que se lo realiza fuera de la zona urbana de las ciudades, poniendo en contacto a los turistas con el campo, con las tradiciones y costumbres y la hospitalidad de las personas que habitan el sector rural, contribuyendo a una economía sustentable, así lo manifiesta Gonzales como se citó en (Ludeña, 2016) El objetivo fundamental es el descanso y relajación a través de la realización de actividades sencillas, comunes de interpelación con la gente y disfrute del paisaje.
- **Turismo de Naturaleza:** Son actividades que se realizan en zonas naturales protegidas, sean estos paisajes, plantas silvestres por lo general acuden a estos sitios a estudiar las diferentes especies que posee este lugar.
- **Ecoturismo:** El ecoturismo, según (Reyna, 2011) Es un nuevo movimiento conservativo basado en la industria turística, que se define como viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el

bienestar de la comunidad local (...) Busca la educación y esparcimiento mediante la observación y estudio de los valores del lugar, y su desarrollo debe generar recursos para su preservación y para la comunidad.

En consecuencia, el ecoturismo es un turismo especializado que conlleva a la sustentabilidad de las comunidades, incentivando al esparcimiento y la educación del turista mediante la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales de la localidad.

- ***Turismo de aventura:*** El turismo de aventura permite experimentar nuevas emociones, experiencia con cada una de las actividades como rafting, rappel, poniendo así al límite sus emociones es por eso que: El turismo de aventura hace referencia a los viajes realizados por los turistas en busca de actividades generalmente (pero no necesariamente) orientadas a la práctica de ejercicios físicos según (MINTUR, 2007)

El turismo de aventura son actividades de riesgo físico que realizan las personas con el fin de poner al límite su cuerpo, llenos de emociones, adrenalina y retos.

- ***Turismo deportivo:*** El turismo deportivo es la práctica de los deportes competitivos ya sea en forma activa o pasiva, viajando temporalmente fuera de su sitio habitual, así lo menciona (MINTUR, 2007)

Por lo tanto, la práctica del turismo deportivo es por competición deportiva de las personas, independientemente del lugar que se lo realiza, por lo general las personas buscan estos eventos que sean fuera de su residencia.

- ***Turismo comunitario:*** Al turismo comunitario se refiere la CCONDEM como se citó en (Ludeña, 2016): Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados con la participación consensuada de sus miembros,

garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados.

De acuerdo con lo mencionado se puede mencionar que el turismo comunitario se basa en la participación coordinada de los miembros de las diferentes comunidades con los turistas con el objetivo de garantizar el manejo adecuado de los recursos naturales con los que cuentan en su territorio.

- ***Turismo de sol y playa:*** Según Blasco citado por el (MINTUR, 2007). El turismo de sol y de playa se practica en el sector costero en donde existan playas, con la finalidad de divertirse con la arena, sol y así tener un relax fuera de la rutina diaria.

En consecuencia, el turismo es un mercado para los turistas del sector urbano quienes acuden a las playas en busca de relax, debido a sus intensas labores que realizan en sus trabajos, con el fin de divertirse, relajarse y disfrutar del sol.

- ***Turismo cultural:*** El turismo cultural se basa en sus recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos esto significa el turista va a adquirir conocimiento de la historia de cada uno de los sitios que posee cada ciudad Raguero afirma en (MINTUR, 2007).

El turismo cultural tiene acogida por parte de investigadores personas que les interesa el estudio del pasado y presente de las culturas, habitantes, fiestas ancestrales de un lugar determinado lo que le permite sumergirse en las historias que sucedieron en el entorno que lo rodea.

- ***Turismo de congresos y convenciones:*** Es el conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales. Este mercado en su variante

grupales, incluye numerosos segmentos y productos relacionados con la organización de reuniones y negocios con diferentes propósitos y magnitudes, a saber: Convenciones, congresos, exposiciones, ferias, viajes de incentivo. (Yarto, 2007).

1.3.6 Empresa

Fernández define en (Gallardo-Gallardo) a la empresa como “una organización que persigue obtener beneficios proporcionando bienes (productos o servicios) que demanda el mercado.”(p. 2).

La empresa es una institución en donde se produce bienes, servicios con el fin de satisfacer las necesidades de las personas a cambio de una retribución económica.

1.3.6.1 Empresa Turística

La empresa turística es la institución encargada en la intermediación de los viajes de las personas fuera o dentro de su localidad estos servicios pueden ser de alojamiento, transporte, diversión, trabajo.

1.3.6.2 Agencia de viajes

Las agencias de viajes toman importancia al no existir información sobre los sitios turísticos existentes en los países, que permita la unión entre la oferta y la demanda y así cubrir las necesidades de los turistas al momento de viajar a un determinado destino, Según (Reyna, 2011) “Nace como resultado de la falta de información y organización que existía en el pasado para realizar el desplazamiento turístico, referidas tanto al traslado como a la estancia en los espacios temporales de destino”p1).

La agencia de viajes, según (Navarro A. , 2013)“Empresa turística se dedicada a la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios,

elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes p2).”

Por lo tanto, las agencias de viajes son empresas especialistas en planificar, organizar todo en lo que se refiere a viajes, tours, sirviendo como intermediarios entre la oferta y la demanda ya sea estos en servicios como; hospedaje, alimentación, entretenimiento entre otros.

1.3.6.3 Clasificación de agencias de viajes

Existe una variedad de criterios para clasificar al turismo; de acuerdo a la naturaleza de sus ventas pueden ser: Agencias mayoristas, minoristas - mayoristas y de publicidad, de acuerdo a la actividad que realizan son: Agencias emisoras, receptoras y emisora – receptiva, de acuerdo al producto o mercado son: Producto y mercado, cada una de ellas tienen sus propias funciones, actividades, se clasifican de acuerdo al país en las que se son reguladas de acuerdo a sus leyes y reglamentos, “las agencias de viajes se clasifican, en razón del ámbito y extensión de sus actividades, en: Mayoristas; Internacionales; y Operadoras” (Reglamento General de la Actividades Turísticas, 2011, pág. 21).

1.3.6.4 Agencias de viajes mayoristas

Cuenta con una organización especializada y según su volumen de operación llegan a tener sucursales. Tiene actividades mixtas ya que puede lograr actividades de organizador de viajes así como promotor de viajes organizados por una tour operadora. Obtiene a través de los prestadores de servicio tarifas reducidas que las normales y al combinarla con otros elementos forman un producto integrado o paquete (Sonora, 2014, pág. 35).

1.3.6.5 Agencias de viajes internacionales

Según el (Reglamento General de la Actividades Turísticas, 2011) identifica a las agencias de viaje internacionales y a las agencias de viaje operadoras así:

Son agencias de viajes internacionales las que comercializan el producto de las agencias mayoristas, vendiéndolo directamente al usuario; o bien proyectan, elaboran, organizan o venden toda clase de servicios y paquetes turísticos, directamente al usuario o comercializan, tanto local como internacionalmente, el producto de las agencias operadoras. Estas agencias no pueden ofrecer ni vender productos que se desarrollen en el exterior a otras agencias de viajes dentro del territorio nacional.

1.3.6.6 Agencias de viajes operadoras

Son agencias de viajes operadoras las que elaboran, organizan, operan y venden ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.

Operadora Turística. Según (Pannoso, 2012), “Se entiende como los responsables de planeación, elaboración, marketing, reservación e incluso, operación de los paquetes turísticos, los que venden al consumidor final de manera directa o a través de una red de canales de distribución”.

En consecuencia en el país existe una variedad de agencias de viajes, cada una tiene sus funciones específicas con base en el turismo sustentable, lo que le permite aprovechar el potencial turístico que tiene el país, incrementando flujo de turistas nacionales o extranjeros en las diferentes ciudades, cada agencia tiene su particularidad así en el caso de las agencias mayoristas no ofrecen sus servicios directamente al usuario mientras que las agencias de viaje operadoras venden sus servicios directamente a los turistas, organizan sus propias paquetes turísticos, con sus propios equipos o subcontratados.

1.3.6.7 Actividades de las agencias de viajes

Las actividades de las agencias de viajes según el Reglamento General de Actividades Turísticas son:

- La mediación en la reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transportes locales o internacionales.
- La reserva, adquisición y venta de alojamiento y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas protegidas en el país y en el exterior
- La organización, promoción y venta de los denominados paquetes turísticos, entendiéndose como tales el conjunto de servicios turísticos (manutención, transporte, alojamiento, etc.), ajustado o proyectado a solicitud del cliente, a un precio preestablecido, para ser operados dentro y fuera del territorio nacional
- La prestación e intermediación de servicios de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y fluvial a los viajeros dentro y fuera del territorio nacional.
- El alquiler y flete de aviones, barcos, autobuses, trenes y otros medios de transporte para la prestación de servicios turísticos.
- La actuación como representante de otras agencias de viajes y turismo nacionales o extranjeros, en otros domicilios diferentes al de la sede principal de la representada, para la venta de productos turísticos.
- La tramitación y asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios.
- La entrega de información turística y difusión de material de propaganda.
- La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística.
- El alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo y especializado.
- La intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones.

- La intermediación en el despacho de carga y equipaje por cualquier medio de transporte.

Como puede observarse las agencias de viajes tienen diferentes actividades, todas estas están dirigidas a la intermediación, a informar, organizar, promocionar, asesorar sobre un lugar turístico determinado, permitiéndole escoger una variedad de opciones al turista de acuerdo a sus necesidades ya sea dentro o fuera del país de origen, cada actividad debe ser cumplida de acuerdo a las leyes que posee cada país, así se garantizará la calidad del servicio en donde las partes sean las ganadoras.

1.3.7 El Plan de Negocio

Antes de iniciar un negocio es importante la planificación y organización, lo que permitirá establecer acciones futuras en la empresa, para alcanzar sus metas, objetivos por lo tanto, el plan de negocio es:

Una herramienta de planificación operativa, válida tanto para una gran empresa o para una empresa asociativa rural con diferente nivel de desarrollo (pre-empresarial, en proceso de desarrollo, o en proceso de consolidación), la cual permite evaluar a profundidad las oportunidades de negocio identificadas por la organización, y elaborar un plan operativo detallado para su implementación. (Alfredo, Umaña;María, Gottret;Claudio, Mojica, 2011)

1.3.8 Descripción del cantón Pujilí

El cantón Pujilí se encuentra en la provincia de Cotopaxi, “tiene una población de 69.055 habitantes” según el (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010).

Se encuentra a 2.870 metros sobre el nivel del mar, la temperatura varía entre los 8 y 23 ° C. a 10 Km. de Latacunga, sus límites: Al Norte con Saquisilí y Sigchos, al Sur con Salcedo y la provincia de Tungurahua, al Este con Latacunga y al Oeste con Pangua y La Maná.

Está formado por su cabecera cantonal que es la parroquia urbana Pujilí y por las seis parroquias rurales: Angamarca, Guangaje, La Victoria, Pilaló, Tingo - La Esperanza y Zumbahua de acuerdo al (Gobierno Autónomo Decentralizado Municipal del Cantón Pujilí, 2010).

El nombre de Pujilí se conserva del Ayllu de Puxilí correspondiente a épocas prehistóricas y que se lo conoce hasta el momento, constituye la raíz de culturas ancestrales asentadas en ese territorio. El Ayllu de Pujilí estuvo habitado por el que ahora se conoce como “pueblo Panzaleo”, cuyas actividades principales fueron la agricultura, alfarería, domesticación y cría de ganado. La producción agrícola básicamente estaba constituida por cereales y frutos. El territorio de Pujilí se caracterizaba por ser boscoso y de clima templado.

1.4 Fundamentación del estado del arte

1.4.1 Economía colaborativa: Un nuevo mercado para la economía social

Según (Sánchez, 2016) afirma que “economía colaborativa” se hace referencia, por regla general, a los nuevos sistemas de producción y consumo de bienes y servicios surgidos a principios de este siglo gracias a las posibilidades ofrecidas por los avances de la tecnología de la información para intercambiar y compartir dichos bienes y/o servicios, que permiten reducir las asimetrías informativas y los costes de transacción que afectan a dichas actividades, a la vez que permiten incrementar la escala en que se llevan a cabo y realizarlas de forma diferente a la tradicional. Define en concreto que el modelo de negocio de economía colaborativa ante el que se pueda encontrar, viene determinado por la actividad que desarrolle la plataforma en cuestión en lo que se refiere a la provisión o prestación de bienes o servicios. De esta manera, los avances tecnológicos del presente siglo facilitan la comercialización de diferentes productos y servicios en esta globalización.

1.4.1.1 Hacia una economía colaborativa «responsable»

Afirma (Cañigüeral, 2016) que “la economía colaborativa está demostrando ser eficiente desde un punto de vista de gestión del negocio, a la vez que ofrece oportunidades de intercambio de valor a los ciudadanos y reduce la huella ecológica en muchos casos.” Se considera que desde un punto de vista de gestión empresarial, el modelo de negocio basado en coordinar recursos distribuidos (plataformas o network orchestrators) orienta a utilizar estas alternativas para la el crecimiento de las organizaciones y negocios alrededor del mundo con una gestión descentralizada de recursos.

La economía colaborativa se estructura en la creación de espacios de encuentro (digitales en su mayoría) donde la gente con necesidades/intereses comunes realiza intercambio de valor (mediante plataformas que permiten comprar, vender, alquilar, prestar, intercambiar, hacer trueque o regalar) y/o colabora para un objetivo común (comunidades). Por ello, al utilizar tecnologías de la información es un aporte a la confianza entre vendedores y clientes y aporta a la reducción de gastos a lo que se refiere transacciones y logística en el giro de negocio.

1.4.1.2 La economía colaborativa. Una aproximación al turismo colaborativo en España

(Rodríguez, 2016) expresa que la actualmente denominada economía colaborativa, como modelo económico y social en el que los agentes comparten, de manera temporal, activos, bienes y servicios, en muchos casos infrautilizados, a cambio de dinero o de otros servicios, utilizando plataformas on line, está creciendo de manera imparable y se está introduciendo en sectores tradicionales como la producción de bienes y la prestación de servicios profesionales y financieros y, muy especialmente, en el sector turismo, en concreto en los subsectores de alojamiento y de transporte.

Para que exista este modelo de economía colaborativa se debe contar elementos como: Plataformas on line, uso temporal, relaciones consumidor a consumidor o,

intercambio de bienes y servicios. En este sentido, se observa claramente que la economía colaborativa se aplica a diferentes sectores económicos como el sector financiero, las medianas y pequeñas empresas, servicios profesionales empresas turísticas y otros en general, al surgir nuevos negocios quienes están al frente de los mismos identifican la importancia de la economía colaborativa en esta dinámica de los negocios.

1.4.1.3 Turismo de co-creación, valor añadido en escenarios turísticos

(Binkhorst, 2008) Manifiesta la perspectiva sobre el turismo en la economía de la experiencia basada en el principio de co-creación. La perspectiva que concibe el turismo como una red que facilita la inclusión de todo aquello relacionado con la co-creación de experiencias en turismo, dándole un papel primordial al ser humano y no solo como objeto de una actividad económica. Además, es importante identificar que las innovaciones orientadas al producto y en la compañía están siendo sustituidas por lo que se ha pasado a denominar la experiencia de co-creación, un nuevo enfoque que se presenta como un nuevo valor y como el futuro de la innovación en lo que se refiere a productos y servicios turísticos.

1.5 Conclusiones Capítulo I

- El Ecuador es un país con una gran diversidad geográfica, por ello, se presenta la formación de las cuatro regiones naturales: Costa, sierra, amazonía y la región insular, ricas en reservas naturales en todo el espacio ecuatoriano, con una gran biodiversidad como la flora y fauna; que cuenta con una amplia riqueza natural cultural como su gente, cultura, gastronomía, volcanes, lagunas, montañas, una arquitectura colonial, distribuidas en todo el territorio nacional llena de tradiciones, esto hace que se convierta en un destino turístico apetecido por los turistas extranjeros y nacionales que buscan lugares únicos y donde realizar actividades únicas.

- Con la revisión bibliográfica se puede observar que la realización del Plan de Negocio es una oportunidad de emprender, ya que el turismo crece cada año a nivel mundial y nacional, es uno de los sectores productivos del país que el gobierno está impulsando el sector turístico mediante planes de desarrollo nacional y local, la diversidad natural y cultural del cantón, es un escenario propicio para que se desarrolle la actividad turística, pese a ello, no se han aprovechado los atractivos existentes debido a la falta de oferta, el entorno empresarial que le corresponde a la agencia operadora y a la no existencia una operadora de turismo en el centro de Pujilí siendo importante el emprendimiento.
- Con el avance tecnológico los negocios van cambiando, en la actualidad existen nuevas tendencias de los negocios, las empresas antes elaboraban un determinado producto o servicio y lo ofrecían al mercado directamente; en la actualidad las personas son tomadas en cuenta para la elaboración de los productos siendo ellos los co-creadores de sus productos de acuerdo a sus necesidades, mediante una economía colaborativa que está presente en la actualidad.

CAPÍTULO II

2. PROPUESTA

2.1 Resumen ejecutivo

La Operadora de Turismo “El Camino del Danzante Tours” desarrolla su Plan de Negocio con base en un modelo de negocios, en el cual se identifican los elementos esenciales para el desarrollo del mismo, como son los siguientes: Descripción de Clientes; Análisis de la demanda; Modelo de ingresos; Modelo de gastos; Recursos claves; Gestión de Talento Humano; Función y competencias de empleados; Disponibilidad de materiales e insumos requeridos; Análisis de la competencia; los canales de distribución y la identificación de la Inversión; Ventajas competitivas; Posición competitiva; la Identificación del precio; la Inversión y la investigación del mercado. Todos estos elementos íntimamente relacionados para la identificación del negocio y adicionalmente identificados los pilares estratégicos necesarias como la Misión y Visión.

Además, se desarrolló la gestión de marketing con la identificación del producto, la plaza, el precio y la promoción del mismo con el diseño del logotipo, el slogan, los colores corporativos, hasta el desarrollo de papelería base como tarjetas de presentación y hojas membretadas.

El presente Plan de Negocio de la Operadora de Turismo “El Camino del Danzante Tours” realiza su análisis económico con un modelo de ingreso, modelo de gastos, el flujo de caja y sus indicadores económicos. La inversión inicial es de \$4.000,00 para cubrir los requerimientos para su implementación. Finalmente, se calcularon los indicadores económicos (VAN, TIR, TMAR) para identificar la

viabilidad del proyecto, estos tres indicadores resultaron a favor del mismo, determinando que el proyecto es viable.

2.2 Diagnóstico del entorno turístico del cantón Pujilí

El cantón Pujilí se encuentra ubicado al occidente de la provincia de Cotopaxi, a 2.961 metros sobre el nivel del mar; La temperatura varía entre los 8 a 23 C°; se encuentra a 10 Km. de Latacunga (capital de la provincia) y su extensión territorial es de 1.289 kilómetros cuadrados.

Al Norte limita con los cantones de Saquisilí y Sigchos, al Sur con Salcedo y la provincia de Tungurahua, al Este con Latacunga al Oeste con el Cantón La Maná; y al suroeste con el Cantón Pangua.

El cantón Pujilí está conformado por 7 parroquias: Pujilí, Angamarca, Guangaje, Zumbahua, Pilaló, La Victoria y; El Tingo - La Esperanza.

Según el censo del año 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, la población total del Cantón Pujilí, es de 69.055 habitantes, quienes 36.319 son mujeres, y 32.736, hombres.

El cantón Pujilí, en la actualidad es una ciudad que está creciendo poblacionalmente en la parte urbana, debido a la migración de la gente ya sea de sus parroquias, como de otras ciudades del país, esto hace que exista mayor construcción en cuanto a vivienda, supermercados, plantaciones y otros; lo que permite el crecimiento de la ciudad, esto ha producido un impacto ambiental en los bosques que posee el cantón y sus alrededores, en parte se ha logrado mitigar este impacto con la creación de un parque ecológico, siembra de árboles endémicos de la zona en el cerro Sinchaguasín.

Al mismo tiempo, existen empresas que han confiado en la economía del sector, están funcionando en la actualidad empresas del sector florícola, corporación: La

Favorita (Akí), Tiendas Industriales Asociadas Tía S.A. (Tía SA), lo que permite generar fuentes de trabajo, ingresos económicos para la población mejorando sus condiciones de vida.

La carretera Latacunga – Pujilí- La Maná se encuentra asfaltada en su totalidad y existe frecuencia diaria de transportes, las cooperativas que prestan el servicio de transporte son: Cooperativa Pujilí, Cooperativa 14 de Octubre, Cooperativa Vivero entre las principales.

Los servicios básicos en gran parte está en la zona urbana como: Agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, teléfono.

El clima de Pujilí es frío en el páramo, templado en el sector urbano y cálido en el sub trópico, por lo que posee una diversidad de flora y fauna.

Parte de sus habitantes se dedican al cultivo de la tierra, crianza de animales, tanto hombres como mujeres ejercen un trabajo profesional dentro y fuera del cantón.

La gastronomía es variada debido a su pluriculturalidad, se encuentran platos típicos como: El hornado con tortillas echas de papa, el mote con fritada y maduro, las morcillas que son hechas de los intestinos del cerdo rellenas de arroz, col y especias, el caldo de gallina criolla, el cuy asado, tortillas de maíz a base de la harina de maíz y el dulce del penco, el chaguarmishque es una bebida dulce que se saca de la cabuya mezclado con cebada pelada estos platos se lo puede encontrar por lo general en las ferias de los días miércoles y domingos que tiene el cantón.

El turismo en el Cantón Pujilí cuenta con atractivos turísticos importantes en cada una de sus parroquias como:

Parroquia la Victoria

La producción de alfarería:

Se encuentra ubicada a 10 Km de Latacunga y a 3 Km de Pujilí, es considerada la capital alfarera de la provincia de Cotopaxi, en donde los artesanos demuestran sus habilidades en la elaboración de tejas vidriadas, juguetes de barro, macetas con una variedad de diseños y vistosos colores esto permite que sus habitantes demuestren su cultura.

Existen dos fiestas tradicionales en las que se da exhibición y comercialización de estos trabajos, estas son: Fiestas de la Cerámica, en días de carnaval, así como el festival “Cántaro de Oro” que se realiza en el mes de enero. Los talleres pueden ser visitados permanentemente cualquier día de la semana por quienes deseen observar los procesos de producción (Gobierno Autónomo Decentralizado Municipal del Cantón Pujilí, 2010).

Parroquia Urbana de Pujilí

La fiesta del Corpus Cristi o El Danzante:

Es una fiesta religiosa que se celebra cada año en el mes de Junio en agradecimiento de la cosecha del maíz, su actor principal es el Danzante, el cual va bailando por las principales calles de la ciudad en compañía del prioste, tamboneros (persona que toca el tambor autóctono, pingulleros, (persona que toca el pingullo, es un instrumento autóctono tipo flauta) y las bandas de pueblo.

El Santuario del Divino Niño: Se lo llama Manuelito de Isinche, donde la imagen representa a Jesús infante, atrae a fieles religiosos extranjeros y de la localidad, el santuario está ubicada en el barrio Isinche a 5 Km del centro Pujilí, la mayor afluencia al santuario son los meses de noviembre y diciembre, donde llegan las personas a agradecer por los milagros y favores recibidos durante el año por el niño al cual se lo atribuye los milagros.

Parroquia Zumbahua

La Laguna del Quilotoa: Se formó luego de varias erupciones que pasó el volcán Quilotoa, está situada a 42 km de Pujilí, en la parroquia Chucchilan, Zumbahua,

se puede llegar por la vía Latacunga – La Maná, en la laguna se puede encontrar una variedad de vegetación de la zona, el color de su agua es verde esmeralda, que dependiendo de la hora del día cambia de color verdoso, se puede llegar al interior de la laguna descendiendo por un camino en el que se encuentra rocas de la erupción del volcán, su diámetro aproximado es de 3Km con una temperatura de 16 grados centígrados.

Parroquia el Tingo-La Esperanza

La Esperanza está situada a 106 Km de Pujilí, tiene una temperatura de 12- 24 grados centígrados, la población se dedica a la producción de la panela y la ganadería. Los sitios turísticos importantes son: Las Minas de Macuchi, El Salado, Cascada Tilipulo, Cascada San Vicente, Chorreras Islas de Puembo, y Cueva de los Murciélagos.

Parroquia Angamarca

Se encuentra a 96Km de Pujilí se encuentra en la división de la costa y la sierra, la población se dedica a la agricultura y crianza de animales en su mayoría, entre los sitios turísticos está: La Cueva de los Tayos (aves nocturnas). El recurso se localiza a una distancia aproximada de 13 km. al Sur-Oeste del centro poblado, en la parte baja de una de las vertientes que alimenta el cauce del río Angamarca. Comprende una cavidad natural originada como el resultado de la obstrucción de una roca de gran tamaño en medio de las paredes laterales de la quebrada, generando un espacio vacío entre la roca y la superficie, sitio en el cual de acuerdo a los pobladores del sector habitan aves nocturnas denominadas “tayos” (Gobierno Autónomo Decentralizado Municipal del Cantón Pujilí, 2010).

Parroquia Pilaló

La Cascada de Arrayán: Comprende una caída de agua situada fuera del centro poblado y rodeada de vegetación subtropical correspondiente al Bosque Húmedo.

La competencia en cuanto al sector turístico tiene el municipio con el apoyo del gobierno mediante el Ministerio de Turismo, sin embargo el gobierno municipal

no le da la debida importancia, no tiene una organización estructural, un acercamiento con sectores productivos que intervienen en el turismo como son: Los hoteles, hostales, medios de transporte, restaurantes, centros de diversión, operadoras turísticas permitiendo que los involucrados realicen esfuerzos individuales para sostenerse en el mercado.

La Laguna del Quilotoa es la que genera el turismo en el cantón, la misma que se da a conocer por medio de las empresas turísticas de otras provincias que incluyen en sus paquetes turísticos la visita al sector, estas empresas al no conocer la variedad de lugares turísticos que existe, hace que Pujilí sea una ciudad de paso sin permitir que los turistas conozcan y visiten la variedad de su cultura, las tradiciones, gastronomía, artesanías, flora y fauna que posee el cantón, esto permite que el sector turístico de Pujilí no se desarrolle y se conozca a nivel nacional e internacional.

El cantón Pujilí posee recursos turísticos identificados y distribuidos a las categorías de sitios naturales y manifestaciones culturales, que en la mayoría de los casos se ven limitados para su aprovechamiento por la infraestructura y facilidades llegando así, muy pocos al nivel de “atractivo”, pero todos ellos con alto potencial y con jerarquía definida de acuerdo al inventario de atractivos turísticos realizado por el Gobierno Provincial de Cotopaxi en el año 2015. (Anexo N°1). Estos recursos cuenta con potencialidades para ser explotados y admirados, con un manejo sustentable de los mismos desarrollando productos turísticos lo suficientemente atractivos tanto para el turista nacional como extranjero.

2.3 Direccionamiento Estratégico

La presente propuesta busca crear una operadora de viajes turísticos denominada “El Camino del Danzante Tours”, que permita dar a conocer su diversidad en sus recursos naturales, sus diferentes manifestaciones culturales a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Pujilí, esto permitirá el impulso del

turismo en la ciudad fomentando la organización y el acercamiento de los sectores involucrados en el sector turístico.

2.3.1 Misión

Somos una organización dedicada a la entrega de tours programados dirigidos a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Pujilí, con estándares de calidad, calidez y la responsabilidad social empresarial.

2.3.2 Visión

Al 2025, la Operadora de Turismo “El Camino del Danzante Tours” será una empresa reconocida en la provincia de Cotopaxi por la innovación, experiencia y calidad en el servicio, calidez y la responsabilidad social empresarial.

2.3.3 Políticas de la empresa

- Brindar servicios de calidad a todos los clientes desde el primer acercamiento con ellos, inclusive en post venta del servicio.
- Entregar a los turistas nacionales y extranjeros atención personalizada al momento de la entrega del servicio.
- Contar con personal profesional y ético para la entrega del servicio.

2.3.4 Valores corporativos

Calidad y calidez.- Los servicios serán prestados con calidad, tanto en el ámbito de profesionales que guiarán a los grupos de turistas como en la calidad de los insumos y productos que incluyen en los tours.

Responsabilidad social empresarial.- Compromiso social y ambiental con las personas que se encuentran en comunidades cercanas a los atractivos turísticos que se desarrollarán los tours. Compromiso con el medio ambiente, su cuidado y conservación. Esto permitirá: Respetar el medio ambiente en lo que más se pueda cualquier tipo de contaminación, minimizando la generación de basura y racionalizando el uso de los recursos naturales, se generara espacios de

comercialización de los artesanos con los turistas permitiendo ingresos económicos a largo plazo para las comunidades, se respetará la autenticidad sociocultural de las comunidades conservando su patrimonio cultural arquitectónico y sus valores tradicionales, se realizará capacitaciones a las comunidades con las que se tiene las alianzas estratégicas sobre atención al cliente, ventas, realizar campañas periódicas de sensibilización para el consumo de artesanías, productos y servicios locales por parte de los turistas, durante el tiempo de su estancia.

2.4 Business Model- Modelo de Negocio

El Modelo de Negocio para la Operadora de Turismo “El Camino del Danzante Tours” se basa en una relación entre elementos estructurales del negocio:

Figura 1
Modelo de Negocios



Elaborado por: Darwin Villacrés

Los elementos que se desglosan del Modelo de Negocios, son los siguientes:

- Descripción de Clientes
- Análisis de la demanda
- Modelo de ingresos
- Modelo de gastos
- Recursos claves
- Gestión de Talento Humano
- Función y competencias de empleados
- Disponibilidad de materiales e insumos requeridos
- Análisis de la competencia
- Canales / Distribución

A continuación, se desarrollan cada uno de los elementos del modelo de negocio para la creación de la Operadora de Turismo “El Camino del Danzante Tours”.

2.4.1 Descripción de Clientes

Para identificar a los clientes se aplicó una encuesta (Ver Anexo N°2) a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Laguna del Quilotoa, en los resultados (Ver Anexo N°3) se identificó el perfil del cliente que prefiere nuestros productos, que es el siguiente:

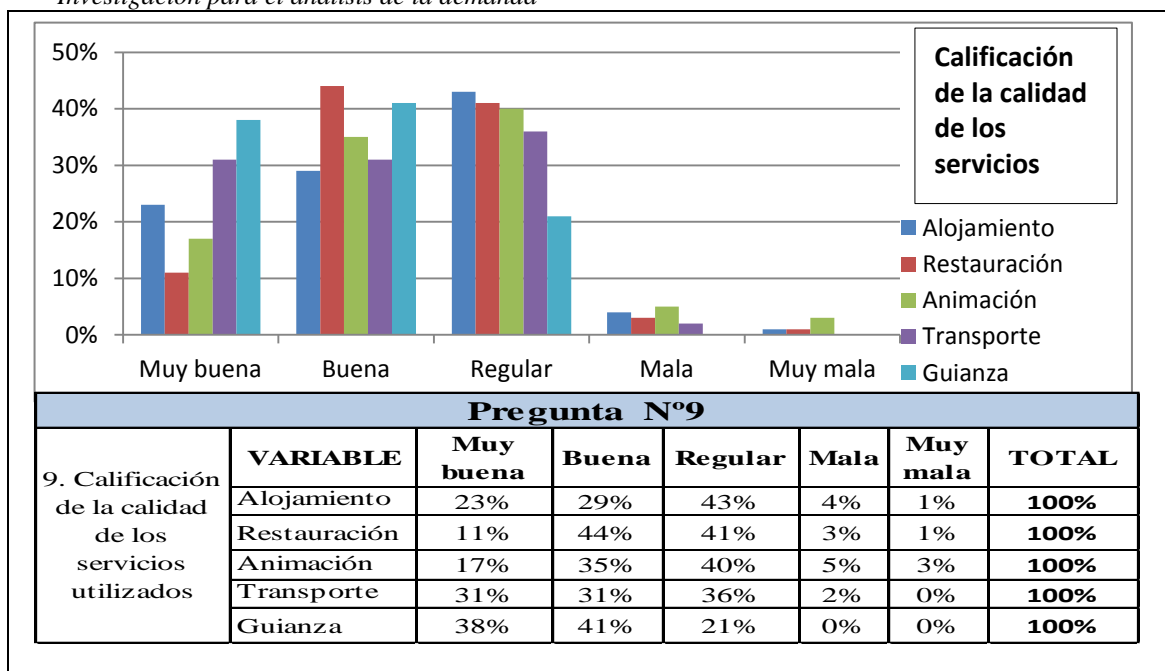
Turista nacional, extranjero, hombre y mujer que su modalidad de viaje lo realiza solo o acompañado, que le gustaría realizar actividades como la visita de diferentes pueblos y culturas, convivir con comunidades del cantón Pujilí, visitar atractivos naturales y realizar actividades de aventura, interesado en adquirir paquetes turísticos y a pagar de \$71 en adelante por día.

2.4.2 Análisis de la demanda

Para analizar la demanda, se aplicó el instrumento investigativo que es la encuesta (Ver Anexo N°2) a los turistas que visitan la Laguna Quilotoa, en base a la muestra de 659 de una población de un total de 119.795 turistas (nacionales y

extranjeros) que han ingresado a la Laguna Quilotoa en el año 2018 (MAE 2018). Esta investigación, arrojó resultados muy importantes (Ver Anexo N°3) para la identificación de la demanda en relación a la calidad de los servicios turísticos utilizados (Alojamiento, restauración, animación, transporte y guianza), identificando que demanda mejoramiento en la calidad del servicio de alojamiento (1% Muy mala, 4% Mala y 43% Regular), en el servicio de restauración (1% Muy mala, 3% Mala y 41% Regular), en el servicio de animación (3% Muy mala, 5% Mala y 40% Regular), en el servicio de transporte (0% Muy mala, 2% Mala y 36% Regular); siendo sólo el servicio de guianza que tiene mejor calidad en relación a los demás, pero no significativa (21% Regular, 41% Buena y 38% Muy buena); determina que los servicios de alojamiento, alimentación, animación, transporte son los que el turista requiere su mejoramiento.

Figura 2
Investigación para el análisis de la demanda

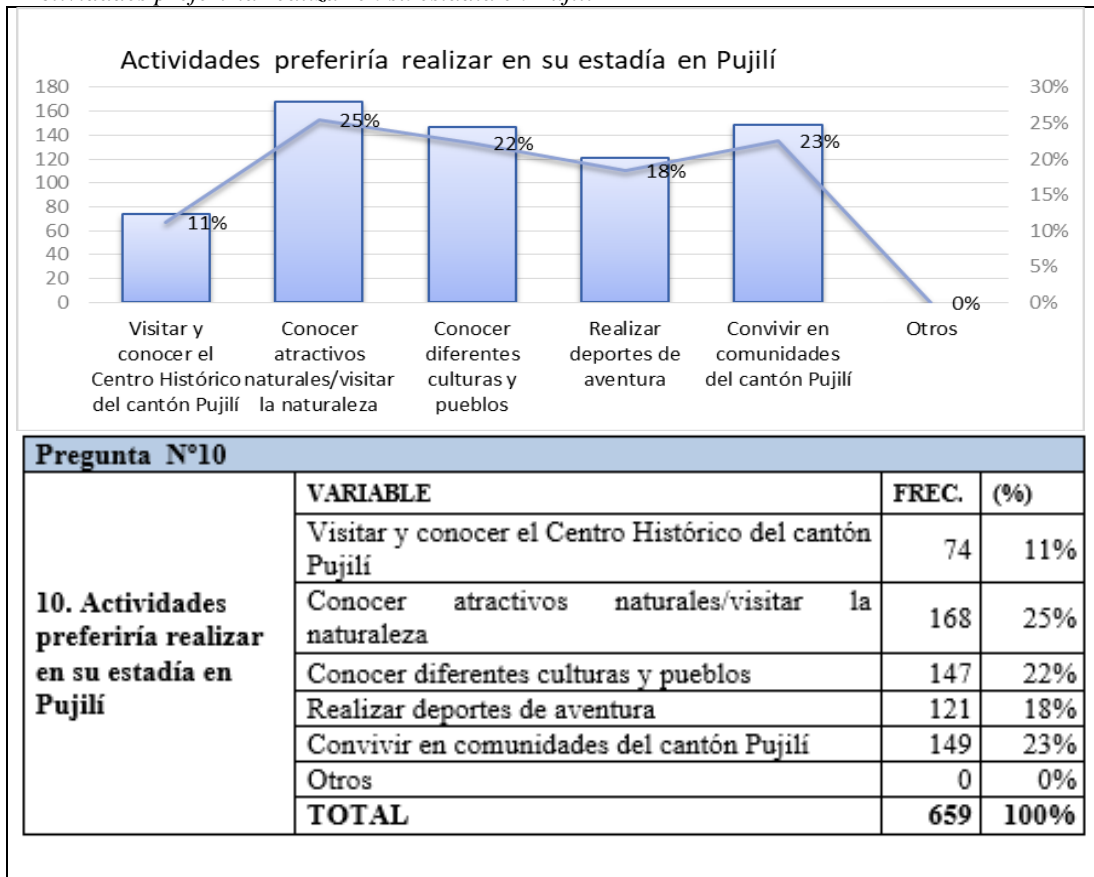


Elaborado por: Darwin Villacrés

Se investigó sobre las actividades que le gustaría realizar al turista durante su estadía, arrojando resultados significativos para la creación de los paquetes turísticos como: Conocer atractivos naturales/visitar la naturaleza (25%), Convivir

en las comunidades del cantón Pujilí (23%), Conocer diferentes culturas y pueblos (22%), Realizar deportes de aventura (18%) y Visitar y conocer el Centro Histórico del cantón Pujilí (11%); con las actividades que tienen más alta la demanda, se estructuran los paquetes turísticos.

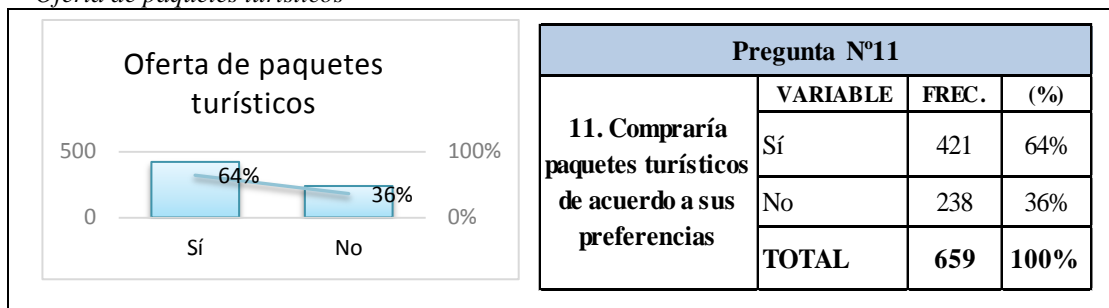
Figura 3
Actividades preferiría realizar en su estadía en Pujilí



Elaborado por: Darwin Villacrés

Además, se investigó si el turista compraría paquetes turísticos que incorporen las características y sus exigencias, el 64% contestó que sí; esto ayuda a validar la propuesta de crear la Operadora de Turismo.

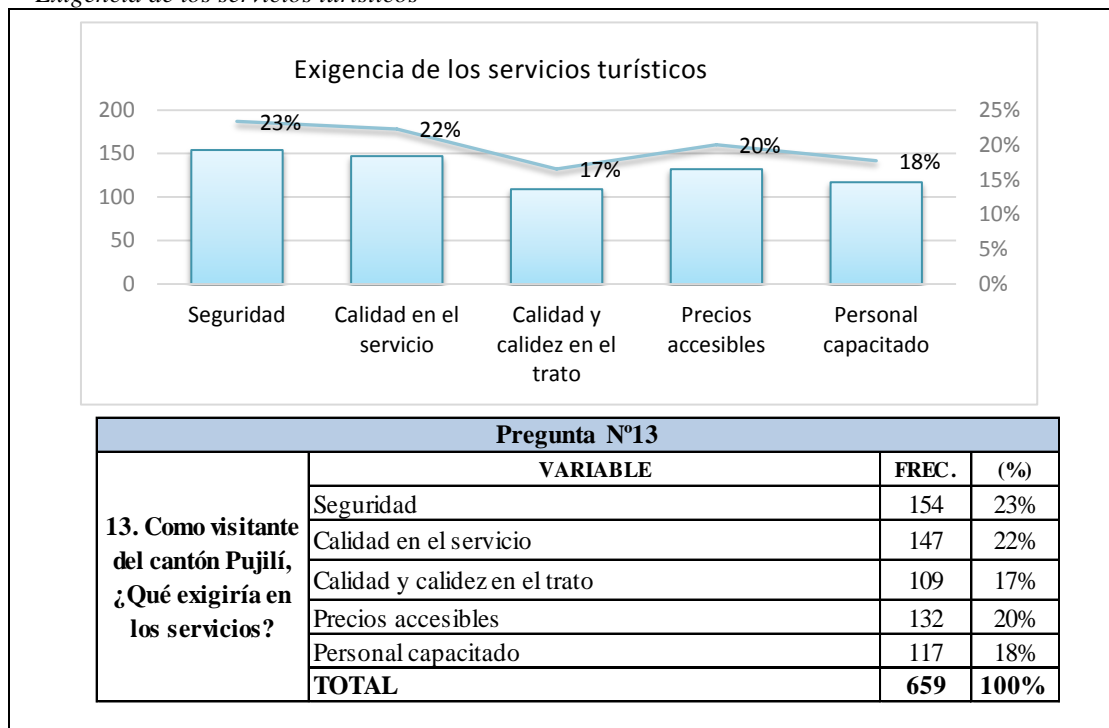
Figura 4
Oferta de paquetes turísticos



Elaborado por: Darwin Villacrés

Finalmente, en la identificación de la demanda que el turista exige mayor parte (23%) la seguridad, el 22% exige la calidad en el servicio, el 20% que los precios sean accesibles, el 18% que el personal sea capacitado y el 17% el buen trato al turista. Estos son elementos claves que sirven para la generación de los productos y servicios a ofertar.

Figura 5
Exigencia de los servicios turísticos



Elaborado por: Darwin Villacrés

2.4.3 Análisis económico y financiero

El capital inicial para las actividades de la Operadora de Turismo “El Camino del Danzante Tours” es de \$4.000,00 (Cuatro mil dólares). En los siguientes ítems se explicará el proceso financiero con el Modelo de ingresos, Modelo de gastos, Inversión y las proyecciones a 5 años de ejecución.

2.4.4 Modelo de ingresos

El modelo de ingresos se basa en la proyección de venta de paquetes turísticos tomando en cuenta desde los primeros 5 años de ejecución. A continuación, se presenta las proyecciones de ventas de los paquetes turísticos:

Tabla 3
Proyección de ventas de paquetes turísticos 2020-2025

Año	Paquete Volcán Cotopaxi	Paquete Quilotoa	Paquete Comunidad Shalalá	Total
1	260	156	104	520
2	273	164	109	546
3	287	172	115	573
4	301	181	120	602
5	316	190	126	632

Elaborado por: Darwin Villacrés

Con base en la proyección de ventas de los paquetes turísticos se realizaron las proyecciones de acuerdo a los primeros 5 años de ejecución de la Operadora de Turismo “El Camino del Danzante Tours”; se ha realizado considerando proyecciones en tres escenarios:

- Escenario Pesimista (Tasa de incremento del 3%)
- Escenario Optimista (Tasa de incremento del 6%)
- Escenario Esperado (Tasa de incremento del 5%)

El escenario acertado para el desarrollo de la Operadora de Turismo “El Camino del Danzante Tours” es el escenario esperado, ya que su orientación es hacia el escenario optimista, lo más cercano a la realidad es el esperado, tomando en cuenta que el escenario pesimista no quiere decir que no se venda, sino que la venta es menor.

A continuación, se presenta el modelo de ingresos en dólares de los 5 años de ejecución, detallado por paquetes turísticos y con las proyecciones de acuerdo al escenario esperado.

Tabla 4
Modelo de Ingresos a 5 años de ejecución

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tour Volcán Cotopaxi	18.720,00	20.638,80	22.754,28	25.086,59	27.657,97
Tour Quilotoa	10.920,00	12.039,30	13.273,33	14.633,84	16.133,81
Tour Comunidad Shalalá	7.488,00	8.255,52	9.101,71	10.034,64	11.063,19
INGRESOS PROYECTADOS POR VENTAS	37.128,00	40.933,62	45.129,32	49.755,07	54.854,97

Elaborado por: Darwin Villacrés

2.4.5 Modelo de gastos

Para el modelo de gastos, se toman en cuenta los gastos variables con una tasa de incremento del 5% y los gastos fijos con una tasa de incremento del 3%, en la siguiente tabla se presenta el resumen de gastos fijos y variables:

Tabla 5
Modelo de Gastos a 5 años de ejecución

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL GASTOS VARIABLES	27231,11	30022,30	31523,42	33099,59	34754,57
TOTAL GASTOS FIJOS	9217,20	9371,32	11131,13	11088,62	14920,93
TOTAL GASTOS	36448,31	39393,62	42654,54	44188,20	49675,50

Elaborado por: Darwin Villacrés

Los gastos variables está establecido al obtener la relación entre el costo en el que incurre la empresa al momento de generar los paquetes turísticos. Los costos variables de la empresa son los siguientes:

Tabla 6
Gastos variables a 5 años de ejecución

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos-Tour Volcán Cotopaxi	14.438,89	15.918,88	16.714,82	17.550,56	18.428,09
Costos-Tour Quilotoa	7.363,33	8.118,08	8.523,98	8.950,18	9.397,69
Costos-Tour Comunidad Shalalá	5.428,89	5.985,35	6.284,62	6.598,85	6.928,79
TOTAL GASTOS VARIABLES	27.231,11	30.022,30	31.523,42	33.099,59	34.754,57

Elaborado por: Darwin Villacrés

Los gastos fijos de la empresa son los que se tiene que cubrir cada cierto tiempo, entre los gastos fijos se consideran así al alquiler, honorarios profesionales, las nóminas de los empleados, servicios públicos, materiales de oficina y otros. A continuación, los gastos fijos de la empresa:

Tabla 7
Gastos fijos a 5 años de ejecución

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Honorarios profesionales Gerencia y Contabilidad	4.320,00	4.363,20	4.494,10	4.628,92	4.767,79
Mano de Obra indirecta (sueldos administrativos)	2.175,60	2.240,87	2.308,09	2.377,34	4.897,31
Provisiones y obligaciones patronales MID	991,60	1.015,35	1.039,81	1.065,00	2.181,91
Suministros y materiales	50,00	51,50	53,05	54,64	56,28
Intereses bancarios	-	-	1.483,85	1.157,13	1.157,13
Impuestos, contribución y otros		6,00	7,00	8,00	9,00
Pago servicios públicos	300,00	309,00	318,27	327,82	337,65
Pago por otros servicios	180,00	185,40	190,96	196,69	202,59
Arriendo Oficina	1.200,00	1.200,00	1.236,00	1.273,08	1.311,27
TOTAL GASTOS FIJOS	9.217,20	9.371,32	11.131,13	11.088,62	14.920,93

Elaborado por: Darwin Villacrés

2.4.6 Indicadores Económicos

El Valor Actual Neto (VAN) es el indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto; si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable. En el cálculo de la viabilidad de la inversión indica que es positivo, dando VAN de \$10.166,45.

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) es un porcentaje que por lo regular, determina la persona que va a invertir en el proyecto. Esta tasa se usa como referencia para determinar si el proyecto le puede generar ganancias o no. En este caso, la TMAR es del 20%, este porcentaje en relación a una tasa de interés que un banco realiza un crédito con una tasa de interés de rendimiento de su dinero al 18%.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión, esto quiere

decir, el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá esta, para los montos que no hayan sido retirados del proyecto. La TIR para este proyecto es de 77% (positivo), es decir, es rentable la inversión, más rentable en comparación que tener el dinero depositado en el banco, que la tasa de interés pasiva tomada del Banco Central es del 4,28% anual. A continuación los indicadores económicos para la viabilidad de la inversión:

Tabla 8
Indicadores Económicos

Año	Valor
VAN	\$ 10.166,45
TMAR	20%
TIR	77%

Elaborado por: Darwin Villacrés

El flujo de efectivo permite realizar previsiones, posibilita una buena gestión en las finanzas, en la toma de decisiones y en el control de los ingresos, con la finalidad de mejorar la rentabilidad de la Operadora de Turismo “El Camino del Danzante Tours”. Abajo se muestra el flujo de efectivo con proyección a 5 años de ejecución:

Tabla 9
Flujo de Efectivo Proyectado

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	ACUMULADOS SIN TASA DE DESCUENTO PAYBACK (PB)	FLUJOS NETOS A VALOR PRESENTE (VP)	ACUMULADOS CON TASA DE DESCUENTO - PAYBACK DESCONTADO (DPB)
0	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)	(4.000,00)
1	753,69	(3.246,31)	655,38	(3.344,62)
2	2.293,69	(952,62)	1.734,36	(1.610,26)
3	4.768,47	3.815,85	3.135,34	1.525,09
4	10.335,33	14.151,18	5.909,26	7.434,35
5	15.514,80			7.434,35

Elaborado por: Darwin Villacrés

2.4.7 Recursos claves

Los recursos claves para iniciar la actividad empresarial son los siguientes:

Recursos Intelectuales: La empresa cuenta con la marca, la misma que será potenciada en los medios de comunicaciones tanto digitales como convencionales.

Recursos Financieros: Al inicio de actividades de la empresa se trabajará con capital propio y; para la compra del vehículo en el 2do año de funcionamiento se realizará con financiamiento de una entidad bancaria.

Talento Humano: El mismo que cumplirá estándares de calidad en el sector turístico, en los procesos de entrega de los servicios a los clientes, atención a los turistas nacionales y extranjeros y; en la elaboración de nuevos paquetes turísticos y atractivos para los clientes.

Recursos Naturales: Todos los recursos naturales que se encuentran dentro de la provincia de Cotopaxi, especialmente en el cantón Pujilí permitiendo ser visitados por turistas nacionales y extranjeros.

Recursos Materiales: Los recursos materiales todos los bienes muebles e inmuebles de la empresa, vehículos, equipos de cómputo y enseres que necesita la empresa.

Recurso Tecnológico: Mediante la tecnología web, medio necesario para la interacción con el turista, esto permitirá consolidar la empresa, el gerente será el encargado de la gestión en los sitios web.

2.4.8 Gestión de Talento Humano

En la gestión de talento humano, al ser un negocio que recién inicia, se contará con personal de planta y personal que se le contratará por servicios profesionales:

- Personal de Planta: Gerente
- Personal contratados por servicios profesionales:
 - Guía Especializado (Se contrata por día, al momento de la entrega del servicio)
 - Contador/a (Se contrata sólo para realizar las declaraciones tributarias mensuales)

Tabla 10
Personal de la empresa

Personal	Número de empleados
Gerente/a de la operadora	1
Contador/a	1
Guía especializado en áreas naturales	1
Guía especializado en turismo de aventura	1
Total	4

Elaborado por: Darwin Villacrés

La contratación del personal se lo realizará de diferentes modalidades, para el Gerente será un contrato de servicio indefinido y al resto de personal será mediante un contrato de servicios profesionales.

2.4.9 Función y competencias de empleados

Denominación del cargo: Gerente General

Jefe Inmediato: Presidente de la Empresa

Número de personas en el Cargo: 1

Funciones

- El gerente de operadora debe representar a la organización, definir estrategias de desarrollo, administrar la empresa y las actividades que se detallan a continuación
- Establecer y mantener red de contactos con asociaciones de prestadores de servicios turísticos, instituciones públicas y

privadas

- Trabajar en conjunto con empresas del sector turístico
- Definir estrategias de desarrollo que se relacionen con los objetivos y metas de la empresa
- Definir necesidades y gestionar prioridades de movilización de recursos
- Planificar, desarrollar nuevos servicios y productos turísticos estableciendo cronogramas, plazos y presupuestos
- Administrar el negocio alcanzando la mayor rentabilidad y beneficios
- Controlar costos, presupuestos, estadísticas y establecer políticas de remuneración e incentivos
- Realizar actividades de mercadeo (marketing) y ventas
- Supervisar la operación de sistemas y equipos
- Supervisar la presentación del personal
- Asegurar la satisfacción del cliente
- Liderar el equipo

Requisitos de Educación:

- Ing. En Administración de Empresas o Turismo
- Conocimientos en la gerencia turística, mínimo 3 años de experiencia.

Denominación del Cargo: Guía especializado en áreas naturales

Jefe Inmediato: Gerente

Número de personas en el Cargo: 1

Funciones

- Organizar el trabajo
- Ayudar en la preparación de rutas y trayectos
- Orientar al conductor de transporte turístico
- Ajustar rutas y trayectos
- Apoyar al guía tour conductor
- Orientar en la preparación de alimentos

- Operar equipos de uso en ambientes naturales
- Promover la integración con el medio ambiente
- Velar por el bienestar y la seguridad del turista
- Asegurar la satisfacción del turista
- Cuidar de la imagen de la operadora contratante
- Cuidar de la apariencia personal y postura profesional
- Promover el turismo

Requisitos de Educación:

- Guía Especializado en Áreas Naturales (Licencia actualizada).
- Mínimo 3 años de experiencia certificada por una Operadora de Turismo.
- Cumplir con los requisitos y competencia, según Norma Técnica

Denominación del Cargo: Guía especializado en turismo de aventura

Jefe Inmediato: Gerente

Número de personas en el Cargo: 1

Funciones

- Planificar la actividad de turismo de aventura
- Realizar cambios en la programación de la actividad de turismo de aventura
- Aplicar técnicas elementales de orientación y navegación
- Asegurar el uso adecuado de equipos
- Liderar grupos
- Instruir al turista en cuanto a las técnicas mínimas y prácticas necesarias para la realización de la actividad
- Prevenir impactos ambientales y sociales ocasionados por actividades de turismo de aventura
- Cumplir la legislación
- Asegurar el bienestar y la seguridad del turista

- Asegurar la satisfacción del turista
- Aplicar primeros auxilios básicos
- Gestionar situaciones de emergencia
- Cuidar de la apariencia personal y postura profesional

Requisitos de Educación:

- Guía Especializado en Áreas Naturales (Licencia actualizada).
- Mínimo 3 años de experiencia certificada por una Operadora de Turismo.
- Cumplir con los requisitos y competencia, según Norma Técnica

Denominación del Cargo: Contadora

Jefe Inmediato: Gerente

Número de personas en el Cargo: 1

Funciones

- Elabora los Registros Contables de acuerdo a las actividades de la empresa
- Realiza las declaraciones mensuales de la empresa en el SRI.
- Realiza pagos y retenciones de acuerdo a las adquisiciones realizadas por la empresa.
- Lleva adecuadamente el archivo contable.
- Elabora los avisos de entrada y salida de personal en la página web del IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social).
- Controla y revisa las ventas diarias e ingresos en general.
- Revisa y realiza el pago de nómina para remuneraciones del personal.

Requisitos de Educación:

- Contador Público Autorizado.
- Mínimo 3 años de experiencia en contabilidad.

- Cumplir con los requisitos y competencia, según Ministerio de Relaciones Laborales.

Denominación del Cargo: Conductor

Jefe Inmediato: Gerente

Número de personas en el Cargo: 1

Funciones

- Realizar viajes Interprovinciales conduciendo vehículos de la operadora
- Realizar Reparaciones de cierta complejidad en los vehículos asignados durante el trayecto turístico
- Reportar las fallas de su vehículo para que sea sometidos a reparación.
- Realizar mantenimiento "A 1" de su unidad
- Elaborar los partes diarios de su vehículo y tener al día la libreta de control
- Realizar actividades que le asignen la operadora

Requisitos de Educación:

- Licencia tipo “E” o “D”
- Mínimo 3 años de experiencia en el transporte turístico o interprovincial
- No poseer antecedentes penales

Para la selección del personal que trabajará en la Operadora de Turismo “El Camino del Danzante Tours”, se deben tomar en cuenta los siguientes pasos esenciales para una buena selección del personal:

1. Revisión de las hojas de vida de los interesados
2. Pruebas técnicas y de conocimientos
3. Constatación de las hojas de vida
4. Entrevista de selección del personal

5. Análisis de resultados y selección del ganador

2.4.10 Disponibilidad de materiales e insumos requeridos

Los materiales e insumos que se necesita para brindar el servicio de turismo se encuentra a disposición el mercado convencional, son básicos para la puesta en marcha de la operadora turística, uno de los puntos críticos en el sector turístico son las alianzas estratégicas con otras operadoras y con las comunidades, ya que estas deberán cumplir con estándares de calidad en el servicio, es por esto que la empresa ofrecerá programas de capacitación, ya que estos sectores serán de mucho valor para la elaboración de los paquetes turísticos.

La Operadora de Turismo “El Camino del Danzante Tours”, para el inicio de sus funciones requiere recursos materiales, tomando en cuenta que no se va a comprar un inmueble para su funcionamiento, se alquilará una oficina para sus operaciones logísticas además, para el segundo año se planifica comprar un vehículo para el traslado de los turistas, ya que para el inicio de actividades se contrata el transporte para brindar el servicio específico por día (al momento la venta del paquete turístico al cliente).

Por ello, los recursos materiales son los siguientes:

Tabla 11
Recursos Claves

Detalle	Cantidad
EQUIPO DE CÓMPUTO	
Computadora de escritorio	1
Impresora multifunción básica	1
Total	2
MUEBLES Y ENSERES	
Estación de trabajo	2
Silla giratoria	2
Sillas apilables	6
Total	10

Elaborado por: Darwin Villacrés

2.4.11 Análisis de la competencia

Es importante conocer a la competencia para poder determinar las fortalezas que la Operadora Turística "Camino del Danzante Tours" tiene frente a otras, y además poder aprovechar las debilidades de las demás Operadoras para crear oportunidades de crecimiento y desarrollo de la empresa.

La competencia directa se encuentra en la parroquia Zumbahua, en las orillas de la Laguna de Quilotoa y también en la ciudad de Latacunga, ya que realizan venta de paquetes turísticos desde esta ciudad. Se presenta a las 4 operadoras de turismo que en el mismo nivel se encuentran en disputa por la mayor posesión del mercado, el caso Greivag y Tierra Zero compiten al mismo nivel dentro de la ciudad de Latacunga y; la Operadora Lago Verde y la Operadora de la Comunidad Quilotoa compiten por el mercado de turistas que llegan a la Laguna Quilotoa sin un viaje organizado, pero sus servicios es solo la guianza para ingresar a la laguna del Quilotoa.

A continuación, la ubicación y descripción de las 4 Operadoras de turismo mencionadas.

Tabla 12
Análisis de la competencia

Empresas	Ubicación	Producto
GREIVAG	Latacunga	Venta de programas turísticos nacionales e internacionales
TIERRA ZERO TOURS	Latacunga	Venta de programas turísticos nacionales e internacionales
OPERADORA "LAGO VERDE"	Zumbahua- Quilotoa	Venta de programas turísticos relacionados a la laguna del Quilotoa y sus alrededores
OPERADORA DE LA COMUNIDAD QUILOTOA	Zumbahua- Quilotoa	Venta de programas turísticos relacionados a la laguna del Quilotoa y sus alrededores

Elaborado por: Darwin Villacrés

Estas empresas son las más cercanas que se tiene como competencia la Operadora de Turismo "Camino del Danzante Tours", por lo tanto no existe competencia directa por ubicación, es decir en el cantón Pujilí, esto es ventajoso para el desarrollo de la Operadora de Turismo.

Además, se realizó un análisis de la competencia en el orden que se encuentra en el mercado y comparación de precios.

Tabla 13
Análisis de la competencia

Paquete Turístico	Precio de Venta			
	GREIVAG	TIERRA ZERO TOUS	OPERADORA "LAGO VERDE"	OPERADORA DE LA COMUNIDAD QUILOTOA
Tour Volcán Cotopaxi	60	55	No realiza el tour desde Latacunga o Pujilí	No realiza el tour desde Latacunga o Pujilí
Tour Quilotoa	60	55	No realiza el tour desde Latacunga o Pujilí	No realiza el tour desde Latacunga o Pujilí
Tour Comunidad Shalalá	No ofrece este paquete	No ofrece este paquete	No ofrece este paquete	No ofrece este paquete

Elaborado por: Darwin Villacrés

La mayoría de paquetes turísticos que ofrece la Operadora de Turismo "Camino del Danzante Tours" no lo ofrecen otras operadoras, ya que la ubicación de la Operadora es en la ciudad de Pujilí y tiene nuevas propuestas de paquetes turísticos.

2.4.12 Canales/ Distribución

Para la difusión y comercialización del servicio turístico se utilizarán los siguientes medios publicitarios:

Página web: Será la herramienta que utilizará la Operadora Turística, esto permitirá que los clientes tengan la información actual y detallada de los servicios que se ofrece, aquí constarán los paquetes turísticos, su precio, videos y fotos de recursos naturales, tradiciones, cultura y gastronomía del cantón.

El e-commerce: Por este medio podremos promocionar a la operadora mediante la distribución de afiches en forma electrónica a los medios de comunicación, organizaciones que forman parte de las alianzas estratégicas con la operadora.

Material impreso: Es otra forma de dar a conocer los servicios a las personas así como: afiches, tarjetas de presentación, folletos.

Referencia de los clientes: La calidad del servicio que se ofrece al turista es importante para la empresa, ya que permitirá que el turista nos tenga como referencia como empresa turística de calidad y nos recomienden con otras personas.

2.5 Inversión

La inversión inicial es de \$4.000,00 (Cuatro mil dólares) para la implementación de la Operadora de Turismo “El Camino del Danzante Tours”. Para el segundo año de ejecución de la empresa, se incrementará el valor de \$16.000,00 por concepto de un vehículo (tipo jeep, 4x4) para trabajar en el traslado de los turistas, este vehículo será comprado mediante financiamiento bancario. Con la inversión inicial que se va a arrancar las actividades, se va a trabajar con transporte de la zona como una alianza estratégica, ya que al inicio de las actividades empresariales es recomendable esperar el primer año para hacer adquisiciones de gran valor para una empresa.

Tabla 14
Recursos-Inversión

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Gastos Preoperacionales			
Constitución de la Compañía - Capital Social	1	400,00	400,00
Elaboración de Minuta - Elevación a Escritura Pública	1	800,00	800,00
Registro de Escritura en Registro Mercantil	1	200,00	200,00
Publicación del Registro en un diario local	1	25,00	25,00
Registro de Nombramientos Gerente y Presidente	1	60,00	60,00
Pago de impuesto predial	1	15,00	15,00
Inscripción del RUC		-	-
Registro en el Ministerio de Turismo	1	120,00	120,00
Trámite Licencia Anual de Funcionamiento (Municipio)	1	130,00	130,00
Subtotal			2.150,00

Equipo de Cómputo			
Computadora de escritorio	1	700,00	700,00
Impresora multifunción básica	1	200,00	200,00
Subtotal			900,00
Muebles y Enseres			
Estación de trabajo	2	250,00	500,00
Silla giratoria	2	80,00	160,00
Sillas apilables	6	36,00	216,00
Subtotal			876,00
Página web	1	400,00	400,00
Efectivo - Caja			74,00
TOTAL INVERSIÓN			4.000,00

Elaborado por: Darwin Villacrés

2.6 Ventaja competitiva

La ventaja competitiva de la Operadora de Turismo "Camino del Danzante Tours" es la diferenciación; las demás operadoras de turismo que se localizan en la Laguna del Quilotoa se limitan a ofrecer el ingreso a los turistas a la laguna y a la venta de sus artesanías.

Como empresa se genera acuerdos con las comunidades del sector, especialmente con la Comunidad Shalalá que está enfocado a la ofrecer actividades turísticas. Aparte del servicio de visita que se les ofrece les brindaremos nuevas experiencias mediante la participación activa en las presentaciones de grupos de danza, de grupos musicales que demostrarán la cultura del cantón, estos eventos se realizarán los fines de semana ya que son días en los que existen mayor cantidad de concurrencia de turistas, los otros días se le hará la entrega de un presente originario de cada sector, de igual forma existirá degustaciones de la comida típica; los turistas podrán observar como los artesanos realizan sus artesanías representativas, aquí los turistas tendrán la oportunidad de crear su propia artesanía, todas estas actividades será valorado por el turista, quienes nos darán

preferencia en relación empresas similares que están en la zona y las que podrían aparecer posteriormente.

La diferenciación de la Operadora de Turismo "Camino del Danzante Tours" serán las alianzas estratégicas que se matendrán con diferentes organizaciones de la sociedad civil, a continuación se explican las diferentes alianzas consideradas:

Alianzas con empresas relacionadas al ámbito turístico:

Mediante las asociaciones con las operadoras mayoristas y minoristas de la región y a nivel nacional se logrará ingresar al mercado del sector turístico del país, dando a conocer nuevos y novedosos paquetes turísticos en que se dé a conocer la diversidad de sus recursos naturales y sus diferentes manifestaciones culturales que cuenta el cantón, incluyendo los recursos naturales que posee la provincia como es el volcán Cotopaxi.

Alianzas con Comunidades

Beneficios de la operadora: Diversificación en la creación de los paquetes turísticos, existirá demostraciones en vivo como realizan las artesanías los artesanos, permitiéndoles al turista participar en la fabricación de una artesanía.

Beneficios de las comunidades: Desarrollo social de los artesanos de las diferentes zonas turísticas, capacitaciones permanente en los temas producción de artesanías, podrán vender sus productos a los turistas.

Alianzas con Grupos de danzas

Beneficios de la operadora: Exclusividad en los eventos turísticos por parte de la empresa, seriedad, confianza en la asistencia a los eventos.

Beneficios de los grupos de danzas: Dar a conocer su arte mediante las danzas autóctonas del cantón, obtener una imagen corporativa como grupo.

Alianzas con Grupos musicales

Beneficios de la operadora: Exclusividad en las presentaciones musicales en los eventos, cumplir con las actividades programadas para la satisfacción de los turistas.

Beneficios de los grupos musicales: Imagen corporativa e ingreso económico.

Alianzas con Restaurantes

Beneficios de la operadora: Calidad en el servicio, atención al cliente, cumpliendo con las normas sanitarias que exige el ministerio de salud.

Beneficios de los restaurantes: Exclusividad por parte de la operadora, programas de capacitación con relación al manejo y manipulación de alimentos, atención al cliente.

2.7 Posición competitiva

Ya que en el centro de la ciudad de Pujilí no existe otra Operadora de Turismo, la posición competitiva es favorable en este sector, pero en relación y por la cercanía a la ciudad de Latacunga, existen otras Operadoras con muchos años de experiencia en el mercado, entre las principales se identifica a Greivag, la misma tiene una alta aceptación entre los turistas nacionales y extranjeros, además tiene 14 años de trabajo en el mercado.

En relación a otras Operadoras, se identifica a la que se encuentran en la parroquia Zumbahua en el borde de la Laguna Quilotoa, esta Operadora que tiene mayor acogida por turistas nacionales y extranjeros especialmente por aquellos que viajan a la Laguna Quilotoa sin contratar viajes organizados; la Operadora es "Lago verde", de tipo asociativa e integrada por familias que viven en la comunidad Quilotoa y que se organizan para poder brindar sus servicios.

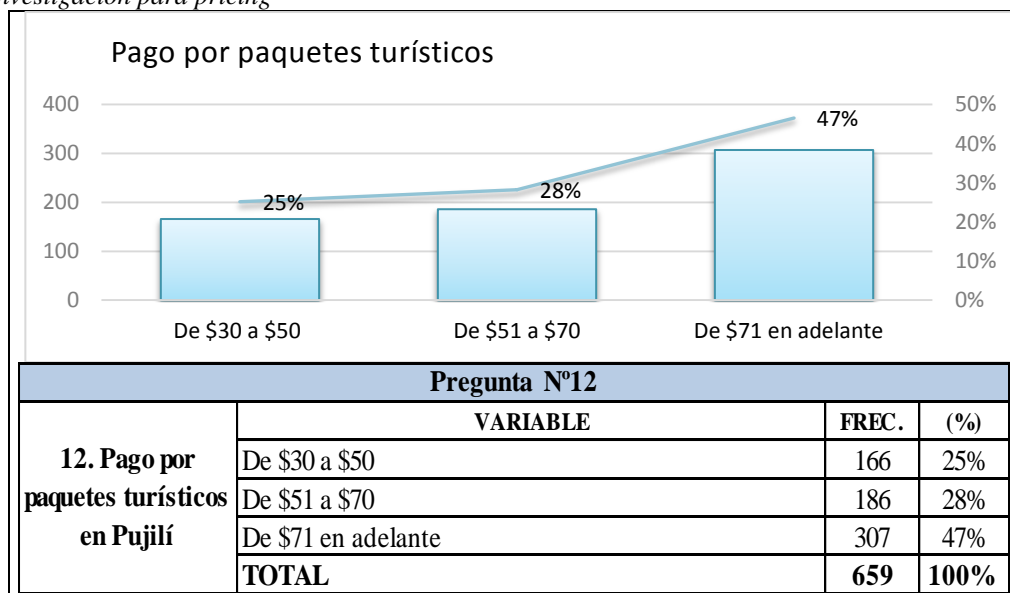
2.8 Pricing

Para la definición del precio se realizó el proceso de pricing de EADA Business School Barcelona, basado en dar valor al precio, el mismo consta de 3 pasos fundamentales:

1. Extraer el valor de la empresa.
2. Entender la oferta.
3. Extracción de valor: Crear valor y fijar el precio en función de éste, promociones.

El primer paso, fue extraer valor a la empresa en base a la segmentación de mercado, se identificó el tipo de cliente, las exigencias que tiene, lo que demanda y el precio que estaría dispuesto a pagar por productos que le oferten integrados por las exigencias y preferencias del cliente.

Figura 6
Investigación para pricing



Elaborado por: Darwin Villacrés

Por ello, el pago que tiene mayor aceptación (47%) es de \$71 en adelante, por persona por un paquete turístico que dura 1 día dentro de la provincia de Cotopaxi.

El segundo paso, fue entender la oferta, se identificaron otras empresas que están ofreciendo productos similares y sus precios, los mismos se encuentran en el rango de \$55 a \$60 (fue investigado antes de aplicar el instrumento, fue utilizado para colocar los rangos).

Y; como tercer y último paso, fue la extracción de valor, es decir crear valor que se incorporó en el diseño de los paquetes turísticos, luego, se determinaron los costos de producción de acuerdo a la demanda investigada, colocando el porcentaje de utilidad y fijar el precio de venta pública (PVP). Siendo los precios los siguientes:

Tabla 15
Precio de venta de los productos

Producto	PVP por grupo (3 personas)	PVP por persona
Tour Volcán Cotopaxi	\$215	\$ 72
Tour Quilotoa	\$210	\$ 70
Tour Comunidad Shalalá	\$205	\$ 72

Elaborado por: Darwin Villacrés

Los clientes valoran la atención del servicio desde el primer momento que toman contacto con el personal, quienes les dan la atención debida y les explican de una forma fluida y detallada todos los beneficios con los que contarán al momento de adquirir un paquete turístico como son: Exclusividad en el uso del vehículo que les transportarán a los diferentes sitios a visitar, viajarán cómodamente en unidades limpias y confortables, el buen trato y seguridad; antes, durante y después de las visitas por parte de todo el personal, participarán de forma activa con las comunidades compartiendo experiencias con los artesanos, en la elaboración se su propia artesanía, contarán con alimentación, refrigerios que cumplan con estándares de calidad, los materiales que se utilizarán en actividades de aventura estarán en óptimas condiciones, podrán disfrutar de la cultura y

gastronomía del cantón mediante la participación en las danzas folclóricas de grupos de baile, al final se les entregará un recuerdo identificativo de la zona.

Todas estas actividades será nuestra mayor diferenciación, con relación a las otras operadoras del sector que solo les dan el servicio de visita, con el pago del ingreso a los sitios turísticos sin realizar actividades integradoras que les permita generar experiencias al cliente.

2.9 Estrategias de ingreso

Se espera, ser la Operadora de Turismo número uno de la Provincia de Cotopaxi, la diferenciación es la ventaja competitiva, con un servicio diferenciado mediante la creación de paquetes turísticos, en los cuales los turistas participan activamente en las actividades establecidas por la operadora, esto permite que el turista experimente nuevas experiencias y compartan con las comunidades la cultura de cada sector.

2.10 Mercado

Para realizar el análisis de mercado se parte de la identificación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la empresa, para ello se utilizó la Matriz FODA con variables cruzadas.

A continuación, se presenta la tabla donde se puede visualizar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, éstos en relación al análisis interno y externo de la Operadora de Turismo.

Tabla 16
Matriz FODA con variables cruzadas

Factor Interno Clave	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Idea innovadora	Los turistas potenciales (según encuesta) está interesados en nuestra oferta de servicios
Excelente calidad del servicio	Se ha incrementado la adquisición de viajes organizados.
Productos personalizados	Apoyo por parte de instituciones en la promoción turística local.
Sitio estratégico de ubicación de la empresa	La provincia de Cotopaxi tiene varios atractivos turísticos (clima subtropical y frío)
La empresa posee personal profesional y capacitado	Inexistente competencia en el centro urbano de Pujilí que oferta un similar producto.
Factor Externo Clave	
DEBILIDADES	AMENAZAS
Posicionamiento en el primer año de servicio.	Los laticungueños copian las ideas de nuevos negocios.
No se cuenta con inversionistas	Posibles desastres naturales.
No se cuenta con vehículo propio	Cambio de clima inesperado radical.
Contrato por servicios (día) a los Guías Especializados	Cambio de autoridades que no impulsen el turismo.
El trabajo se limita solo a los fines de semana.	Dificultad en el trámite para la puesta en marcha de la empresa.

Elaborado por: Darwin Villacrés

Para la calificación de importancia de afectación se toma en cuenta los siguientes criterios:

¿Influye en la empresa?

- Sí.....1
- NO/duda...0

Tabla 17
Interpretación de la Matriz FODA Cruzado

	Oportunidades					Total	Amenazas					Total	
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
Fortalezas	1	1	1	0	1	1	4	1	1	1	0	1	4
	2	1	1	0	1	1	4	1	0	0	0	1	2
	3	1	1	0	1	1	4	0	0	0	0	0	0
	4	0	1	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0
	5	1	1	0	1	1	4	1	0	0	0	0	1
		4	5	0	4	5	18	3	1	1	0	2	7
Debilidades	1	1	1	0	0	1	3	1	1	0	0	1	3
	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		1	1	0	0	1	3	1	1	0	0	1	3

Elaborado por: Darwin Villacrés

2.11 Interpretación de la matriz de FODA cruzado

El mayor puntaje de este análisis se encuentra en el cuadrante FO (18), es decir que las Estrategias de Mercado deben ser de tipo **Ofensivas**, que se refiere a utilizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades; se utilizan para obtener el máximo beneficio de una situación externa favorable; es la situación ideal para cualquier empresa. Se tiene suficientes capacidades y fortalezas para tomar el máximo provecho de las oportunidades que se presenten.

2.11.1 Macrovariables económicas

A inicios del presente año se realizó el análisis de las microvariables económicas, tomando en cuenta que la OMT (2019) afirma que el turismo ha registrado una expansión constante a lo largo del tiempo, a pesar de en los últimos años en diferentes países del mundo se ha sufrido algunas sacudidas ocasionales, lo que

demuestra su fortaleza y resiliencia; el turismo internacional sigue adelantando a la economía mundial, se presenta una creciente clase media en las economías emergentes, avances tecnológicos, nuevos modelos de negocio, unos costos de viaje asequibles y la simplificación del régimen de visados, en el año 2019 las llegadas de turistas internacionales crecieron un 5% en 2018 hasta alcanzar la cota de los 1.400 millones, esta cifra se ha alcanzado dos años antes de lo que la OMT había previsto. Las variables que se identifican en la macro economía relacionada al turismo son:

- Entorno económico favorable:
 - PIB mundial de 2018 = +3,6%.
 - Variaciones en los tipos de cambio generalmente moderadas.
 - Tipos de interés bajos.
 - Fuerte demanda de viajes aéreos
 - Más del 6% en tráfico de pasajeros internacionales medido en pasajero-kilómetros de pago según la IATA (International Air Travel Association).
 - Precios estables de los combustibles y tarifas más bajas (tarifas un 60% más baja en comparación con 1998).
 - En las últimas dos décadas, el número de pares de ciudades singulares conectadas por transporte aéreo se ha duplicado con creces, siendo ya más de 20.000, y a unos costes cada vez más bajos.

- Las tecnologías digitales configuran la experiencia del viajero
 - La inteligencia artificial está transformando el turismo, desde los asistentes virtuales hasta las empresas, y puede ofrecer experiencias muy personalizadas y mejorar los rendimientos empresariales.

- Cada vez son más los destinos que miden el turismo en tiempo real para gestionar mejor los flujos de visitantes.
- Simplificación del régimen de visados
 - Crecen los visados electrónicos y los visados a la llegada mientras se reducen los visados tradicionales.
 - El porcentaje de población mundial que necesita un visado tradicional se redujo del 75% en 1980 al 53% en 2018.
 - Sin embargo, la mitad de la población mundial seguía necesitando un visado tradicional en 2018.

Estas variables macroeconómicas favorecen al Ecuador para que atraiga a turistas extranjeros a visitar el Ecuador ya que el país cuenta con atractivos turísticos capaces de atraer turistas internacionales y uno de esos atractivos es la Laguna Quilotoa, ubicada en el cantón Pujilí.

Además, es importante considerar el Riesgo País, que es un elemento determinante para la estabilidad económica de un país, el mismo mide la capacidad de pago de deuda, esto como elemento de análisis para inversión extranjera o créditos a un país. Ecuador, en el mes de enero del 2019 cerró con 690 puntos (equivalentes a 6,9%), la tasa mínima que exigiría un inversionista para invertir en ese país debería ser 9,9%.

2.11.2 Microvariables económicas

El MINTUR (2018) informa que en la tendencia de llegada de personas extranjeras al país ha sido siempre positiva, con un claro crecimiento que no se ve afectado a pesar de la disminución en el año 2016 y 2017 debido a factores externos como la apreciación del dólar y el terremoto ocurrido en el mes de abril de 2016; el país registra por 7 años consecutivos un superávit en la balanza turística; los ingresos por turismo alcanzaron los USD 2.398,1 mil millones al final del 2018 y representa la tercera fuente de ingresos no petroleros. Las variables microeconómicas que se basa son tres:

- Fomento al turismo interno
- Incremento del turismo receptivo
- Generación y atracción de inversiones

Para nuestro estudio los datos estaban actualizados entre el año 2019 y a inicios del año 2020, en la actualidad el escenario no es el mismo debido a la pandemia que atraviesa todo el mundo esto ha causado grandes cambios dentro de las países afectado en el aspecto económico, financiero, la salud, la educación entre otros, esto conlleva a un cambio de estilo de vida en todos las personas, en este momento el sector turístico es uno de los sectores más afectados y que su recuperación será lenta en el aspecto económico, pero que sin duda volverá a ser un punto estratégico en la economía del país.

Es por eso que el gobierno a través del ministerio de turismo está impulsando la reactivación económica del sector, si bien es cierto en nuestro estudio existía un alto porcentaje de demanda turística, en la actualidad existirá una disminución, razón por la cual existirá problemas con la proyección de la demanda de los turistas al país disminuyendo los beneficios en el sector, por ello, la empresa lo contemplará como un plan de reactivación del turismo.

2.12 Management y Operaciones

2.12.1 Socios clave

Los socios clave son los siguientes:

- Operadoras de turismo mayoristas
- Operadoras de turismo en otros países
- Operadoras de turismo de Quito (Capital del Ecuador)
- Aerolíneas de Ecuador
- Oficinas de Información Turística
- Dependencias de Turismo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (Provincia Cotopaxi y los 7 cantones: Latacunga, La Maná, Pangua, Pujilí, Saquisilí, Salcedo y Sigchos)
- Cámara de Turismo de Cotopaxi

- Hoteles de la provincia de Cotopaxi
- Sitios web de intercambio de experiencias con relación al turismo

2.12.2 Actividades clave

En primer lugar se determinan las Estrategias de Mercado que deben ser de tipo **Ofensivas** (de acuerdo al resultado del FODA cruzado), se presentan las siguientes actividades clave:

Tabla 18: Estrategias de Marketing, Comunicaciones y Ventas

N°	Tipo de estrategia	Actividades clave
1	Estrategia de servicio	Incluir en los paquetes turísticos las demandas del cliente potencial: Conocer atractivos naturales/visitar la naturaleza; Conocer diferentes culturas y pueblos; Realizar deportes de aventura; Convivir en comunidades del cantón Pujilí y; Visitar y conocer el Centro Histórico del cantón Pujilí. Brindar al cliente lo que demanda: Seguridad; Calidad en el servicio; Calidad y calidez en el trato; Precios accesibles y; Personal capacitado.
2	Estrategia de precio	Flexibilidad de precios, de acuerdo a la temporalidad del turismo. Incluir recuerdo (regalo) para los clientes en el precio de los productos Que no exista discriminación entre turistas nacionales y extranjeros en el precio. Pagos con tarjeta de crédito y de débito.
3	Estrategia de venta	Convenios con operadoras de turismo en el extranjero. Alianzas estratégicas con otros prestadores de servicios turísticos.
4	Estrategia de promoción	Promocionar en diferentes medios digitales. Aplicar acciones de marketing digital. Elaborar material promocional. Elaborar correos masivos. Promocionar en las redes sociales.
5	Estrategia de Responsabilidad Social	En la ejecución de los tours, transversalizar el cuidado del ambiente y la excelente calidad del servicio y buen trato al cliente. Implementar actividades de responsabilidad social empresarial. Crear una alianza con los proveedores para realizar proyecciones sociales.

Elaborado por: Darwin Villacrés

2.12.3 Propuesta de valor

La seguridad y la confianza serán los valores con los que la empresa se dará a conocer a nivel mundial y nacional, contaremos con profesionales calificados, capacitados, que cumplan con todos los estándares de calidad en atención y servicio. La empresa facilitará la información necesaria al turista acerca de los sitios turísticos existentes, sugiriendo y permitiendo que seleccione el paquete turístico que se adapte a su personalidad y motivación, que cubra sus necesidades generando expectativas para su visita.

La atención al cliente será personalizada, el cliente al momento de elegir un paquete turístico con la operadora evitará ser víctima de estafa o robo en el trayecto de su destino, de igual forma tendrá varios beneficios como:

- Recibir un recuerdo identificativo del cantón Pujilí, dentro de los paquetes turísticos consta el servicio de transporte, alimentación, hospedaje, refrigerios, bebidas los mismos que cumplen los estándares de calidad.
- Contarán con un guía especializado quien informará detalladamente de todas las características de los sitios visitados.
- Tendrán la oportunidad de observar en las comunidades como elaboran las artesanías, aquí se les permitirá realizar su propia artesanía si lo desea, al retornar al sitio de partida los turistas podrán disfrutar y compartir la cultura del cantón mediante la participación activa con grupos folclóricos, musicales que interpretarán el baile del danzante autóctono de Pujilí, también disfrutaran de la gastronomía mediante la degustación de platos típicos del sector, estas actividades lo realizaremos los fines de semana donde existe mayor afluencia de turistas en el sector.

Con todo lo expuesto, se puede decir que el turista valorara nuestro servicio y nos recomendará para que nos visiten.

2.12.4 Tipo de relación con el cliente

Asistencia personal: La relación con el cliente es directa, es decir, el personal administrativo se comunica directamente con el cliente en el proceso de la

compra-venta del producto y el personal operativo brinda el servicio adquirido de manera directa al cliente.

Asistencia personal exclusiva: Aquí un representante de la operadora realiza la atención personalizada se dedica especialmente a un cliente.

Comunidades: Permite profundizar la relación con el turista, al mismo tiempo permitirá contar con los contactos de los miembros de la comunidad.

2.13 Gestión de Marketing

2.13.1 Producto

"Camino del Danzante Tours", es una Operadora de Turismo que se enfocará al segmento turistas nacionales, extranjeros, que desean tener experiencias conociendo atractivos naturales (esto se puede ampliar a conocer otros lugares importantes como el volcán Cotopaxi que se encuentra dentro del Parque Nacional Cotopaxi), visitar la naturaleza, conocer diferentes culturas y pueblos y visitar y conocer el Centro Histórico del cantón Pujilí.

Para el primer año de funciones, la Operadora Turística "Camino del Danzante Tours" establece 3 paquetes turísticos iniciales, que son los siguientes:

Tabla 19

Productos a ofertar

N	Destino	# Días	Denominación comercial
1	Volcán Cotopaxi	1	Tour "Cuello de luna"
2	Laguna del Quilotoa	1	Tour "Muela de la princesa Toa"
3	Comunidad Shalalá	1	Tour "Danzantes y cultura"

Elaborado por: Darwin Villacrés

A continuación la descripción de los 3 paquetes turísticos que la Operadora de Turismo "El Camino del Danzante Tours", los cuales servirá inicialmente para impulsar su venta:

Figura 7
Paquete Turístico 1

Denominación: “Tour “Cuello de luna””

Duración. 1 día

Grupo: De 1 a 3 pax (pasajeros)

ITINERARIO	
Hora	Actividades
07h00	Salida de Pujilí (Operadora)
08h00	Bienvenida en el Barrio Santa Rita-Parroquia Pastocalle
09h00	Visita a la Laguna Limpiopungo (Parque Nacional Cotopaxi)
10h00	Refrigerio
10h30	Ascenso al volcán Cotopaxi
11h30	Llega al Refugio “José Rivas”
13h00	Almuerzo
14h00	Visita a los glaciares del volcán Cotopaxi cercanos al refugio
15h30	Retorno a Pujilí
17h30	Llegada a Pujilí, despedida y fin del servicio

Importante:

SERVICIOS QUE INCLUYE:	SERVICIOS QUE NO INCLUYE:	QUÉ LLEVAR:	QUÉ NO LLEVAR:
Alimentación: 1 refrigerio, 1 almuerzo Guianza: Guía Especializado en Áreas Naturales Transporte	Comidas no especificadas Bebida personales, Propinas	Cámara fotográfica Ropa abrigada (impermeable, zapatos para caminata, gorra, protector solar)	Computadores Armas Objetos de valor

Elaborado por: Darwin Villacrés

Denominación: “Muela de la princesa Toa”

Duración: 1 día

Grupo: De 1 a 3 pax (pasajeros)

ITINERARIO	
Hora	Actividades
07h00	Salida de Pujilí (Operadora)
08h00	Bienvenida en la parroquia Zumbahua
08h30	Llegada al cráter del volcán Quilotoa
09h00	Descenso a la Laguna Quilotoa
10h00	Recorrido por Laguna Quilotoa
11h30	Refrigerio tradicional
12h00	Ascenso al cráter del volcán Quilotoa
14h00	Almuerzo
15h00	recorrido centro cultural y artesanal Quilotoa
16h00	Retorno a Pujilí
17h30	Llegada a Pujilí, despedida y fin del servicio

Importante:

SERVICIOS QUE INCLUYE:	SERVICIOS QUE NO INCLUYE:	QUÉ LLEVAR:	QUÉ NO LLEVAR:
Alimentación: 1 refrigerio, 1 almuerzo Guianza: Guía Especializado en Áreas Naturales Transporte	Comidas no especificadas Bebida personales, Propinas	Cámara fotográfica Ropa abrigada (impermeable, zapatos para caminata, gorra, protector solar)	Computadores Armas Objetos de valor

Elaborado por: Darwin Villacrés

Figura 9
Paquete Turístico 3

Denominación: Tour “Danzantes y cultura”

Duración. 1 día

Grupo: De 1 a 3 pax (pasajeros)

ITINERARIO	
Hora	Actividades
07h00	Salida de Pujilí (Operadora)
08h30	Llegada al cráter del volcán Quilotoa
09h00	Refrigerio tradicional
09h30	Recorrido por el cráter del volcán Quilotoa
12h30	Salida a la comunidad Shalalá
13h00	Almuerzo en la comunidad Shalalá
14h00	Convivencia cultural con la comunidad Shalalá
16h30	Retorno a Pujilí
17h30	Llegada a Pujilí, despedida y fin del servicio

Importante:

SERVICIOS QUE INCLUYE:	SERVICIOS QUE NO INCLUYE:	QUÉ LLEVAR:	QUÉ NO LLEVAR:
Alimentación: 1 refrigerio, 1 almuerzo Guianza: Guía Especializado en Áreas Naturales Transporte	Comidas no especificadas Bebida personales, Propinas	Cámara fotográfica Ropa abrigada (impermeable, zapatos para caminata, gorra, protector solar)	Computadores Armas Objetos de valor

Elaborado por: Darwin Villacrés

2.13.2 Distribución

Para que el producto de la Operadora de Turismo "Camino del Danzante Tours", llegue al cliente meta, debe pasar por tres fases el ingreso a las oficinas de la

empresa, aquí será recibido de un miembro de la empresa el mismo que le ofrecerá el servicio de los paquetes turísticos los al turista, para que finalmente llegue al consumidor.

2.13.3 Promoción

La promoción esta direccionada a darse a conocer a la empresa dentro del sector turístico con cada uno de sus servicios, se iniciará con una campaña ofensiva en los medios de comunicación digitales a nivel nacional.

Se ubicarán afiches en sitios estratégicos para darse a conocer como una empresa turística.

Imagen corporativa:

Para la imagen corporativa se ha establecido el nombre de la empresa, el logotipo, slogan y la papelería correspondiente, que se presenta a continuación:

Nombre comercial de la empresa:

Figura 10

Nombre comercial de la empresa

“Camino del Danzante Tours”

Elaborado por: Darwin Villacrés

Slogan:

“Turismo y cultura para el mundo”

Logotipo:

El logotipo de la empresa es el siguiente:

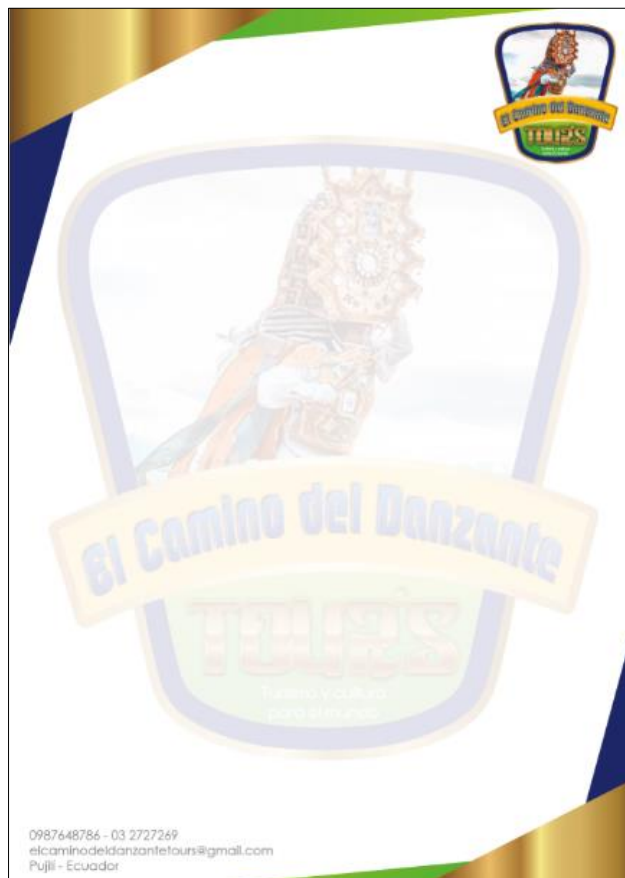
Figura 11
Logotipo de la empresa



Elaborado por: Darwin Villacrés

Papelería
La papelería propuesta es la siguiente:

Figura 12
Hoja Membretada



Elaborado por: Darwin Villacrés

Figura 13

Tarjeta de Presentación, Lado 1 y 2



Elaborado por: Darwin Villacrés

2.13.4 Precio

Los precios de los paquetes turísticos se identificaron con base en los costos de producción, la investigación de mercado y el método de pricing.

Los precios de los 3 paquetes que ofrece la Operadora de Turismo “El camino del Danzante Tours” son determinados de acuerdo a los siguientes criterios:

- Comparación de los precios con productos relacionados a la competencia.
- Resultados de la encuesta en relación a lo dispuesto a pagar por estos paquetes.
- Identificación de costos de producción.
- Utilidad sobre los costos de producción.
- Definición del Producto de Venta Pública (PVP)

Tabla 20

Precio de los Productos

N	Destino	# Días	Denominación Comercial	Costo de Producción por persona	Utilidad	Precio por persona	Redondeo (PVP)
1	Volcán Cotopaxi	1	Tour “Cuello de luna”	\$ 55,53	29,00%	\$71,64	\$72
2	Laguna del Quilotoa	1	Tour “Muela de la princesa Toa”	\$ 47,20	29,00%	\$60,89	\$70
3	Comunidad Shalalá	1	Tour “Danzantes y cultura”	\$ 52,20	29,00%	\$67,34	\$72

Elaborado por: Darwin Villacrés

2.14 Cronograma

Para la implementación del presente Plan de Negocio, se estable el siguiente cronograma:

Tabla 21
Cronograma propuesto

N°	Actividad	Responsable	Meses													
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	Constitución de la empresa (Trámite en la Superintendencia de Compañías)	Gerente	x	x												
2	Trámite para el Registro en el Ministerio de Turismo	Gerente				x										
3	Trámite para la obtención de Licencia Única Anual de Funcionamiento	Gerente				x	x									
4	Instalación y adecuación de la oficina de operaciones	Gerente					x									
5	Adquisición de los equipos de oficina	Gerente					x									
6	Aplicación del Plan de Gestión de Marketing	Gerente					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
7	Captación de turistas nacionales y extranjeros	Gerente							x	x	x	x	x	x	x	x
8	Comercialización de los paquetes turísticos	Gerente										x	x	x	x	x
	Puesta en marcha el negocio	Gerente					x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Elaborado por: Darwin Villacrés

2.15 Conclusiones Capítulo II

- El diagnóstico del entorno turístico del cantón Pujilí es de gran importancia para el desarrollo de la Operadora “El Camino del Danzante Tours”, ya que se identificaron recursos naturales existentes que son parte de los paquetes turísticos a ofertar y por la importancia de contar con la presencia de la laguna del Quilotoa que es uno de los atractivos más visitados en el Ecuador.
- La Operadora de Turismo “El Camino del Danzante Tours” se basa en su direccionamiento estratégico para el éxito de la misma, la Misión, Visión y Objetivos Estratégicos orientarán a la empresa a su implementación y su desarrollo progresivo en el tiempo.
- La identificación de los elementos del modelo de negocios de la Operadora de Turismo “El Camino del Danzante Tours”, permitió el análisis del mercado, pricing, la gestión de marketing y demás elementos técnicos necesarios para la viabilidad de la empresa.
- El análisis financiero determinó que la inversión para esta empresa es adecuada, ya que el Valor Actual Neto (VAN) es de \$10.166,45 siendo positivo para la inversión; la Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR) es del 20% y; la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 77% siendo un importante rendimiento si se realizara la inversión.

CAPÍTULO III

3. VALIDACION DE LA PROPUESTA

3.1 Evaluación de expertos

Para la evaluación de expertos sobre el presente proyecto de emprendimiento, se tomó en consideración a la Mg. Rina Monserrat Erazo, una Profesional en Turismo y Magíster en Gestión del Turismo, consultora turística para la Fundación CODESPA (Corporación para el Desarrollo de Actividades Asistenciales-España), para la cual ha desarrollado Planes de Negocios, Modelos de Gestión en turismo y Planes Estratégicos de ámbito local y binacional; asimismo tiene experiencia en diseño, implementación, ejecución y seguimiento en proyectos turísticos pertenecientes al proyecto macro “Proyecto de Desarrollo del Corredor Central” Convenio Gobierno Nacional-Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola FIDA. Por su perfil profesional y su experticia en el ámbito turístico, cumple con los requisitos para validar el Plan de Negocio para la creación de una Agencia Operadora de Turismo en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi.

El proceso desarrollado contiene las siguientes características:

- Construcción del instrumento (cuestionario con 2 partes: Preguntas cerradas y Preguntas abiertas)
- Aplicación del cuestionario enviado a su email, adjuntando el Plan de Negocio para la creación de una Agencia Operadora de Turismo en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi
- Análisis de sus respuestas

- Validación del Plan de Negocio

El cuestionario desarrollado contiene 20 interrogantes técnicas, estructuradas e 4 aspectos: Generalidades del plan de negocios, Direccionamiento estratégico, Investigación de mercado y; Análisis económico que son las siguientes:

1. ¿El resumen ejecutivo del Plan de Negocio logra sintetizar la propuesta de emprendimiento y la información relevante?
2. ¿La estructura del Plan de Negocios es la adecuada?
3. ¿La Misión de la Operadora de Turismo tiene los elementos fundamentales para su ejecución?
4. ¿La Visión de la Operadora de Turismo si cumple con los requerimientos para su alcance?
5. ¿La Visión de la Operadora de Turismo, cumple con los requerimientos para su alcance?
6. ¿Las políticas de la Operadora de Turismo, cumple con los requerimientos para su alcance?
7. ¿Los valores corporativos de la Operadora de Turismo, cumple con los requerimientos para su alcance?
8. ¿Está de acuerdo con la ventaja competitiva establecida para la Operadora de Turismo?
9. ¿Está de acuerdo con los elementos considerados en la gestión de talento humano?
10. ¿El proceso de análisis de la demanda, cumple con los elementos necesarios?
11. ¿El producto/servicio que oferta la empresa, será aceptado por los clientes potenciales?
12. ¿El proceso de identificación de los clientes, cumple con los elementos necesarios?
13. ¿El proceso de análisis de la competencia, cumple con los elementos necesarios?

14. ¿Los canales propuestos, cumplirían con una adecuada distribución del producto?
15. ¿La imagen corporativa (nombre de la Operadora de Turismo, logotipo, colores corporativos, slogan) logran transmitir la esencia de la actividad turística de la Operadora de Turismo?
16. ¿Considera que el Modelo de Ingresos cumple con los elementos necesarios para el análisis económico viable para la Operadora de Turismo?
17. ¿Considera que el Modelo de Gastos cumple con los elementos necesarios para el análisis económico viable para la Operadora de Turismo?
18. ¿La inversión a realizar es la conveniente para la empresa?
19. ¿Considera que las proyecciones de ventas están acorde a las capacidades de la Operadora de Turismo?
20. ¿El análisis con base en los indicadores económicos están acorde a la inversión realizada?

Las respuestas otorgadas a las 20 interrogantes por componentes del Plan de Negocio de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours” por parte de la experta son todas positivas, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 22
Validación de la propuesta

Interrogantes por componentes del Plan de Negocios de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours”		Respuesta	
		SI	NO
Componente 1: Generalidades del plan de negocios			
1	¿El resumen ejecutivo del Plan de Negocio logra sintetizar la propuesta de emprendimiento y la información relevante?	x	
2	¿La estructura del Plan de Negocios es la adecuada?	x	
Componente 2: Direccionamiento Estratégico			
3	¿La Misión de la Operadora de Turismo tiene los elementos fundamentales para su ejecución?	x	
4	¿La Visión de la Operadora de Turismo si cumple con los requerimientos para su alcance?	x	
5	¿La Visión de la Operadora de Turismo, cumple con los requerimientos para su alcance?	x	
6	¿Las políticas de la Operadora de Turismo, cumple con los requerimientos para su alcance?	x	
7	¿Los valores corporativos de la Operadora de Turismo, cumple con los requerimientos para su alcance?	x	

8	¿Está de acuerdo con la ventaja competitiva establecida para la Operadora de Turismo?	x
9	¿Está de acuerdo con los elementos considerados en la gestión de talento humano?	x
Componente 3: Investigación de Mercado		
10	¿El proceso de análisis de la demanda, cumple con los elementos necesarios?	x
11	¿El producto/servicio que oferta la empresa, será aceptado por los clientes potenciales?	x
12	¿El proceso de identificación de los clientes, cumple con los elementos necesarios?	x
13	¿El proceso de análisis de la competencia, cumple con los elementos necesarios?	x
14	¿Los canales propuestos, cumplirían con una adecuada distribución del producto?	x
15	¿La imagen corporativa (nombre de la Operadora de Turismo, logotipo, colores corporativos, slogan) logran transmitir la esencia de la actividad turística de la Operadora de Turismo?	x
Componente 4: Análisis Económico		
16	¿Considera que el Modelo de Ingresos cumple con los elementos necesarios para el análisis económico viable para la Operadora de Turismo?	x
17	¿Considera que el Modelo de Gastos cumple con los elementos necesarios para el análisis económico viable para la Operadora de Turismo?	x
18	¿La inversión a realizar es la conveniente para la empresa?	x
19	¿Considera que las proyecciones de ventas están acorde a las capacidades de la Operadora de Turismo?	x
20	¿El análisis con base en los indicadores económicos están acorde a la inversión realizada?	x

Elaborado por: Darwin Villacrés

Adicionalmente, se le solicitó a la experta su apreciación en general con relación a los 4 aspectos que contiene el Plan de Negocio, sus apreciaciones fueron las siguientes:

- “En la revisión del Plan de Negocio de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours” se resalta el trabajo investigativo, de campo y metodológico que se ha desarrollado.
- El Plan de Negocio cumple con todos los requisitos esenciales para su implementación, ya que se ha realizado la investigación de mercado y con base a éste se la propuesta del producto, la ubicación de la empresa y definición del precio, todo esto, responde a un proceso metodológico que sustenta a este proyecto de emprendimiento.

- Se valora que en este Plan de Negocio se incluye el análisis de las macrovariables y microvariables económicas dan lugar al contexto de la actividad turística en el Ecuador y el mundo; lastimosamente contrastando con la situación sanitaria mundial que estamos atravesando (COVID 2019) pero; con la prospección analítica que en esta era COVID y post COVID, la actividad turística en áreas naturales y espacios abiertos tendrá un despunte muy interesante para el Ecuador, ya que el 19% del territorio es área natural protegida, entre ellas el Parque Nacional Cotopaxi y la Reserva Ecológica Los Ilinizas, espacios en donde se desarrollarán las visitas turísticas de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours”; por lo tanto, para el futuro, la implementación de este Plan de Negocio es viable.
- Finalmente, se valora que el análisis económico está bien sustentado, ya que la inversión inicial de \$4000,00 responde a la implementación de un Operadora de Turismo básica y que, con la captación de turistas y extranjeros tendrá ingresos importantes para que los próximos años pueda seguir creciendo en activos. De igual manera, los resultados de los indicadores económico respaldan la inversión, tal es el caso del Valor Actual Neto (VAN) al ser positivo y la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor al retorno que se tuviera en una inversión pasiva; por ello, existe productividad del dinero invertido y la viabilidad del proyecto de emprendimiento”.

Al aplicar el cuestionario y analizando las consideraciones generales por parte de la experta, se valida el Plan de Negocios de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours”.

3.2 Evaluación de usuarios

Para la evaluación de usuarios se aprovechó la llegada de turistas nacionales a la Laguna del Quilotoa y al Parque Nacional Cotopaxi durante el fin de semana del 10 de agosto del presenta año. A dos turistas en cada lugar se les preguntó si le

gustaría utilizar los servicios de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours” y mencionaron que “sí les gustaría” que les gusta la propuesta innovadora de visitar la comunidad de Shalalá y realizar turismo comunitario, que les gusta la propuesta de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours” en coordinar con las poblaciones locales para que brinden servicios o actividades a los turistas que los visitan.

Mencionaron que se sienten motivados por la propuesta y que en cuanto se implemente la Operadora, se pueda contactar con ellos para que sean los primeros clientes.

3.3 Evaluación de resultados

Los resultados obtenidos en este proceso de consulta, tanto a la experta como a los clientes potenciales son de gran importancia para la validación del presente proyecto de emprendimiento; en concordancia con lo expuesto por ellos, se identifica que existe la aceptación y validación del Plan de Negocio de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours”.

En la consulta realizada a la experta se incorporaron todos los componentes técnicos del Plan de Negocio, los cuales fueron identificados y valorados por la misma, siendo favorable para los resultados de este proceso de validación del presente proyecto de emprendimiento.

3.4 Resultados esperados de la propuesta

Los resultados esperados de la implementación del Plan de Negocio de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours” se detallan a continuación:

- Posicionamiento en el mercado turístico.
- Referencia positiva por parte de los clientes.
- Participación del mercado provincial, regional y nacional.
- Cumplimiento del direccionamiento estratégico.

- Alcance de las proyecciones de ventas propuestas y; en lo posible sobrepasarlas.
- Logro del rendimiento de la inversión según sus indicadores económicos.
- Posicionamiento de imagen de la Operadora a través de la Responsabilidad Social Empresarial.

3.5 Conclusiones Capítulo III

- La utilización del proceso de validación en este apartado fue adecuado para la aprobación del Plan de Negocio de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours”, ya que se obtuvieron criterios muy importantes y valederos para el presente proyecto de emprendimiento.
- El aporte y la confiabilidad al presente proyecto de emprendimiento por parte de la experta es muy importante, ya que en sus apreciaciones generales hace referencia a la situación actual que vive el mundo (COVID 2019) y la proyección de recuperación del turismo en Ecuador a corto y largo plazo.
- La aceptación de la propuesta en la creación de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours” por parte de los usuarios es motivante para la implementación, esto se debe al proceso metodológico que ha tenido el desarrollo del Plan de Negocios.

Conclusiones Generales

- La revisión bibliográfica permitió evidenciar que existe soporte teórico, técnico y metodológico que reviste el desarrollo del presente proyecto de emprendimiento y, de forma específica a todo el desarrollo del Plan de Negocio para la creación de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours”.
- El Plan de Negocios para la creación de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours” se basa en su direccionamiento estratégico que orientarán a la empresa a su implementación y su desarrollo progresivo en el tiempo, tomando en cuenta los elementos del modelo de negocios, el cual permitió el análisis del mercado, pricing, la gestión de marketing y demás elementos técnicos necesarios para la viabilidad de la empresa como determinó el análisis financiero que la inversión para esta empresa es adecuada, ya que el Valor Actual Neto (VAN) es de \$10.166,45 siendo positivo para la inversión; la Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR) es del 20% y; la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 77% siendo un importante rendimiento si se realizara la inversión.
- La propuesta de creación de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours” es validada y valorada por parte de la experta en el tema y por los usuarios, haciendo énfasis a la situación sanitaria actual que vive el mundo (COVID 2019) y la proyección de recuperación del turismo en Ecuador a corto y largo plazo.

Recomendaciones

- Se recomienda implementar el presente Plan de Negocios como aporte al desarrollo turístico de la provincia de Cotopaxi, y por ende, el desarrollo del país a través de la generación de plazas de trabajo, la contratación de servicios profesionales, la compra de insumos y la participación activa de las comunidades aledañas a los atractivos turísticos incluidos en los paquetes turísticos que ofrece la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours”.

- De la mano con la implementación del presente Plan de Negocios, se recomienda realizar un análisis más a amplio sobre la era COVID 2019, como aporte a la visualización de escenarios y contextualización del ámbito turístico para definir el mejor proceso de ejecución de esta propuesta de creación de la Operadora de Turismo “Camino del Danzante Tours”.

- Es recomendable continuar con los procesos de validación por parte de usuarios a las diferentes propuestas que se puedan realizar, por ejemplo, cuando se generen nuevos paquetes turísticos, es importante tomar en cuenta el criterio y la aceptación de sus usuarios.

Referencias Bibliográficas

- A, G., J, M., & Sevilla. (2005). *Gestion del turismo cultural y de ciudad*. España: Castilla.
- Alfredo, Umaña;María, Gottret;Claudio, Mojica. (2011). Elaboración de planes de negocio para la gestión de empresas asociativas rurales. *Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE)*, 11-15-17.
- Binkhorst, E. (2008). Turismo de co-creación, valor añadido. *Turismo*, 40.
- Bonnet, Surco, & Delgado. (2018). PPlan de negocio para la creación de un centro de servicios turísticos en el destino de Mollepatá Cusco. Cusco, Perú.
- Cañigual, A. (2016). Hacia una economía colaborativa. *Oikonomics;Revista de economía, empresa y sociedad*.
- Chiavenato, I. (2001). *Administración Proceso Administrativo*. Colombia.
- COLEGIO DE BACHILLERES DEL ESTADO DE SONORA. (Junio de 2014). Servicios Turísticos. *PRACTICA FUNCIONES DE AGENCIA DE VIAJES*. México.
- Constitución de la República del Ecuador. (20 de 10 de 2008).
<https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/private/asambleanacional/filesasambleanacionalnameuid-29/2018-08-01-constitucion-reformada.pdf>. Obtenido de <https://www.asambleanacional.gob.ec/es>
- Gallardo-Gallardo, E. (s.f.). Introducción a la dirección de empresas: Conceptos básicos. Barcelona.
- Gobierno Autónomo Decentralizado Municipal del Cantón Pujilí. (27 de Agosto de 2010). *Atractivos Turísticos*. Obtenido de <https://www.municipiopujili.gob.ec/pujili/images/turismo2013/lugaresturisticospujili.pdf>: <https://www.municipiopujili.gob.ec>

- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (2019). *INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales/>:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Ley de Turismo. (27 de 12 de 2002). *file:///C:/Users/PERSONAL/Desktop/LEY-DE-TURISMO.pdf*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ludeña. (Abril de 2016). Turismo y Hotelería. Loja, Ecuador: Primera.
- Maldonado Alcántara, S. (2016). *La administracion turistica y su entorno*. Mexico: Copyright:© All Rights Reserved.
- Ministerio de Ambiente. (2015). *Valoración Económica del Aporte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas a la Nueva Matriz Productiva del Ecuador: Sector Turismo*. Obtenido de <file:///G:/revista.turi/SNAP%20TURISMO%20WEB.pdf>:
<http://www.ambiente.gob.ec>
- Ministerio de turismo (MINTUR). (2017). *Boletin-Estadisticas-Turisticas-2012-2016*. Obtenido de <file:///G:/revista.turi/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2012-2016.pdf>: <https://www.turismo.gob.ec/>
- Ministerio de Turismo [MINTUR]. (Septiembre de 2018). *file:///G:/revista.turi/PerfilesDeTurismoInternacional.pdf*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec>

Ministerio del Ambiente [MAE]. (2018).

file:///G:/revista.turi/SNAP%20TURISMO%20WEB.pdf. Obtenido de
<http://www.ambiente.gob.ec>

MINTUR. (2007). *Cuenta Satélite de Turismo*. Obtenido de

<https://servicios.turismo.gob.ec>: <https://servicios.turismo.gob.ec>.

MINTUR. (26 de Septiembre de 2007). *file:///G:/revista.turi/b.-2017.-*

PLANDETUR-2020.pdf. Obtenido de TOURISM & LEISURE
ADVISORY SERVICES (T&L): <https://www.turismo.gob.ec>

MINTUR. (2017). *Boletín-Estadísticas-Turísticas-2012-2016*. Obtenido de

file:///G:/revista.turi/Boletín-Estadísticas-Turísticas-2012-2016.pdf:
<https://www.turismo.gob.ec/>

MINTUR. (2018).

MINTUR. (2018). *file:///G:/revista.turi/PerfilesDeTurismoInternacional.pdf*.

MINTUR. (Enero de 2020). *Boletines Mensuales Turismo*. Obtenido de

<https://servicios.turismo.gob.ec/>

Molina, S. (2005). *Sistema Turístico*. Mexico: Trillas.

Navarro, A. (2013). *Agencias de viajes y tour operadoras*.

Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización

clasificación Y valoración. *Cuadernos de turismo*. Obtenido de

file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/221641-

Texto%20del%20art%C3%ADculo-786441-1-10-20150312.pdf:

www.eutm.es

OMT. (2018).

- Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWT). (18 de junio de 2018).
Organización Mundial del Turismo . Obtenido de Panorama OMT del turismo internacional Edición : <https://www.e-unwto.org>
- Organización Mundial del Turismo [OMT-UNWT]. (julio de 2018). *Panorama OMT del turismo internacional*. Madrid. Obtenido de <https://www.e-unwto.org>
- Pannoso, A. (2012). *Teoría del turismo. Conceptos modelos y sistemas*. Mexico: Trillas.
- Reglamento general de actividades turísticas. (2011).
file:///G:/revista.turi/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf. Obtenido de Reglamento general de actividades turísticas: <http://www.lexis.com.ec/>
- Reglamento General de la Actividades Turísticas. (2011).
file:///G:/revista.turi/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>
- REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TURÍSTICAS. (16 de SEptiembre de 2011). *file:///G:/revista.turi/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS.pdf*. Obtenido de <http://www.lexis.com.ec/>
- Reyna, I. P. (2011). *Teoría General del Turismo*. México.
- Rodríguez, A. (2016). La economía colaborativa. Una aproximación al turismo colaborativo en España. *CIRIEC-España, Revista de Economía*.

Sánchez, R. (2016). Economía colaborativa: un nuevo. *CIRIEC-España, Revista de Economía*.

Sonora. (Junio de 2014). Servicios Turísticos. *Practica funciones de agencia de viajes*. México.

Teran, J. (2018). Plan de Negocio para la creación de una agencia operadora de turismo en el cantón Otavalo. Quito, Ecuador.

VaraHorna, A. A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación:7 pasos para una tesis exitosa* . Lima: Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres.

Yarto, E. (2007). *Turismo de convenciones, incentivos, congresos y exposiciones*. Mexico: ISBN.

Anexos

Anexo 1 : RECURSOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN PUJILÍ

RECURSOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN PUJILÍ (Información Inventario Atractivos Turísticos de la provincia de Cotopaxi- GAD PROVINCIAL COTOPAXI 2015)			
N.	PARROQUIA	SITIOS NATURALES	MANIFESTACIONES CULTURALES
1	ANGAMARCA	FORMACIONES ROCOSAS “EL CHIVO”	CENTRO HISTÓRICO DE ANGAMARCA
		CUEVA DE LOS TAYOS	HACIENDA EL SHUYO
		EL CHURO	MOLINOS TRADICIONALES DEL SHUYO
		CHORRERA SANTA BLANCA	FIESTA DE NAVIDAD - LOS CAPORALES
2	EL TINGO	CASCADA CALIFORNIA	PESCA ARTESANAL
		CASCADA MILAGRO	ANTIGUO HOSPITAL DE EL TINGO
		CUEVA DE LOS MURCIÉLAGOS	TRAPICHES TRADICIONALES
		CASCADA SAN VICENTE	HACIENDA TAGUALÓ
		MIRADOR DE LA CASCADA TILIPULO	GASTRONOMÍA DE EL GUAYACÁN
		CASCADA DE EL GAVILÁN	FIESTAS DEL DIEZ DE AGOSTO
		CASCADA DEL OSO	MINAS DE ORO DE MACUCHI
		FIESTAS DEL DIEZ DE AGOSTO	
		BALNEARIO DE PUEMBO	
MIRADOR LA MIRA			
3	GUANGAJE	CUEVA DEL INCA	MIRADOR 8 DE SEPTIEMBRE
		CASCADA CANDELA FASO	ARTESANÍAS DE CULATIPO
		CHURO PUCARÁ	GALERÍAS ARTESANALES TIGUA
		CERRO DE LOS CURIQUINGUES	CABEZA DEL INCA – PADRE RUMI
		VERTIENTE TERMAL ANCHI	
4	LA MATRIZ	AGUAS TERMALES DE ALUCHÁN	DANZANTES DE PUJILÍ
			IGLESIA MATRIZ DE PUJILÍ
			SANTUARIO DEL NIÑO DE ISINCHE
			CASONA “EL CAPULÍ”
			EDIFICIO MUNICIPAL DE PUJILÍ
			MIRADOR DE SINCHAGUASIN
			TALLER DE VITRALES SUMALÓ
			COLEGIO DE ARTE SAN NICOLÁS
			ARTESANÍAS EN MINIATURA DE PUJILÍ
			IGLESIA DE SAN JUAN
			IGLESIAS DE GUAPULO
			CHAGUAR MISHQUE
			GASTRONOMÍA TÍPICA DE PUJILÍ
	PROYECTO DE ALPACAS JATUN JUIGUA YACUBAMBA		
	FESTIVIDADES DEL CORPUS CHRISTI		
5	LA VICTORIA	EL MORTIÑAL	ALFARERÍA DE LA VICTORIA

		MIRADOR CHUCUTISÍ	GASTRONOMÍA TÍPICA DE LA VICTORIA (DULCE DE CABUYA Y JUCHO)
			PATA DEL DIABLO
6	PILALÓ	VALLE DE PILALÓ	FIESTAS DE APAHUA
		CUEVA RUMIPUNGO	CRIADERO DE ALPACAS APAHUA
		CASCADA DE ARRAYÁN	EMBOTELLADORA DE AGUA “H VIDA”
		AGUA MINERAL EL SALADO	COLECCIÓN DE MÚSICA DEL SR. LUIS VACA
		CUEVA MINUS UCTU	GASTRONOMÍA DE LA PARROQUIA PILALÓ
		CUEVA CUNUC YACU	TRAPICHES TRADICIONALES DE CHOASILLÍ
		PICOS ROCOSOS DE SUMIRUMI	ELABORACIÓN DE MÁSCARAS DE MADERA
			MOLINO DE PIEDRA
7	ZUMBAHUA	CERRO IGLESIA MATZI	FERIA DE ZUMBAHUA
		VALLE DE ALTURA MICHACALÁ	ANDENES DE CULTIVO PRE - INCA
		VERTIENTE MINERAL SANTO RUMI	NIÑITO SANTO RUMI
		CERRO CÓNDOR MATZI	IGLESIA RUMICRUZ
		CERRO TIGLÁN	GALERÍA ARTESANAL “QUILOTOA”
		LAGUNA DE QUILOTOA	TALABARTERÍA QUILOTOAPAMBA
		CAÑÓN DEL TOACHI	TALLER ARTESANAL DE JATALOCUCHO
		CUEVA DEL INCA	GRUPO INCA ÑAN Y DANZA CÓNDOR ENAMORADO
		COMPLEJO LACUSTRE VERDE COCHA	
		AGUA TERMAL CHICHO	
		MIRADOR EL CÓNDOR	
		COMPLEJO MONTAÑOSO THZIRIMATZI	
		ROCA ARCOS VENTANA	
		MIRADOR Y CERRO ARITZA	
		CERRO TACACSA	
MIRADOR CHAMIWAYCO (CAÑÓN DEL RIO TOACHI)			

Anexo 2 : ENCUESTA APLICADA A LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITAN LA LAGUNA DEL QUILOTOA



Universidad
Técnica de
Cotopaxi



Posgrado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Encuesta dirigida a: Turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Pujilí.

Objetivo: Identificar la demanda turística para la factibilidad de implementar una Operadora de Turismo en el cantón Pujilí.

Fecha de encuesta: **Nº de Encuesta:**

Instrucciones: Por favor responder a su criterio marcando con una X frente a cada pregunta.

CUESTIONARIO

DATOS GENERALES DEL/A ENCUESTADO/A

1. Procedencia
 - a) Nacional (....)
 - b) Extranjero (....)
2. Género:
 - a) Masculino (....)
 - b) Femenino (....)
3. Ocupación del turista
 - a) Estudiante (....)
 - b) Profesional (....)
 - c) Jubilado (....)
4. Nivel de instrucción del turista
 - a) Básica (....)
 - b) Media (....)
 - c) Superior (....)
 - d) Cuarto nivel (....)

ACERCA DE SU VIAJE ACTUAL:

5. Usted viaja con:
 - a) Solo/a (....)
 - b) Familia (....)
 - c) Amigos/as (....)
6. ¿Cuál medio de comunicación le influyó para decidir visitar el cantón Pujilí?
 - a) Internet (....)
 - b) Anuncios por televisión (....)
 - c) Revistas turísticas (....)
 - d) Amigos/as (....)
7. Su modalidad de viaje ha sido:
 - a) Con Operadora de Turismo (....)
 - b) Por su propia cuenta (....)
8. ¿Cuánto tiempo permanece en el cantón Pujilí?
 - a) Menos de 2 días (....)
 - b) Más de 2 días (....)

c) 1 semana (....)

OFERTA/DEMANDA

9. En su estadía en el cantón Pujilí, ¿Qué calificación de la calidad le daría a los servicios utilizados? Marque con una X

SERVICIOS	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala
a) Alojamiento					
b) Restauración					
c) Animación					
d) Transporte					
e) Guianza					

10. En su estadía en el cantón Pujilí, ¿Cuáles actividades preferiría realizar?

Marque con una X

- a) Visitar y conocer el Centro Histórico del cantón Pujilí

(...)

- b) Conocer atractivos naturales/visitar la naturaleza

(...)

- c) Conocer diferentes culturas y pueblos

(...)

- d) Realizar deportes de aventura

(...)

- e) Convivir en comunidades del cantón Pujilí

(...)

- f) Otros (...)

¿Cuáles?

11. ¿Le gustaría que le ofrecamos paquetes turísticos que incorporen actividades que seleccionó en la pregunta N°10?

- a) Sí (....)

- b) No (....)

12. Si su respuesta es "SÍ" ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tour turístico en el cual realicen actividades de visita, esparcimiento, aventura e intercambio cultural con comunidades en el cantón Pujilí durante 1 día y que incluya transporte, refrigerio, almuerzo y Guías especializados?

- a) De \$30 a \$50 (....)

- b) De \$51 a \$70 (....)

- d) De \$71 en adelante (....)

13. Si accediera a nuestros paquetes turísticos, ¿Qué exigiría en nuestros servicios?

- a) Seguridad (....)

- b) Calidad en el servicio (....)

- c) Calidad y calidez en el trato (....)

- d) Precios accesibles (....)

- e) Personal capacitado (....)

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

Survey addressed to: National and foreign tourists visiting the Pujilí canton.

Objective: Identify the tourist demand for the feasibility of implementing a Tourism Operator in the Pujilí canton.

Survey date: **Survey number:**
.....

Instructions: Please answer your criteria by marking an X in front of each question.

QUESTIONNAIRE

GENERAL DATA OF THE RESPONDENT

1. Origin
 - c) National (....)
 - d) Foreigner (....)
2. Gender:
 - c) Male (....)
 - d) Female (....)
3. Tourist occupation
 - a) Student (....)
 - b) Professional (....)
 - c) Retired (....)
4. Tourist education level
 - a) Basic (....)
 - b) Average (....)
 - c) Superior (....)
 - d) Fourth level (....)

ABOUT YOUR CURRENT TRIP:

5. You travel with:
 - a) Alone (....)
 - b) Family (....)
 - c) Friends (....)
6. ¿ Which means of communication influenced you to decide to visit the Pujilí canton?
 - a) to Internet (....)
 - b) Television advertisements (....)
 - c) Tourist magazines (....)
 - d) Friends (....)
7. Your mode of travel has been:
 - a) With Tourism Operator (....)
 - b) On his own account (....)
8. ¿ How long do you stay in the Pujilí canton?
 - a) Less than 2 days (....)
 - b) More than 2 days (....)
 - c) 1 week (....)

OFFER / DEMAND

9. En During your stay in the Pujilí canton, what quality rating would you give to the services used? Mark with a X

SERVICES	Very good	Good	Fair	Bad	Very bad
a) Accommodation					
b) Restoration					
c) Animation					
d) Transportation					
e) Guidance					

10. During your stay in the Pujilí canton ¿Which activities would you rather do?

Mark with a X

- g) Visit and get to know the Historic Center of the Pujilí canton (...)
 - h) Know natural attractions / visit nature (...)
 - i) Get to know different cultures and peoples (...)
 - j) Do adventure sports (...)
 - k) Living together in communities of the Pujilí (...)
 - l) Other (...)
- ¿ Which?

11. ¿ Would you like us to offer you tour packages that incorporate activities that you selected in question No. 10 ?

- a) Yes (...)
- b) No (...)

12. If your answer is “YES”, how much would you be willing to pay for a tourist tour in which they carry out visiting, recreation, adventure and cultural exchange activities with communities in the Pujilí canton for 1 day and that includes transportation, refreshments, lunch and specialized guides?

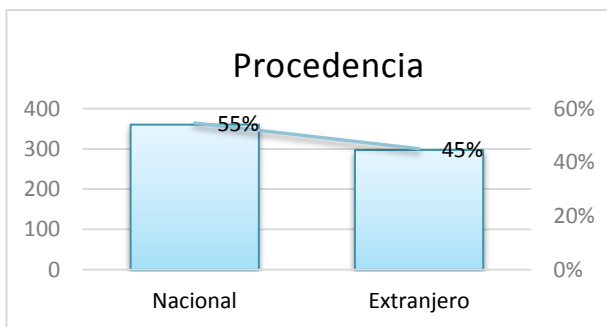
- a) From \$ 30 to \$ 50 (...)
- b) From \$ 51 to \$ 70 (...)
- d) From \$ 71 onwards (...)

13. If you accessed our tour packages, what would you require in our services?

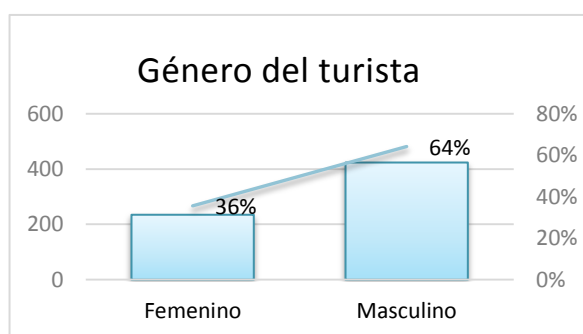
- f) Securit (...)
- g) Quality of service (...)
- h) Quality and warmth in the treatmen (...)
- i) Accessible prices (...)
- j) Trained personnel (...)

THANK YOU FOR YOUR COOPERATION

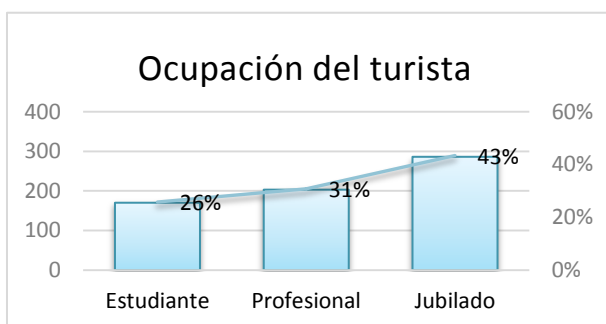
Anexo 3 : RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN DE ENCUESTAS



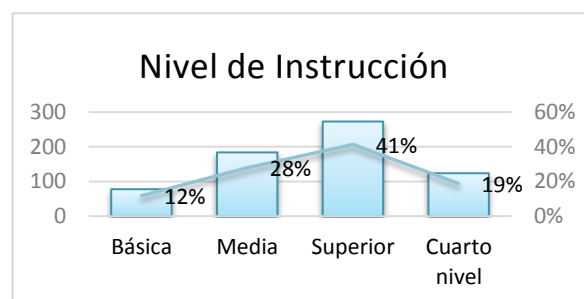
Pregunta N°1			
1. Procedencia	VARIABLE	FREC.	(%)
	Nacional	361	55%
	Extranjero	298	45%
	TOTAL	659	100%



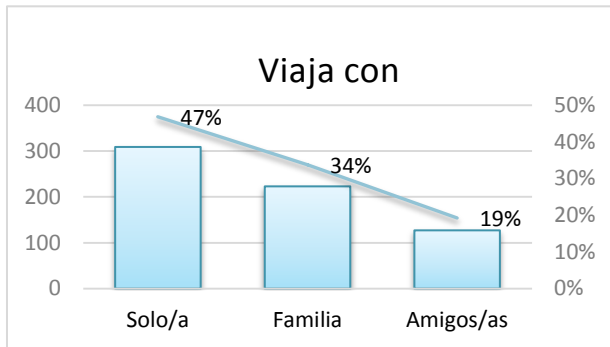
Pregunta N°2			
2. Género del turista	VARIABLE	FREC.	(%)
	Femenino	235	36%
	Masculino	424	64%
	TOTAL	659	100%



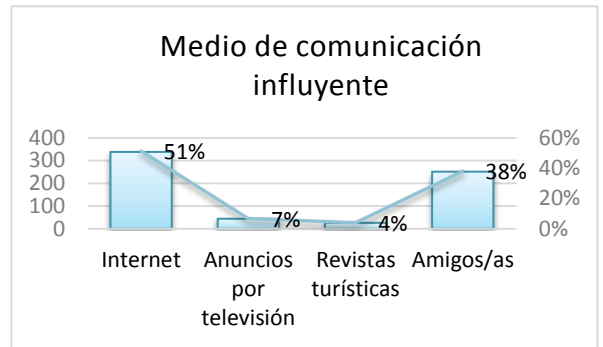
Pregunta N°3			
3. Ocupación del turista	VARIABLE	FREC.	(%)
	Estudiante	170	26%
	Profesional	203	31%
	Jubilado	286	43%
	TOTAL	659	100%



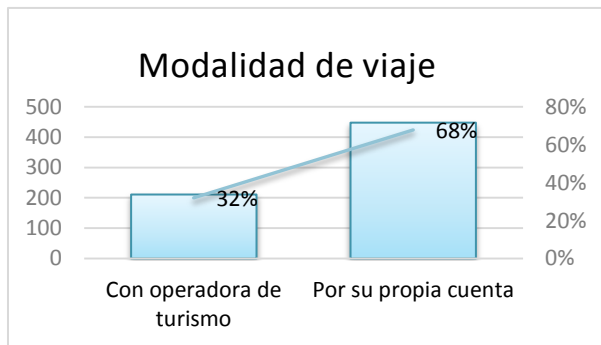
Pregunta N°4			
4. Nivel de Instrucción	VARIABLE	FREC.	(%)
	Básica	78	12%
	Media	184	28%
	Superior	273	41%
	Cuarto nivel	124	19%
	TOTAL	659	100%



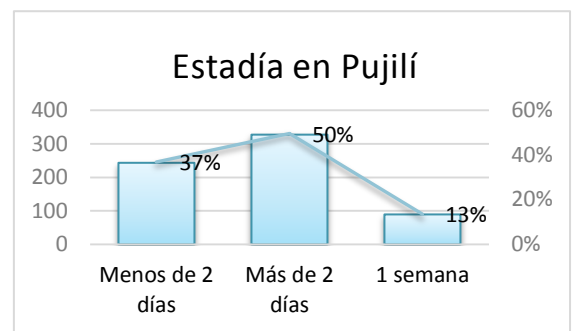
Pregunta N°5			
	VARIABLE	FREC.	(%)
5. Viaja con	Solo/a	309	47%
	Familia	223	34%
	Amigos/as	127	19%
	TOTAL	659	100%



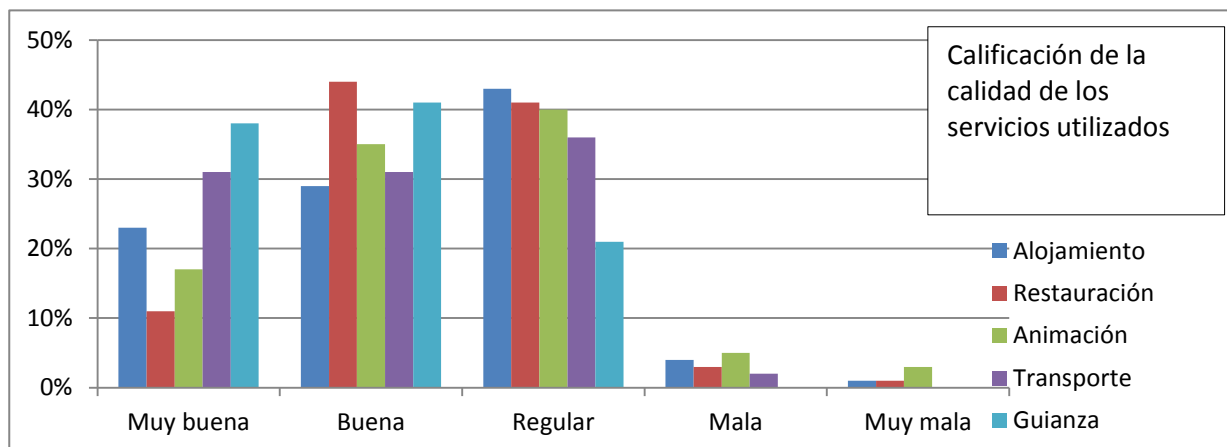
Pregunta N°6			
	VARIABLE	FREC.	(%)
6. Medio de comunicación influyente	Internet	338	51%
	Anuncios por televisión	44	7%
	Revistas turísticas	26	4%
	Amigos/as	251	38%
	TOTAL	659	100%



Pregunta N°7			
	VARIABLE	FREC.	(%)
7. Modalidad de viaje	Con operadora de turismo	211	32%
	Por su propia cuenta	448	68%
	TOTAL	659	100%

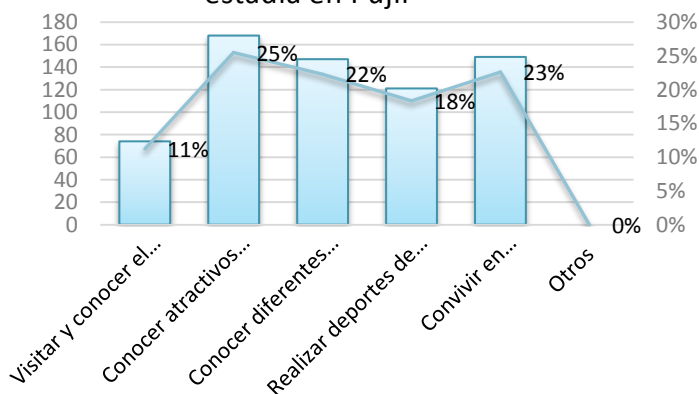


Pregunta N°8			
	VARIABLE	FREC.	(%)
8. Estadía en Pujilí	Menos de 2 días	243	37%
	Más de 2 días	327	50%
	1 semana	89	13%
	TOTAL	659	100%

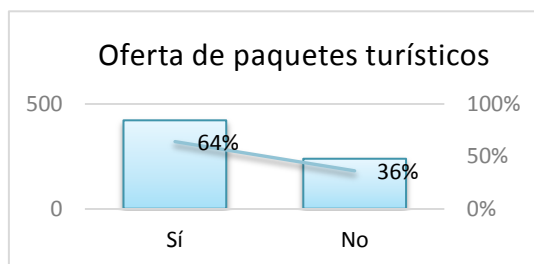


Pregunta N°9							
9. Calificación de la calidad de los servicios utilizados	VARIABLE	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala	TOTAL
	Alojamiento	23%	29%	43%	4%	1%	100%
	Restauración	11%	44%	41%	3%	1%	100%
	Animación	17%	35%	40%	5%	3%	100%
	Transporte	31%	31%	36%	2%	0%	100%
	Guianza	38%	41%	21%	0%	0%	100%

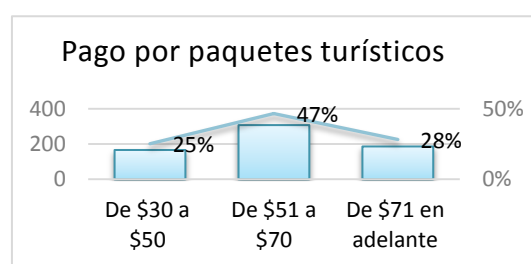
Actividades preferiría realizar en su estadía en Pujil



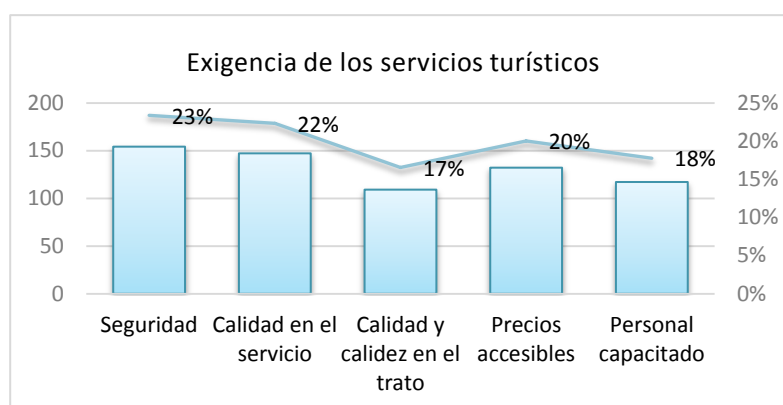
Pregunta N°10			
10. Actividades preferiría realizar en su estadía en Pujil	VARIABLE	FREC.	(%)
	Visitar y conocer el Centro Histórico del cantón Pujil	74	11%
	Conocer atractivos naturales/visitar la naturaleza	168	25%
	Conocer diferentes culturas y pueblos	147	22%
	Realizar deportes de aventura	121	18%
	Convivir en comunidades del cantón Pujil	149	23%
	Otros	0	0%
	TOTAL	659	100%



Pregunta N°11			
	VARIABLE	FREC.	(%)
11. Compraría paquetes turísticos de acuerdo a sus preferencias	Sí	421	64%
	No	238	36%
	TOTAL	659	100%



Pregunta N°12			
	VARIABLE	FREC.	(%)
12. Pago por paquetes turísticos en Pujilí	De \$30 a \$50	166	25%
	De \$51 a \$70	307	47%
	De \$71 en adelante	186	28%
	TOTAL	659	100%



Pregunta N°13			
	VARIABLE	FREC.	(%)
13. Como visitante del cantón Pujilí, ¿Qué exigiría en los servicios?	Seguridad	154	23%
	Calidad en el servicio	147	22%
	Calidad y calidez en el trato	109	17%
	Precios accesibles	132	20%
	Personal capacitado	117	18%
	TOTAL	659	100%

CARACTERIZACIÓN DE LA PARROQUIA LA VICTORIA

- ✓ **Ubicación geográfica:** 78°, 42´ de longitud occidental y 0°, 56´ de latitud sur, La extensión de la parroquia es 1921,53 ha o 19.21 km².
- ✓ **Límites:** Al norte con la parroquia Poaló del cantón Latacunga, al sur y occidente por la parroquia Matriz del cantón Pujilí, al oriente por la parroquia 11 de Noviembre del cantón Latacunga.
- ✓ **Población:** 3.016 habitantes, distribuidas 1.438 hombres (47,7%) y 1.578 mujeres (52,3%).
- ✓ **Aptitud del suelo en La Victoria:** De las 26.991 has, que cubre el territorio de La Victoria, el 25% corresponde al centro poblado residencial y no residencial, el 35% corresponde a zona urbana baja que se dedican a la agricultura, actividades pecuarias, forestales, semilleros, invernaderos, huertos, hortalizas y vergeles y mientas que el 75% corresponde a zona rural alta de protección ambiental, manejo hídrico o de prevención y mitigación de riesgos.
- ✓ **Uso actual del suelo:** En la parroquia La Victoria se encuentra una zona de páramo en los sectores de Collantes, El Calvario, Chilcaloma y Santo Domingo; cultivos de ciclo corto al norte de Chilcaloma y El Tejar; cereales en el Barrio Centro y San José; maíz con cultivos de ciclo corto en El Tejar, Santa Rosa, Barrio Centro y Mulinlivi Norte y áreas erosionadas en Mulinlivi Centro.
- ✓ **Producción:** Alfarería.- se dedican las comunidades de El Calvario, El Tejar, Mulinlivi y La Victoria Centro confeccionando cerámicas utilitarias, decorativas y para la construcción. Agrícola.- papa, maíz, cebolla, cebada, fréjol, chocho, lenteja, zambo, zapallo, quinua y arveja. Pecuaria.- bovinos, ovinos y porcino, aves de corral y especies menores. Artesanías.- shigras y turismo.
- ✓ **Biodiversidad:** La parroquia cuenta con una gran variedad de flora entre las que se encuentra: chuquiragua, matico, caballo chupa, valeriana, achupalla, cashamarucha, trinitaria, calagua, manzanilla, tilo, orégano, borraja, ortiga, pumamaqui, capulí, quishuar; en cuanto a la fauna están sapos, conejos, chucuri, lagartijas, tórtolas, mirlos, picaflores, huiragchuros, ricche, chusi, perdiz, lobo, zorro, raposas entre otros.
- ✓ **Ocupación de la población:** La ocupación más frecuente en la parroquia es la artesanal con el 21% de representatividad, siendo las mujeres las que han desarrollado más esta actividad 67%; así también el 21% son agricultores, sin descartar que existen casos frecuentes de pluriactividad (artesanal- agrícola).
- ✓ **Movilidad de la población:** A partir de 1998 a causa de la conflictividad económica y política se produjo una migración hacia Italia, España y Estados Unidos esta tendencia también se reprodujo en la parroquia La Victoria.
- ✓ **Educación y Cultura:** Solo el 11% de la población total de la parroquia es analfabeta, lo que corresponde a 292 personas de un total de 2762 habitantes. Las mujeres presentan un porcentaje más alto de analfabetismo que corresponde al 0,68 % en relación a los hombres que alcanzan el 0,68%. En el 40% de sectores de la parroquia no existen infraestructura recreativa, en tanto que en el 60% de no realiza actividades recreativas. Algunos sectores

participan en campeonatos, el Barrio Centro realiza mantenimiento y uso adecuado de los espacios.

- ✓ **Densidad poblacional:** Superficie de la parroquia (km²) es de 20,31; con una densidad poblacional de 148,50 hab/km.
- ✓ **Servicios básicos:** De los 10 barrios y comunidades de la Parroquia La Victoria, solo el Santo Domingo no cuenta con el servicio de energía eléctrica. El acceso a internet por parte de la población, es limitado, especialmente en sectores alejados al centro parroquial.
- ✓ **Vías de acceso:** En la parroquia La Victoria existe un total de 64,1 km de vías principales y secundarias, cuentan con el siguiente detalle Camino de herradura 3,2; Camino de verano 12,6; Carretera pavimentada 11,3; Carretera sin pavimentar, 17,7; sendero o vereda 18,5; Vías urbanas 0,9.
- ✓ **Conectividad:** El 66 % de la población de la parroquia cuenta con telefonía fija, especialmente en el Centro Parroquial y barrios cercanos. La telefonía móvil es más difundida especialmente en la población joven y adulta.
- ✓ **Riesgos:** Zonas con riesgo de deslaves, erosión hídrica y eólica.

CARACTERIZACIÓN DE LA PARROQUIA URBANA PUJILÍ

- ✓ **Ubicación geográfica:** 10 kilómetros al Sur – Oeste de la capital provincial, la parroquia Matriz se encuentra en la zona calificada como clima templado periódicamente seco denominado también mesotérmico semi húmedo. Una extensión territorial aproximada de 258 kilómetros cuadrados
- ✓ **Límites:** Norte: El Cantón Saquisilí y la Parroquia La Victoria. Sur: El Cantón Salcedo. Este: El Cantón Latacunga. Oeste: Parroquia Guangaje y parte de las parroquias Angamarca y Zumbahua.
- ✓ **Población:** Pujilí tiene 33430 habitantes, de los cuales 17698 son mujeres (52,9%) y 15732 corresponde a hombres (47,1%)
- ✓ **Producción:** La flora existente está constituida especialmente de árboles de eucalipto en asociación con pinos. El espacio restante se hace la práctica de cultivos en menor escala ya que su suelo se encuentra erosionado por el uso de agroquímicos.
- ✓ **Biodiversidad:** Entre las especies nativas de flora tenemos: pajonal, festuca, chuquiragua, aliso, capulí, chilca, yagual, romerillo, chocho, mortiño, achupalla, malva, entre otras. Las principales especies de fauna están: conejo, lobo de páramo, venado, raposa, chucuri, cóndor andino, frijillo, gaviota andina, gavián, colibrí, etc.
- ✓ **Ocupación de la población:** Entre las principales ramas de actividad que desarrollan los habitantes de la parroquia Matriz tenemos: el 38,37% trabajan en Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; el 12,54% trabajan en la construcción; el 10,53% trabajan en la enseñanza; el 6,85% trabajan en comercio al por mayor y menor; el 5,04% no declaro su rama de actividad; el 4,82% trabajan en la industria manufacturera; el 4,63% trabajan en transporte y almacenamiento; el 3,99% trabajan en administración pública y defensa; el 3,00 % trabajan en actividades de los hogares como empleadores; el 2,83% son trabajadores nuevos; el 1,52% trabajan en otras actividades de servicios; el

- 1,43% trabajan en actividades de alojamiento y servicio de comidas; el 1,31% trabajan en atención de la salud humana.
- ✓ **Educación y Cultura:** El 10,34% de la población no tiene ningún nivel de instrucción, el 33,25% posee un nivel primario, el 17,51% tiene educación básica, el 16,02% posee el nivel secundario, el 10,95% tiene nivel superior, el 5,89% posee bachillerato, el 2,28% se ignora el nivel de educación que posea, el 0,62% posee post grado.
 - ✓ **Densidad poblacional:** Con una población de 33.430, una superficie de la parroquia (km²) y densidad poblacional de 124,54 hab/km².
 - ✓ **Servicios básicos:** agua el 56.30% dispone de red pública, el 4.03% de pozo, el 35.66% de río o vertiente, el 0.20% de carro repartidor y el 3.79% de otro. Disponen de servicio eléctrico público 7560 usuarios es decir el 90.47% de la parroquia, el 0.01% tiene generador de luz (planta eléctrica), no disponen de servicio eléctrico 762 usuarios es decir el 9.12%. Disponen de servicio telefónico 1846 es decir el 21.86%; no disponen de servicio telefónico 6598 es decir el 78.14%. eliminación de basura por carro recolector 3059 (36.61%), arrojan la basura en terreno baldío o quebrada 753 usuarios (9.01%), por incineración 3911 (46.80%), 465 entierran la basura es decir el 5.56%, 80 la arrojan al río es decir el 0.96%, otra forma 88 (1.05%).
 - ✓ **Vías de acceso:** La Avenida Velasco Ibarra es la vía principal de la parroquia Matriz, es una vía asfaltada, se encuentra en muy buenas condiciones. Vías lastradas que comunican a los barrios. Vías de tierra que comunican a las comunidades. cooperativas de buses como: Pujilí, Vivero, 14 De Octubre, La Merced, además se encuentran cooperativas de taxis y camionetas.
 - ✓ **Conectividad:** telefonía fija y móvil, CNT da la cobertura fija a todo el cantón tiene extendida su red el 100% en la zona urbana. El sistema radial está el Radio EL SOL en frecuencia AM que tiene cobertura local, pero no tiene influencia en la población. Un canal de televisión llamado Full Canal, también se puede sintonizar todos los canales nacionales, y locales. Además se cuenta con una oficina de correos, y algunos locales de cabinas telefónicas.

CARACTERIZACIÓN DE LA PARROQUIA GUANGAJE

- ✓ **Ubicación geográfica:** ocupa la parte Norte del cantón Pujilí, en una altitud que va desde los 3.000 hasta los 4.360 m.s.n.m., distribuidas en, tres zonas altitudinales y una extensión territorial de aproximadamente 12.606,09 ha.
- ✓ **Límites:** el Norte con el Cantón Saquisilí, Parroquia Cochapamba, comunidades de Salamalag Grande; al sur con las comunidades de Rumichaca, Chimbaccucho, Quindisilli; al oriente limita con la comunidad de Maca Grande que pertenece a la Parroquia de Poaló Cantón Latacunga y al occidente con las riberas del Río Toachi, que colinda con las comunidades de Ponce Quilotoa, Pilapuchin.
- ✓ **Población:** 8026, distribuidos en 3.809 hombres (47,46 %) y 4.217 mujeres (52,54 %).
- ✓ **Aptitud del suelo en Guangaje:** los suelos es de conservación y protección cubre una superficie de 7913.82 has, tierras improductivas a 3836.03 has, para

el uso agrícola únicamente a 667.14 has mientras que para el uso pecuario 135.55 has.¹

- ✓ **Uso actual del suelo:** de las 12606,03 has, el páramo está representado por, 913,82 has, corresponde al área erosionada; 3835,80 has, cultivo de ciclo corto en área erosionada el 667,14 has; y 92,09 has a pasto cultivado.
- ✓ **Producción:** entre los principales productos que se cultivan están: papa, cebolla, habas, mellocos, cebada, chochos, trigo, maíz, avena y pastos de regeneración natural; el cultivo de papa es la actividad principal en agricultura con 47.45%, seguido por el maíz el 14.14%, la cebolla el 13.14%, chochos con 10.12% y cebada con 9.12% y en menor porcentaje los demás productos. La parroquia es potencial productora de ovinos y cuyes, aunque también se puede encontrar en menor cantidades porcinos, camélidos, bovinos, truchas y aves (gallinas). Además entre otros medios de producción se encuentra productos manufacturados como pinturas, artesanías y la actividad turística en dos de las comunidades como es en el caso de Tingo Pucara y Casa Quemada.
- ✓ **Biodiversidad:** en cuanto a biodiversidad al estar cubierta de páramo la mayor extensión del territorio, sus especies más representativas de flora y fauna son:

Entre las especies de flora se encuentran: achicoria amarilla, achicoria amarilla, achicoria blanca, achupallas, ashpa, chocho, cabuya negra, canayuyo, chamico, chilca, chilca negra, chuquiragua, piguil, diente de león, guanto, hierba mora, llantén, ñakcha, ortiga negra, verbena, paja, pasto, milín, pukachaklla, quishuar, sacha capulí, santa maría, sigse, trinitaria, yagual y mote de páramo.

Entre las especies de fauna encontramos las siguientes especies de aves: gorrión, guarro, curiwingue, tórtola, águila de páramo, quilico, mirlo, gavilán y ligle. Entre las especies de mamíferos se encuentran: zorro, lobo, conejo, zarigüeya, raposa, raposa burro y llama. En los anfibios se encuentran los sapos, en los reptiles lagartijas, y en cuanto a los peces, la trucha.

- ✓ **Ocupación de la población:** agricultura y pecuaria están representado por 2972 casos que representa el 79.47% de la PEA, en segundo orden tenemos a las actividades de manufactura, construcción, comercio, transporte que en conjunto suman un 15.32%, actividad económica que la realizan en su mayoría fuera de la parroquia, en cuanto se refiere a la preparación intelectual en la parroquia suman el 1.64% de la población.
- ✓ **Movilidad de la población:** El principal motivo de la salida del país es por trabajo con el 92,31% y estudios con el 7,69%. Los objetivos de estas migraciones, es la generación de ingresos adicionales a sus respectivas familias, los mismos que son utilizados para gastos de alimentación, vivienda, educación, transporte, recreación, entre otros.
- ✓ **Educación y Cultura:** la población analfabeta de la parroquia Guangaje, según el Censo de Población y Vivienda 2010 es de 40,30%; mientras el restante 59,70% si sabe leer y escribir. (Población de 15 a más años por condición de alfabetismo y grupos étnicos).

Existen: 5 estadios ubicados en las comunidades Cuchumbo, Tigua Centro, Tigua Quilotoa, Ocho de Septiembre y Guangaje Centro; 30 cementerios, 12

¹ Plan de Ordenamiento Territorial

canchas de uso múltiple, una plaza en la cabecera parroquial y en general todas las comunidades tienen espacios comunales que en los fines de semana se convierten en sitios de esparcimiento, se utilizan en las festividades para corridas de toros y otros usos generales. En Guangaje no se han identificado la existencia de áreas verdes, parques, y coliseos, además esta parroquia no está considerada como centro urbano.

✓ **Densidad poblacional:** habitan 61,45 personas por kilómetro cuadrado en un área de 130,60 km², según los datos del censo de población y Vivienda del INEC 2010.

✓ **Servicios básicos:** en cuanto a servicios de energía eléctrica, desechos sólidos, abastecimiento de agua; eliminación de basura.

Energía eléctrica a nivel parroquial motivo de estudio es de 78.71% en cobertura con un déficit del 21.29% según la información del censo 2010; la eliminación de aguas servidas por conexión red pública de alcantarillado 0%, por conexión a pozo séptico 6.92%, por conexión a pozo ciego 12.81%, con descarga a quebradas el 0.18%, letrina el 15.63% y de los habitantes que realizan al aire libre es el 64.46%; abastecimiento de agua por red pública es baja del 17.50%, de pozo es de 35.42%, de vertientes, acequias es del 42.45% y también existen habitantes que aprovechan de las aguas de lluvia es de 4.63%; la eliminación de la basura por carro recolector es de 0,0% arrojan a los terrenos y quebradas es de 19.36%, proceden con la quema y entierran es el 61.64%, sol entierran el 13.71%, arrojan a acequias el 4.45%, de otra forma el 0.84%.

✓ **Vías de acceso:** la mayoría son vías de suelo natural y en mal estado, se encuentran como accesos principales a todas las comunidades que en conjunto representan el 46,67%; la vía que conecta a la parroquia con el resto de ciudades es considerada lastrada y se deriva de la vía estatal E30 representa el 2,06%. En el sistema vial interno consta también la vía Estatal E30 que dentro del territorio representa el 2,22%. El resto del sistema vial de Guangaje es considerado como chaquiñán que representan el 49,05% del total de vías internas.

✓ **Conectividad:** presencia de servicios públicos (telefonía fija, móvil, internet, tv, radio, tv por cable), pero es limitado el acceso al servicio de telecomunicación, debido a la falta de cobertura.

✓ **Riesgos:** Guangaje es un territorio que por su ubicación geográfica está expuesto a diversos desastres naturales como movimientos de masa, sismos, riesgos volcánicos, entre otros, con una variada severidad, frecuencia y áreas de afectación.

CARACTERIZACIÓN DE LA PARROQUIA ZUMBAHUA

✓ **Ubicación geográfica:** Coordenadas 78°43'20''W y 00°57'26''S; entre los 3.600 a 3.900 m.s.n.m; la extensión de Zumbahua es de 21.030 Ha, es decir 210,30 Km².

✓ **Límites:** al Norte: En la mayor parte con la Parroquia Chugchilán del cantón Sigchos, y en menor proporción con la Parroquia Guangaje del Cantón Pujilí; al Este: Colinda con la Parroquia Guangaje del Cantón Pujilí; al Sur: Colinda con las Parroquias Angamarca y La Matriz del Cantón Pujilí así como con la Parroquia Cusubamba del Cantón Salcedo; al Oeste: Colinda con las Parroquias Pilaló y Tingo La Esperanza del Cantón Pujilí

- ✓ **Población:** 13.764 habitantes de los cuales aproximadamente 6449, 2554 son hombres y 7314, 7446 son mujeres.
- ✓ **Aptitud del suelo en Zumbahua:** de los 210,30 Km², aproximadamente unas 4.000 has está designado para el páramo y el valor restante corresponde al área de asentamiento humano, actividades comerciales y suelo erosionado.
- ✓ **Uso actual del suelo:** el 2% del territorio representa al páramo, trabajan en evitar la ampliación de la frontera agrícola. El suelo del Centro de la parroquia es destinado para el asentamiento humano en donde se desarrollan todas las actividades comerciales; además existe gran cantidad de suelo erosionado que forma un gran cañón hasta las faldas mismas del Quilotoa.
- ✓ **Producción:** en cuanto a la producción agrícola se encuentra mellocos, ocas, papas, quinua, habas, fréjol, maíz, cebada, cebolla, chocho, como principales; en cuanto a producción ganadera se ve una gran cantidad de ovino, aunque también se encuentra en menor proporción ganado porcino, vacuno y especies menores; actividades artesanales pinturas sobre piel de oveja, artesanías y máscaras elaboradas en madera; además se encuentran la actividad turística presente con la prestación de servicios en hospedaje alimentación, guianza, transporte y otras actividades complementarias.
- ✓ **Biodiversidad:** entre las especies de fauna representativa se encuentran la Chuquirahua, sacha capulí, quishuar, pumamaqui, yagual, paja de páramo, mortiño, linlín, marco, tilo, mulintimi, cola de caballo, llantén, chilca, sunfillo entre otros; en cuanto a la fauna están Raposa, Ratón de páramo, Lobo, Lagartija, Curiquingue, Tórtolas, Venado, Guarro, Conejos entre otros.
- ✓ **Ocupación de la población:** el 69, 5 % de la población trabaja por cuenta propia; seguido por jornalero o peón con el 13,47%, demás el empleado u obrero privado representado con el 5,8% y con menor proporción se encuentra el trabajador no remunerado, no declarado, empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial, empleado doméstico, trabajador nuevo, patrono y socio.
- ✓ **Movilidad de la población:** hacia donde migran son la ciudad de Quito, Latacunga, Ambato, Quevedo, La Maná y Guayaquil, en donde laboran en actividades de construcción, cargadores y comercio informal debido a que en su mayoría los migrantes son hombres adultos y jóvenes.
- ✓ **Educación y Cultura:** alcanza un 40.6% alfabetismo. De los cuales el 28,50 corresponde al sexo masculino y el 20,66 corresponde al sexo femenino; representado por el 99% población indígena, kichwa hablantes.

La feria de la parroquia Zumbahua ha constituido en el principal atractivo cultural de la zona central, el mercado indígena de los días sábados con su característico mercado de animales mismo que empieza muy temprano y culmina pasado el mediodía, también existen tradiciones únicas de los andes como la fiesta del Corpus Christi celebrada bajo las costumbres indígenas sin aculturizaciones mestizas.

- ✓ **Densidad poblacional:** de acuerdo al Censo de Población del año 2010 realizado por el INEC, corresponde a una densidad de 60.19 hab/km².
- ✓ **Servicios básicos:** la parroquia cuenta con agua de consumo por red pública el 28%, energía eléctrica el 76%, alcantarillado el 6% y servicios de recolección de basura el 0,95%.
- ✓ **Vías de acceso:** la principal vía de acceso está dada por la de Latacunga – Pujilí - La Maná, que contempla una distancia de 137,37 kilómetros

representadas por vis primarias el 37,98%, secundarias 39,74% y terciarias 22,28%.

- ✓ **Conectividad:** teléfono convencional es afirmativa con un 0,77%; 0,95% y aquellos hogares que tienen internet y cuentan con telefonía celular está en un 37,42%.
- ✓ **Riesgos:** El territorio parroquial se encuentra expuesto sobre todo a dos tipos de riesgos, el volcánico y el sísmico; relieve territorio con pendientes de 50%, suelos en procesos de desertificación, avance de la frontera agrícola, contaminación ambiental.

CARACTERIZACIÓN DE LA PARROQUIA ANGAMARCA

- ✓ **Ubicación geográfica:** 78° 52' de longitud occidental y 1° 12' de latitud sur con una altitud de 2.996 m.s.n.m. y una extensión territorial de 560 Km².
- ✓ **Límites:** Al norte con Parroquias Zumbahua y Pilaló; al sur con Parroquia Simiatug, perteneciente a la provincia Bolívar; al este con Cusubamba y Pasa San Fernando, perteneciente a la provincia Tungurahua; al oeste con Parroquia Pinllopatá, Ramón Campaña perteneciente al cantón Pangua.
- ✓ **Población:** 5.249, distribuidos en 2.480 hombres (47,25%) y 2.769 mujeres (52,75%).
- ✓ **Aptitud del suelo en Angamarca:** de las 26.991 has, que cubre el territorio de Angamarca, 18.120 has, es una zona sin uso agropecuario, es la zona que colinda con Zumbahua, Cusubamba, Pasa San Fernando, Pilahuin y Simiatug; la zona apta para pastos es 2.316 has; la zona definida como apta para bosque es de 6.358 has; mientras que únicamente 198 has, corresponden a cultivos con limitaciones ligeras.
- ✓ **Uso actual del suelo:** el 54% del territorio en la parroquia es páramo, el 1,81% corresponde a páramo y vegetación arbustiva, el 0,43% a pastos plantados y páramo y el 0.81% corresponde a procesos de erosión.
- ✓ **Producción:** los principales productos que se cultivan son la papa cebada, arveja, trigo, maíz. En cuanto a la crianza de animales menores, lo más característico son: cuyes, gallinas, patos, chanchos pero en pequeñas cantidades, solo para consumo familiar. La crianza de ganado vacuno representa al 95% de las familias al igual que la crianza de ovinos. Mientras que la crianza de truchas es una actividad nueva sobre todo en las comunidades de Ucumari y Arrayanpata.
- ✓ **Biodiversidad:** en cuanto a biodiversidad al estar cubierta de páramo la mayor extensión del territorio, sus especies más representativas de flora y fauna son: Líquenes, Oreja de conejo, Frailejón, Arbustos, Morillo Achicoria, Piquil, Begonia, Calafate, Maizillo, Musgo español, Pendientes de la reina, Valeriana; aves como Cóndor, Guarro, Lechuza blanca, Búho, Zumbador; y mamíferos como: Musaraña, Puma, Tapir o gran bestia, Alpaca, Guanta de cola, Ciervo enano.
- ✓ **Ocupación de la población:** El 67% de la población se encuentra en el grupo de Agricultores y trabajadores calificados y el 17 % está dentro de Ocupaciones elementales, siendo lo más representativo en lo referente a los grupos de ocupación. Así también, en cuanto a las ramas de actividad el 79%

se dedica a Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; y el 6% se dedica a la construcción.

- ✓ **Movilidad de la población:** el principal motivo de migración interna es laboral, hacia zonas urbanas de La Maná, Ambato, Latacunga, Quito y otros lugares, en calidad de obreros, construcción, manufactura, otros se dedican al comercio minorista. Mientras que la migración externa es hacia Colombia y España principalmente, por motivos de trabajo.
- ✓ **Educación y Cultura:** el índice de analfabetismo en Angamarca es de 33.09 según el Censo 2010 es más del doble del índice provincial. El 67% de la población sabe leer y escribir y apenas el 18% de la población habla idioma indígena a pesar de que el 47% de la población se autodefine como indígena, lo que responde a un proceso de aculturación. Las actividades deportivas y festividades juegan un papel importante en la vida diaria de la población, siendo las festividades más representativas: Domingo de Ramos, Semana Santa, Corpus Christi, Fiestas Patronales, Día de los Finados, La Fiesta de Navidad (lo característico son lo Caporales), Las fiestas de San Pedro y San Pablo.
- ✓ **Densidad poblacional:** Según el censo del 2010, es de 16,51 habitantes por km².
- ✓ **Servicios básicos:** El 45% de la población accede al agua para consumo doméstico a través de río, vertiente, acequia o canal, seguido del 28% que accede por red pública y el 23% de pozo. En cuanto al manejo de desechos el 58% lo queman y el 24% arrojan en terreno baldío o quebrada. La provisión de energía eléctrica corresponde al 72% por parte de Red Pública, el 27% no cuenta con el servicio y menos del 1% cuenta con un generado propio.
- ✓ **Vías de acceso:** La principal vía de acceso a la parroquia está dada por la carretera de Apahua- Angamarca (36 km), los principales medios de transporte corresponde las cooperativas: Pujilí (Latacunga -El Corazón), Cevallos (Ambato - El Corazón) y La Cooperativa Salcedo (Salcedo - El Corazón).
- ✓ **Conectividad:** El 99 de las familias no tienen acceso a internet, el 98% no tienen acceso a teléfono fijo, el 67% de la población no puede acceder a servicio de telefonía móvil y apenas un 2% de las familias tiene acceso a un computador.
- ✓ **Riesgos:** En cuanto a desastres naturales se observa que el 35% corresponde a granizada, el 36% a heladas, el 15% a derrumbes, el 4% a vientos huracanados y el 16% a sequías, la exposición a la amenaza a granizadas y heladas son las más recurrentes.

CARACTERIZACIÓN DE LA PARROQUIA PILALÓ

- ✓ **Ubicación geográfica:** 78^a 43' 20" y 580· de longitud occidental y 0^a 57' 26" de latitud Sur; altitud de 1600 a 3914 m.s.n.m; con una extensión territorial de 207,36 Km².
- ✓ **Límites:** NORTE - Parroquias de Chugchilán y Tingo; SUR - Parroquia Angamarca, ESTE - Parroquia Zumbahua; OESTE - Parroquia Ramón Campaña y Tingo.
- ✓ **Población:** 2905 habitantes, de los cuales 1399,7 son hombres (48,2) y 1505,3 son mujeres (51,8).

- ✓ **Aptitud del suelo en Pilaló:** de las 207,36 (Km²), los centros poblados de Apahua, Corralpungo, Caparina Potrero Puncu, Queseras, Cuichituro Pamba, Yanamatzi, Yacsacha y Cocha Loma tienen un territorio 100% páramo; Choasillí y Moraspata cuentan con 50% pastos cultivados con 50% de vegetación arbustiva; Chaupicruz y Leyche tienen 70% pastos cultivados con 30% vegetación arbustiva y el Rollo tiene 100% bosque natural.
- ✓ **Uso actual del suelo:** gran parte del territorio se encuentra dentro de la Reserva Ecológica Los Illinizas y/o zonas protegidas; en cuanto al uso agrícola se evidencia, pastos artificiales, bosque secundario y cultivos. La mayor parte de su superficie está conformada por páramos y poca superficie destinada a zona agrícola.
- ✓ **Producción:** agrícola maíz, papas, cebada, habas, hortalizas en pequeña escala, la mora y caña de azúcar; ganadera de ovejas y de alpacas; explotación de madera y leña; pesquera.
- ✓ **Biodiversidad:** en cuanto a la flora se encuentran la *Paja*, pajilla, borraja, alverjilla, orejuela, berros, ortiguilla, holco, chicoria blanca, alpa moriño, sunfo, chuquiragua, helecho y una gran variedad de orquídeas. En cuanto a la fauna se encuentran chucuri, zorro, conejo, cuy, llamas, alpacas, bovinos, equinos, venado, lagartija de páramo, mirlo, perdiz, quilico, gorrión, tortola, gavián, curiangué, ranas marsupiales, sapo, arañas, mil pies de páramo, saltamontes, mariposas, moscos, escarabajo entre otros.
- ✓ **Ocupación de la población:** Producción artesanal, prácticas de pastoreo y producción ganadera, producción agrícola, comercialización de productos agropecuarios.
- ✓ **Movilidad de la población:** Las ciudades más frecuentadas de la sierra son Quito, Latacunga, Pujilí, Tulcán en donde se dedican a trabajar como albañiles, peones, cargadores, vendedores ambulantes. Las mujeres como empleadas domésticas. Pocos son los jóvenes que salen a las ciudades motivados por estudios.
- ✓ **Educación y Cultura:** de la población total el 72,45% saben leer mientras que el 27,55 no saben leer, la mayoría de los habitantes son indígenas, predominando el idioma quichua; una de las costumbres que se mantiene es la minga
- ✓ **Densidad poblacional:** es de 14,01 habitantes por km². Según el censo del 2010.
- ✓ **Servicios básicos:** los servicios básicos agua, alcantarillado, servicio telefónico, etc., sean deficientes y escasos. En cuanto al agua con red pública cuenta el 31,86% de la población, usan pozos el 38,56%, de río, vertiente, acequia o canal el 27,94% y aguas lluvias el 1,63%. Con el servicio de alcantarillado poseen el 12,64%, mientras que el 87,36% no cuentan con este servicio. Desechos sólidos arrojan en terreno baldío o quebrada el 22,88%, la queman 63,56%, la entierran 10,62 %, la arrojan al río, acequia o canal 1,63 %, de otra forma 1,31%.
- ✓ **Vías de acceso:** eje vial que está formado por un principal y un secundario; el principal va desde Latacunga - Pujilí - La Maná - Quevedo y se constituye en la arteria de ingreso y salida de la sierra hacia la costa y viceversa. Desde Latacunga a la comunidad de Apahua hay una distancia de 75Km, y hasta el centro de la parroquia de Pilaló 105 Km.

- ✓ **Conectividad:** el acceso de la población a servicio de telefonía pública es deficiente. Apenas 27 casos que es el 4%; telefonía móvil- el acceso de la población a telefonía móvil es mayor que el de telefonía fija y mucho más, donde el 233 de hogares poseen líneas telefónicas móviles, por 379 que no cuenta con ellas. La cobertura de los medios televisivos para la parroquia Pilaló únicamente tiene el 48%, de la población.
- ✓ **Riesgos:** la utilización de combustibles vegetales, sino se manejan de forma adecuada y con un plan de reforestación puede causar serios daños al medio ambiente. La falta de cobertura de la telefonía y acceso a medios de comunicación social inciden directamente en el crecimiento económico y en los procesos de participación en el accionar de la parroquia y cantón.

CARACTERIZACIÓN DE LA PARROQUIA EL TINGO

- ✓ **Ubicación geográfica:** coordenadas geográficas UTM -Zona 17S, longitud X = 670879 latitud Y = 9508732; cuenta con tres pisos altitudinales que va desde 240 msnm en el límite con La Maná y asciende hasta los 1920 msnm, con una extensión territorial de 19.395,93 has.
- ✓ **Límites:** norte: la parroquia Chucghilán del cantón Sigchos, sur: las Parroquias Ramón Campaña y Moraspungo del cantón Pangua, este: las Parroquias Zumbahua y Pilaló, oeste: las parroquias de Guasaganda y La Maná.
- ✓ **Población:** tiene una población total de 4.051 habitantes, la distribución de 2.081 hombres (51,37%) y 1970 mujeres (48,63%).
- ✓ **Aptitud del suelo en El Tingo:** de los 19.395,93 has; los bosques están representados por el 71.52% de la superficie, y para cultivo y pastos se destinaria únicamente el 27.84% de la superficie; la práctica de la agricultura y la crianza de ganado vacuno se realizan en áreas con pendientes superiores al 25 % dentro y fuera de la reserva ecológica.
- ✓ **Uso actual del suelo:** uso agrícola-conservación y protección corresponde al 48,70%; agrícola al 16,44%; pecuario - conservación y protección 15,06%; conservación y protección 11,96%; agropecuario mixto 4,59%; pecuario 3,08%; tierras improductivas 0,18%.
- ✓ **Producción:** cultivos de ciclo corto como arveja fréjol, cultivos establecidos perennes como mora y caña de azúcar, y la presencia de pasto cultivado; ganadería, piscicultura porcicultura y producción de pollos de carne como el manejo de los cultivos y especialmente la transformación de caña en alcohol y panela.
- ✓ **Biodiversidad:** el formar parte de la Reserva Ecológica Los Ilinizas el territorio cuenta con una gran variedad de especies representativas del lugar, entre la flora identificada y registrada se encuentran 76 especies, en cuanto a la fauna se encuentran 27 especies de aves, 20 especies de mamíferos, 6 especies de anfibios, cuatro especies de peces, y cuatro especies de reptiles; de los cuales muchos se encuentran en peligro de extinción, por la misma actividad del ser humano.
- ✓ **Ocupación de la población:** 51.75% (814) son dueños del proceso económico (Agricultores), peón con un 22.57% (355), trabajador privado representa un 13.73% (216) que también se encuentran relacionados con la actividad agropecuaria, empleados en las plantaciones de cacao, banano, tabaco en el cantón La Maná, y la provincia de Los Ríos. La presencia de trabajadores estatales y en los GADs representa un 4.83% (76) trabajadores.
- ✓ **Movilidad de la población:** con una vía asfaltada y debidamente señalizada para el traslado inmediato hacia las ciudades de La Maná, Latacunga, Quevedo, Santo

Domingo, Latacunga, Quito, Ambato entre otras ciudades. Mientras que la migración es dama en su mayoría por los jóvenes motivados por el estudio (9,30%) y trabajo (86,05) y se da de manera temporal, siendo en su mayoría las mujeres con el 1,02%.

- ✓ **Educación y Cultura:** el analfabetismo está representado en la población con los siguientes datos el 63.94% población femenina y el 36.06% población masculina; el nivel primario 40,10 %, nivel de educación secundaria con el 21.82 %, educación básica con un 14,15%; postgrado con solo 0,30 %, seguido por ciclo post – bachillerato con 0,46% y ninguno 9,78 %. Interactúan desde el campo gubernamental, barrial, cultural, deportivo, político, gremial, social, religioso, y otros.
- ✓ **Densidad poblacional:** una superficie de 19.395,93 ha. Equivalente 193,95 km², que corresponde a una densidad de 23 hab/km².
- ✓ **Servicios básicos:** luz eléctrica se encuentra presentado 88,62% red de empresa eléctrica, 10,80% no cuentan con el servicio, paneles solares con el 0,30%, plata eléctrica y otros se encuentran en el 10% cada uno. Red pública de alcantarillado alcanza el 21.6% la cabecera parroquial, el 20% pozos sépticos, letrinas y muchos al aire libre. El agua el 38,05% red pública, el 58.99% de las familias consumen aguas de las vertientes y de los ríos, el 1.63% consumen de las pozas y el 1.34% se aprovechan de las aguas de lluvia. Recolección de basura el 15.01%, dejar los desechos en terrenos baldíos o quebradas en un 43.04%, por incineración o entierro 37.19%, lo arrojan al río, acequias o canal 3.92% y otra forma 0.48%.
- ✓ **Vías de acceso:** la vía estatal E 30 Latacunga - La Maná, además es una vía alterna para Santo Domingo y Quevedo. E principal medio de trasporte son la cooperativa Ambato y Cotopaxi.
- ✓ **Conectividad:** servicios (telefonía fija, móvil, internet, tv, radio, tv por cable) telefonía el 7,5% de las viviendas; servicio de telefonía móvil escasas de cobertura, está rodeado de cordilleras muy pronunciadas que dificulta el ingreso de las ondas.
- ✓ **Riesgos:** es susceptible la parroquia a Movimientos de Masa 82,89%, los deslizamientos de tierra y deslaves ponen en peligro los bienes públicos, privados, pero principalmente la vida de los habitantes del sector, este peligro se incrementa en la época de invierno. Toda la superficie parroquial está situada en una zona de alta intensidad sísmica; otro de los factores seria la caída de ceniza de menor peligro de los volcanes Cotopaxi o Quilotoa afectando a un área aproximada de 8.890,49 has.

Anexo 5: Validación del instrumento de investigación



Universidad
Técnica de
Cotopaxi



Posgrado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVO: Identificar la demanda turística para la factibilidad de implementar una Operadora de Turismo en el cantón Pujilí.

POBLACIÓN: Turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Pujilí.

MUESTRA: 659 turistas que ingresan al cantón Pujilí.

INSTRUMENTO: Encuesta

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES	
	CLARIDAD EN LA REDACCIÓN		COHERENCIA INTERNA		INTRODUCCIÓN A LA RESPUESTA		LENGUAJE ADECUADO		MIDE LO QUE PRETENDE			
N°	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO		
1	X		X		X		X		X			
2	X		X		X		X		X			
3	X		X		X		X		X			
4	X		X		X		X		X			
5	X		X		X		X		X			
6	X		X		X		X		X			
7	X		X		X		X		X			
8	X		X		X		X		X			
9	X		X		X		X		X			
10	X		X		X		X		X			
11	X		X		X		X		X			
12	X		X		X		X		X			
13	X		X		X		X		X			
ASPECTOS GENERALES										SÍ	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.										X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.										X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.										X		
El número de ítems es suficiente para cumplir el objetivo de la investigación.										X		
VALIDEZ												
APLICABLE				X	NO APLICABLE							
VALIDADO POR:			MBA. ANGELITA AZUCENA FALCONI TAPIA									
CC:			0502437674									
FIRMA:												
FECHA:			12/05/2020									