



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE
GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TÍTULO:

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil.

AUTORES:

Saltos Vela Johnny Paul.
Rojas Chacón Carlos Andrés.

Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

TUTORA:

Ing. Com. Diana Montero M. Mgs.

Guayaquil, Ecuador

2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por JOHNNY PAUL SALTOS VELA Y CARLOS ANDRÉS ROJAS CHACÓN, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

TUTORA

Ing. Com. Diana Montero M. Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Johnny Paul Saltos Vela

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

EL AUTOR

Saltos Vela Johnny Paul.



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Carlos Andrés Rojas Chacón

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

EL AUTOR

Rojas Chacón Carlos Andrés.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Johnny Paul Saltos Vela

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

EL AUTOR

Saltos Vela Johnny Paul.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Carlos Andrés Rojas Chacón

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

EL AUTOR

Rojas Chacón Carlos Andrés.

AGRADECIMIENTO

A:

Dios por estar siempre a nuestro lado, por sus bendiciones recibidas, por ser nuestro guía al darnos la fuerza necesaria para llegar a cumplir esta meta.

Nuestros profesores quienes nos han ido orientando durante el proceso de formación por su paciencia y ayuda en el día a día.

Nuestra tutora Ing. Comercial Diana Montero, por todo el apoyo brindado durante el proceso del seminario, por su paciencia, tiempo y dedicación en el desarrollo del trabajo de titulación.

Todas las personas que de una u otra forma han sido parte para el desarrollo del proyecto, por la información y conocimientos brindados.

Johnny Paul Saltos Vela
Carlos Andrés Rojas Chacón

DEDICATORIA

A:

Nuestros padres que han sido nuestros guías en el transcurso de nuestras vidas y que sin su apoyo y consejos no estaríamos aquí para cumplir un logro más en este camino al éxito.

Yo, Paul Saltos Vela se lo dedico a mis hijos Matías y José, quienes desde su nacimiento han sido parte muy importante en mi vida y por quienes me esfuerzo sin medida para darles lo mejor de mí.

Yo, Carlos Rojas Chacón se lo dedico a mis padres Carlos y Amparo que me apoyaron siempre incondicionalmente en cada decisión tomada en el transcurso de mi vida brindándome esa confianza y apoyo necesarios para seguir adelante.

Familiares y amigos que estuvieron presentes en el transcurso de esta etapa dándome ánimos en todo momento.

Nuestra tutora Ing. Comercial Diana Montero una vez más extendemos nuestro agradecimiento por su incondicional apoyo durante el proceso del seminario de graduación, por su tiempo y paciencia estamos muy agradecidos por toda su labor.

Johnny Paul Saltos Vela
Carlos Andrés Rojas Chacón



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

| Apellidos y nombres | Nota final del Tutor |
|-----------------------------------|-----------------------------|
| SALTOS VELA JOHNNY PAUL | |
| ROJAS CHACÓN CARLOS ANDRÉS | |

Ing. Com. Diana Montero M. Mgs.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 18 |
| ANTECEDENTES | 20 |
| UNIDAD I | |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 21 |
| 1.1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 22 |
| 1.2. JUSTIFICACION | 22 |
| 1.3. OBJETIVOS | 23 |
| 1.3.1. OBJETIVO GENERAL | 24 |
| 1.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS | 24 |
| 1.4. MARCO TEÓRICO | 24 |
| 1.4.1. El Turismo: Concepto y Clasificación | 24 |
| 1.4.2. El Turismo en Bolívar | 27 |
| 1.4.3. El Turismo sustentable y las comunidades de Bolívar | 29 |
| 1.4.4. Conservación de la Biodiversidad de Ecoturismo en Bolívar | 30 |
| 1.4.5. OPERADORA DE TURISMO | |
| 1.4.5.1. Concepto y Clasificación | 31 |
| 1.4.5.2. Paquetes Turísticos | 32 |
| 1.4.6. ATRACTIVOS TURISTICOS Y SU CLASIFICACION | |
| 1.4.6.1. Atractivos Focales | 32 |
| 1.4.6.2. Atractivos Complementarios | 32 |
| 1.4.6.3. Atractivos de Apoyo | 33 |
| 1.4.7. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION EN EL TURISMO | |
| 1.4.7.1. Estrategias de Precio | 33 |
| 1.4.7.2. Estrategias del canal de distribución | 34 |
| 1.4.7.3. Elementos del canal de distribución en la Intermediación Turística | 34 |
| 1.4.7.4. Estrategias de Promoción | 34 |
| 1.4.7.5. Estrategias de Promoción Turística en la Web | 35 |
| 1.4.7.6. Estrategias de Imagen | 35 |
| 1.4.8. FACTORES AMBIENTALES | |
| 1.4.8.1. Protección Ambiental | 36 |
| 1.4.8.2. Gestión Ambiental | 36 |

| | |
|---|----|
| 1.5. MARCO CONCEPTUAL | 36 |
| 1.6. MARCO REFERENCIAL | 38 |
| 1.7. MARCO LEGAL | 39 |
| 1.8. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION | 43 |
| 1.8.1. Método Inductivo | 43 |
| 1.8.2. Método Deductivo | 43 |
| 1.8.3. Enfoque cuantitativo | 44 |
| 1.8.4. Técnica de investigación documental | 44 |
| 1.8.5. Técnica de investigación de campo | 44 |
| 1.8.6. Técnica de investigación tipo descriptiva | 45 |
| 1.9. Universo-Población | 45 |
| 1.10. Tamaño de muestra | 45 |
| 1.11. Técnica de recolección de datos | 47 |
| 1.12. Presentación de resultados: Tablas y gráficos | 47 |
| 1.12.1. Objetivo de las encuestas | 59 |
| 1.12.2. Conclusión de las encuestas | 59 |
| 1.13. Entrevistas: Análisis de entrevistas efectuadas | 60 |
| 1.13.1. Objetivo de las entrevistas | 62 |
| 1.13.2. Conclusión de las entrevistas | 62 |
| 1.14. Estudio de Mercado | 63 |
| 1.15. Análisis de la situación | 65 |
| 1.15.1. 5 Fuerzas de Porter | 65 |
| 1.15.2. Análisis P:E:T:S:A. | 68 |
| 1.15.3. F.O.D.A. del mercado | 69 |
| 1.15.4. Oferta del Mercado | 70 |
| 1.15.5. Demanda del Mercado | 71 |
| 1.15.6. Diagnóstico del Mercado | 72 |
| UNIDAD II | |
| 2. RAZON SOCIAL O NOMBRE DEL PROYECTO | 73 |
| 2.1. Objetivo social | 73 |
| 2.2. Logo | 73 |
| 2.3. Misión | 73 |
| 2.4. Visión | 74 |
| 2.5. Valores | 74 |

| | |
|---|-----|
| 2.6. Organigrama | 74 |
| 2.7. Estructura Organizacional | 75 |
| 2.8. Mercado Objetivo | 77 |
| 2.9. LOCALIZACION DEL PROYECTO DE TITULACION | |
| 2.10. Macro localización | 78 |
| 2.11. Micro localización | 79 |
| 2.12. Distribución física del espacio | 80 |
| 2.13. Horario de funcionamiento | 81 |
| 2.14. Infraestructura necesaria | 81 |
| UNIDAD III | |
| 3.1. Productos a ofrecer | 83 |
| 3.2. Permisos Ambientales | 95 |
| 3.3. Patentes municipales | 98 |
| 3.4. Uso del Suelo | 98 |
| 3.5. Permiso de Funcionamiento – Cuerpo de Bomberos | 99 |
| UNIDAD IV | |
| 4.1. Segmentación del mercado | 100 |
| 4.2. Estrategias de posicionamiento | 100 |
| 4.3. Estrategias de Marketing | 101 |
| 4.4. Presupuesto de marketing | 102 |
| 4.5.. Trámites pertinentes | 104 |
| 4.6.1. Impacto Ambiental | 118 |
| 4.6.2 Impacto Turístico | 118 |
| 4.6.3. Impacto Socio-Económico | 119 |
| 4.6.4. Impacto cultural | 119 |
| CONCLUSIONES | 120 |
| RECOMENDACIONES | 121 |
| BIBLIOGRAFIA | 122 |
| ANEXOS | 126 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla No. 1 Frecuencia de viajes fuera de la ciudad de residencia | 47 |
| Tabla No. 2 Motivo para realizar viajes | 48 |
| Tabla No. 3 Otros motivo de viaje | 49 |
| Tabla No: 4 Organización del viaje | 50 |
| Tabla No. 5 Con quien realiza los viajes | 51 |
| Tabla No. 6 Clase de Turismo | 52 |
| Tabla No. 7 .A visitado la provincia de Bolívar | 53 |
| Tabla No. 8 Cómo identifica a la Provincia de Bolívar | 54 |
| Tabla No. 9 Cantidad de días que le gustaría estar en la Provincia de Bolívar para practicar el turismo de aventura..... | 55 |
| Tabla No. 10 Preferencia de actividades en la provincia de Bolívar | 56 |
| Tabla No. 11 Presupuesto por estadía de 2 noches de hospedaje | 57 |
| Tabla No. 12 Medios de información para los viajes | 58 |
| Tabla No. 13 Oferta de Mercado | 71 |
| Tabla No. 14 Equipamiento necesario para la oficina | 81 |
| Tabla No. 15 Equipamiento para aseo y limpieza | 82 |
| Tabla No. 16 Gastos del área comercial | 82 |
| Tabla No. 17 Itinerario paquete 1 | 87 |
| Tabla No. 18 Costo paquete 1 | 88 |
| Tabla No. 19 Itinerario paquete 2 | 90 |
| Tabla No. 20 Costo paquete 2 | 91 |
| Tabla No. 21 Itinerario paquete 3 | 94 |
| Tabla No. 22 Costo paquete 3 | 94 |
| Tabla No. 23 Presupuesto de Marketing | 104 |
| Tabla No. 24 Detalle de financiamiento | 111 |
| Tabla No. 25 Balance Inicial | 112 |
| Tabla No. 26 Estado de Pérdidas y Ganancias | 113 |
| Tabla No. 27 Flujo de Caja Anual | 114 |
| Tabla No. 28 Evaluación Financiera | 115 |
| Tabla No. 29 Balance General | 116 |
| Tabla No. 30 Análisis de rentabilidad del proyecto | 117 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|-----|
| Gráfico No. 1 Frecuencia de viajes fuera de la ciudad de residencia | 47 |
| Gráfico No. 2 Motivo para realizar viajes | 48 |
| Gráfico No. 3 Otros motivos de viaje | 49 |
| Gráfico No. 4 Organización del viaje | 50 |
| Gráfico No. 5 Con quién realiza los viajes | 51 |
| Gráfico No. 6 Clase de turismo | 52 |
| Gráfico No. 7 Ha visitado la Provincia de Bolívar | 53 |
| Gráfico No. 8 Cómo identifica a la Provincia de Bolívar | 54 |
| Gráfico No. 9 Cantidad de días que le gustaría estar en la provincia de Bolívar para practicar turismo de aventura. | 55 |
| Gráfico No. 10 Preferencia de actividades en la provincia de Bolívar | 56 |
| Gráfico No. 11 Presupuesto por estadía de 2 noches de hospedaje | 57 |
| Gráfico No. 12 Medios de información para los viajes | 58 |
| Gráfico No. 13 5 Fuerzas de Porter | 65 |
| Gráfico No. 14 P.E.T.S.A. | 68 |
| Gráfico No. 15 Logo | 73 |
| Gráfico No. 16 Organigrama | 74 |
| Gráfico No. 17 Ubicación de la Operadora Turística | 78 |
| Gráfico No. 18 Edificio del local | 79 |
| Gráfico No. 19 Oficina | 80 |
| Gráfico No. 20 Recepción | 80 |
| Gráfico No. 21 Servicio al cliente | 80 |
| Gráfico No. 22 Gastos Corrientes vs Presupuestos | 105 |
| Gráfico No. 23 Resumen de gastos | 106 |
| Gráfico No. 24 Total de gastos acumulados | 107 |
| Gráfico No. 25 Apertura de gastos | 108 |
| Gráfico No. 26 Gasto corriente | 109 |

INDICE DE ANEXOS

| | |
|--|-----|
| Anexo 1 Encuesta | 126 |
| Anexo 2 Inversión Inicial | 129 |
| Anexo 3 Depreciación y Amortización | 130 |
| Anexo 4 Sueldos año 1 | 131 |
| Anexo 5 Sueldos año 2 | 132 |
| Anexo 6 Sueldos | 133 |
| Anexo 7 Amortización del préstamo | 134 |
| Anexo 8 Amortización del préstamo | 135 |
| Anexo 9 Ingreso por ventas | 136 |
| Anexo 10 Ingreso por ventas | 137 |
| Anexo 11 Ingreso por ventas | 138 |
| Anexo 12 Presupuesto de gastos generales | 139 |
| Anexo 13 Gastos generales | 140 |
| Anexo 14 Costos Operacionales | 141 |

RESUMEN

Este proyecto se enfoca en la implementación de una operadora de turismo que se encarga de dar a conocer la variedad de actividades turísticas de aventura que se pueden realizar en la provincia de Bolívar. Esta provincia cuenta con una gran variedad de riquezas naturales, por ello se considera viable la creación de una Operadora Turística. Hemos realizado un estudio profundo de mercado, en la cual por medio de las cinco fuerzas de Porter demostramos cuáles son nuestras fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, así como también la aplicación de técnicas investigativas denominada encuesta, la misma que nos demostró que la demanda para la creación de la Operadora Turística planteada podrá generar excelentes ingresos monetarios.

La propuesta en sí es crear la operadora turística que se encargue de dar a conocer el turismo de aventura en la provincia de Bolívar y a su vez hacer que conozcan más acerca de esta provincia, generando mayores ingresos involucrando a la población en la actividad turística, y de esta manera explotarla turísticamente.

PALABRAS CLAVES:

Turismo de Aventura, operadora turística, deportes de aventura, paquetes turísticos, Guaranda, ecoturismo, ruta turística.

ABSTRACT

This project focuses on the implementation of a tour operator that is in charge to know the variety of tourist adventure activities you can do in the province of Bolivar. This province boasts a wide variety of natural resources, therefore is considered viable the creation of tour operator. We have made an in-depth study of the market, in which using Porter's five forces we show what are our strengths, weaknesses, opportunities and threats, as well as also the application of investigative techniques called survey, which showed us that the demand for the creation of the proposed tour operator can generate excellent income.

The proposal itself is to create the tour operator who undertakes to meet the adventure tourism in the province of Bolivar and in turn make to know more about this province, generating higher income involving the population in the tourist activity, and thus exploit it touristically.

KEYWORDS:

Adventure tourism, tour operator, adventure sports, tour packages, Guaranda, ecotourism, tourist route.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de titulación está enfocado específicamente en una Operadora Turística en Guaranda, provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil. La misma que tiene como finalidad dar a conocer todos los extraordinarios atractivos turísticos con los que cuenta esta hermosa provincia como es Bolívar donde se podrá apreciar sus diversos climas, el subtrópico representado por Balzapamba, Caluma, con deslumbrantes escenarios brindados por la naturaleza; mientras se avanza por su ruta la variación del clima va sintiéndose de a poco hasta llegar al frío de la sierra, cruzando por sus más hermosos trigales, maizales y verdes parajes de sus cantones; siguiendo su paso hasta el páramo para poder apreciar áridos paisajes llegando así hasta el Chimborazo.

La provincia de Bolívar es una zona agrícola, a su vez también se puede fomentar el agroturismo, en su mayoría la población se dedica a esta actividad de campo.

Guaranda su capital está rodeada de hermosos parajes, siete colinas bordean su área; es la principal ciudad, aquí se realiza la mayor actividad económica de comerciantes y de turismo receptivo; que básicamente se desarrolla en días festivos o feriados.

Esta provincia en su totalidad está rodeada por naturaleza ya que no se trata de una gran Metrópoli por lo que ha mantenido sus edificaciones de tipo colonial, la provincia como tal cuenta con un entorno natural que atrapa al turista desde el ingreso a la misma.

En esta provincia la aventura empieza desde la costa, se ingresa por la parte subtropical y se puede adentrar en la misma carretera a la naturaleza rodeada de verdes paisajes, esto ya despierta interés de turismo de aventura al visitante por el ambiente que lo rodea; de otra manera si la aventura empieza por la parte norte se ingresa a los fríos páramos embellecidos con la presencia del majestuoso Chimborazo como bienvenida, la belleza árida de los páramos, y lo fértil que se va volviendo la tierra a medida que el turista se va acercando a otro ligero cambio de clima.

Hoy en día el turismo es una de las opciones que brinda mayor oportunidad de trabajo y que genera un buen ingreso dentro de la economía a nivel mundial, debido a esto el proyecto

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

a realizar consiste en dar a conocer y promover los destinos turísticos de aventura que son de suma importancia para lograr explotar las riquezas existentes en la provincia de Bolívar.

En lo que se refiere al valor actual neto y la tasa interna de retorno se obtiene los resultados detallados a continuación.

Debido a que el valor actual neto se calculó con una tasa pasiva del 4%, se obtuvo un van de \$ 1340.66 que es mayor a cero, con lo que se demuestra que el proyecto presenta ganancias.

Se determinó la tasa interna de retorno es del 18% en relación con el 12% que es la tasa pasiva de la CFN, es decir, que si se invierte en el proyecto la ganancia será en un 6% mayor en relación con la ganancia de la CFN.

El periodo en el que se recuperara el monto invertido esta determinado en un lapso de 2 años y medio aproximadamente.

En cuanto la relación beneficio costo por cada dólar invertido se obtiene la ganancia de 0,51 ctvo.

En base a los resultados obtenidos, el proyecto es viable para la inversión.

ANTECEDENTES

La provincia de Bolívar cuenta con varios atractivos turísticos que no han sido explotados y esto se evidencia desde cualquier punto de ingreso a la misma, mucho tiene que ver la falta de interés por parte de inversionistas como del gobierno seccional.

Por lo general es conocida por sus carnavales, pero esta provincia tiene mucho que mostrar a más de solo ser un lugar para celebrar una fiesta.

La falta de promoción en medios de comunicación también se vuelve parte de su problemática ya que no llama la atención a inversionistas, debido a esto son sus propios habitantes que han realizado ciertas actividades relacionadas al turismo, pero esto se está visualizando recientemente hace unos cuatro años, aun así no existe puntos de información o un mapa turístico de cada localidad como para saber que se puede encontrar en determinado lugar, por lo tanto a estos pequeños inversores los hacen desistir del mismo o continúan pero con una perspectiva poco alentadora.

En varias ocasiones se intentó explotar de forma turística a la provincia pero la falta de interés de su población ha complicado esta labor, hoy por hoy ya se han montado mejores opciones de alojamiento, complejos turísticos, restaurantes donde se resalta la gastronomía de la provincia.

Sin embargo hace falta concientizar a la población dándole a conocer lo importante y productivo que es tanto para ellos como para el país en general el poder fomentar el Turismo de Aventura en esta provincia, por medio de lazos formados entre los inversionistas de la zona ya que no existe una asociación o grupo de esta área de turismo en Bolívar, por lo que se puede apreciar de una u otra manera el egoísmo en el sector viéndolo desde nivel de competencia.

UNIDAD I

1.1. Planteamiento del problema

La Provincia de Bolívar cuenta con una gran riqueza de recursos que pueden ser bien utilizados y explotados para realizar un turismo de alta categoría, pero a su vez el principal motivo para fijar este proyecto es la falta de explotación turística en esta provincia.

Si bien es cierto esta provincia es promocionada por medio de páginas de turismo, ferias de turismo, etc. Es la falta de atención en el mercado turístico que la limita, debido a la escases de señalización, así como también lugares que brinden la información necesaria acerca del sitio que se está visitando, prácticamente el turista tiene que descubrir la provincia por sí mismo, los lugareños en este caso conocen la potencialidad del sitio pero no se manifiesta un interés por mostrar a la provincia más allá de lo que se puede ver al paso.

La provincia cuenta con varios climas por lo que se puede realizar y disfrutar de varias actividades y admirar la biodiversidad que ofrece.

Para la solución de su principal problemática se puede trabajar con la población en general con el propósito de despertar interés en el sector turístico receptivo, es decir dar a los lugareños pautas por medio de las cuales se pueda recibir turistas, hablar con dirigentes de las mismas comunidades que se encarguen de ubicar señaléticas de información en lugares estratégicos y de fácil acceso al visitante con lo que se podrá promocionar mejor los sitios que se pueden visitar dentro de cada población mediante volantes, trípticos, y demás materiales de apoyo.

Lo importante es que se puede buscar información de la provincia en general en varios portales de internet, e incluso de la misma municipalidad.

En cuanto a dificultades que se pueden presentar en la solución de este problema puede ser la falta de apoyo de la población ya que la mayoría se dedica a la agricultura, son personas que se enfocan más en sus tierras, en cuanto a poblaciones lejanas, por esta razón hablar de un turismo comunitario donde las ganancias sean repartidas de forma equitativa se puede lograr convencer a los pobladores.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

En poblaciones mayores puede ser una actitud un poco egoísta lo que hay que combatir; tratar de hacer entender que el beneficio es en común para toda una identificación de apoyo, por medio de la cual se podrá sacar adelante lo que respecta al Turismo de Aventura promocionando a nivel nacional e internacional.

1.1.1. Formulación del Problema

Se lograría una óptima explotación turística de las riquezas de la provincia de Bolívar si la implementación de una operadora turística con oficinas externas atrae turistas para el desarrollo tanto turístico como económico.

1.2. Justificación

Básicamente es enfatizar el turismo en esta provincia que está desarrollándose en esta actividad de manera progresiva, al organizar una operadora turística se podrá acelerar el proceso, despertar el interés en la población, para que puedan ver esta actividad como una fuente de ingreso constante, y no transitoria es decir no esperar a temporadas o fechas específicas para beneficiarse del turismo.

Al establecer operadoras en Guayaquil lo que se quiere es ganar turistas y trasladarlos a un nuevo entorno para descubrir.

La ciudad ofrece excelentes carreteras en las que el transporte directo a los puntos destinados o escogidos por los turistas se pueda realizar de una forma que sea cómoda para el turista y se puede brindar una mejor calidad en el servicio, en la que se pueda desarrollar actividades con los miembros de la ciudad en donde se involucren a los turistas.

Es preciso que la ciudad cuente con señalizaciones, para poder guiar de mejor manera a los turistas y así despertar interés en ellos de descubrir más la provincia y poder captarlos dentro del mercado turístico de aventura.

La Provincia de Bolívar cuenta con lugares como: Balsapamba, Caluma, San Luis de Pambil en donde se puede practicar deportes como el ciclismo, cayac, canopy, rápidos; ya que están rodeados de ríos y se encuentran aptos para el desarrollo de estas actividades.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Contar con el apoyo de autoridades seccionales como la gobernación, prefectura, alcaldías y ministerio de turismo, en el desarrollo de dichas actividades para demostrar la potencialidad del mercado turístico y despertar una mayor inversión en los sitios en general que posee la provincia ya que lastimosamente los recursos a veces solo se enfocan en las cabeceras cantonales.

Cabe recalcar que en Guaranda se han desplegado varios complejos turísticos donde se ofrecen servicios como sauna de cajón, piscinas y que se encuentran alejadas de la ciudad para que el turista tenga contacto con la naturaleza.

Según el Ministerio de Turismo los atractivos turísticos serán regulados de acuerdo al lugar en donde se desarrollen, ya sea en la tierra, en el agua o en el aire.

Este reglamento se dirige a las agencias de viajes, operadoras o duales que oferten actividades de turismo de aventura, así como también a los instructores y guías que se encuentren trabajando en esta área; donde las agencias deberán cumplir con una serie de requisitos para poder continuar operando. Deberán contar con el espacio físico adecuado, con un plan de operaciones de cada modalidad turística y con un manual de gestión de riesgos.

En cuanto a lo que tiene que ver con la comercialización y presentación de servicios las operadoras deben presentar los comprobantes de venta vigentes con autorización del Servicio de Rentas Internas; de igual manera los guías e instructores pertenecientes al turismo de aventura deben presentar su respectiva credencial otorgada por el Ministerio de Turismo y además acreditar cursos de primeros auxilios en condiciones extremas y otros cursos de capacitación.

En cuanto a las actividades de turismo de aventura, las operadoras tendrán un plazo límite de 6 meses para cumplir con los requisitos de infraestructura, equipamiento y accesorios para cada una de las actividades que van a ofrecer, mientras que para los guías e instructores tendrá un plazo de 18 meses para poder obtener todo tipo de documento solicitado por el Ministerio de Turismo.

En sí lo que se busca es encontrar un resultado factible para la creación e implementación de una operadora que promueva el desarrollo turístico de Aventura en la Provincia de Bolívar, que generen beneficios económicos tanto para la empresa como los miembros de esta

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

provincia a través de la operación de los distintos paquetes, lo cual hará que los pobladores mejoren su calidad de vida por medio de este recurso turístico.

Además el PLANDETUR contribuye para el mejoramiento del turismo de aventura ya que es una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión competitiva del desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador en todos los ámbitos de actuación para el beneficio de sus pueblos y el mejor uso de sus recursos, teniendo en cuenta que el Turismo de Aventura está ubicado en tercera posición dentro del PLANDETUR con respecto a los productos claves que hay en el Ecuador que configuran el mayor volumen de la oferta, acompañados por el turismo cultural y el ecoturismo.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. General

Implementar una operadora de turismo en Guaranda con extensión en Guayaquil, con el fin de incentivar el turismo de aventura en la provincia de Bolívar.

1.3.2. Específicos

Estudiar el mercado potencial de posibles turistas en la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de conocer el tipo de turistas hacia los cuales va dirigida la propuesta de esta operadora.

Proponer la Operadora Turística en Guayaquil para involucrar a la población de la provincia Bolívar en la actividad turística, como generador económico del sector.

Promocionar lugares turísticos de la provincia de Bolívar a nivel nacional e internacional y ser reconocido como atractivo de aventura y naturaleza.

Establecer estrategias y financiamiento para la realización de la Operadora Turística en Guayaquil, y analizar los impactos que causa la Operadora.

1.4. MARCO TEÓRICO

1.4.1. EL TURISMO: Concepto y clasificación de Turismo

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

De acuerdo con la OMT (1995), define al turismo como “el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos”.

Recuperado de (Timerime, 2010)

En 1981, Burkart y Medlik definen el turismo como un desplazamiento corto y temporal hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos.

Turismo Cultural

Este turismo hace referencia a la historia e identidad de un pueblo, comunidad, ciudad, etc. Aquí se muestra los patrimonios con los cuales cuenta un lugar y que son de gran relevancia tanto para las personas que viven en dicho lugar como para los turistas que se ven interesados por conocerlos.

Recuperado de (Carta de Turismo cultural, 1976)

El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios históricos-artísticos.

ICOMOS: Consejo Internacional de Monumentos y Sitios.

De acuerdo con (SECTUR-CESTUR, 2002) lo define como “Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”

Turismo de Aventura

La OMT (1996) indica que El Turismo de Aventura corresponde a: “Actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo”. (p.85)

Recuperado de (Tursimo de aventura , 2014)

Según Ewert (1989), dice que el turismo de aventura es la búsqueda deliberada del riesgo y la incertidumbre del resultado generalmente denominado aventura.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

En 1989, Hall define el Turismo de Aventura como un amplio espectro de actividades turísticas al aire libre, que se comercializan por lo general y que suponen una interacción con el ambiente natural lejos del hogar del participante y que contiene elementos de riesgos donde el participante, el escenario y el manejo de la experiencia del participante influyen en el desenlace.

Son aquellas actividades que el turista puede realizar al aire libre aprovechando el gran espacio que ofrece algún destino turístico, y que tiene como objetivo ofrecer sensaciones de descubrimiento y poner a prueba los límites de supervivencia de los turistas.

Entre las diversas actividades que se pueden realizar dentro de este tipo de turismo se encuentran el cicloturismo, senderismo, cabalgatas, canotaje, surf, pesca deportiva, montañismo, etc.

Turismo Gastronómico

Hace referencia a la gastronomía con el que cuenta determinado destino turístico, donde se podrá apreciar y saborear los platos típicos existentes que son del deleite de los turistas.

Mitchell y Hall (2003) llegaron a la conclusión de que es importante diferenciar en primer lugar a los turistas que se alimentan porque se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual de aquellos cuya selección del destino se relaciona directamente con la gastronomía.

Recuperado de (Montecinos, 2012)

En 2003, Hall y Sharples definen al turismo gastronómico como la visita a productores primarios y secundarios de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o la experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización de un viaje.

Turismo Religioso

Es aquel que tiene como motivación principal la fe y visitar ciudades santas o lugares sagrados que han sido objetos de peregrinaje por parte de los fieles.

En sí este tipo de turismo abarca específicamente lo que son visitas a Iglesias, lugares sagrados, tumbas de santos, santuarios, peregrinaciones o celebraciones religiosas.

Turismo Comunitario

Es el tipo de turismo que se desarrolla dentro de las comunidades en la cual intervienen sus miembros.

De acuerdo con La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario, (FEPTCE, 2007) define como Turismo Comunitario a la actividad económica solidaria que concierne a las comunidades con los turistas desde una perspectiva intelectual, con participación consensuada de sus miembros, teniendo el manejo adecuado de los recursos naturales y la apreciación del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios generados.

Así mismo (García_Muñoz, 2006), dice que el Turismo Comunitario es un reto y una oportunidad, ya que no solamente se debe ver la actividad como un medio para obtener riqueza y por lo tanto, con visión empresarial, sino que también se debe ver como una oportunidad para establecer eficientes mecanismos de organización y autogestión, a los efectos de preservar el patrimonio natural y cultural, costumbres y formas de vida de las propias comunidades.

1.4.2. El Turismo en Bolívar

Recuperado de (Slideshare, lugares turísticos de Bolívar, 2014)

Esta Provincia posee gran variedad de recursos turísticos como el Carnaval que se desarrolla en cada uno de sus cantones donde se puede disfrutar de pregones, comparsas, platos típicos y por supuesto de la amabilidad de su gente, así como también sus bellos paisajes, lagunas, ríos, cascadas, bosques protectores, cavernas, fiestas populares, artesanías, iglesias, museos, lugares turísticos tales como Las Cochas y el Parque Acuático Balsapamba, entre otros.

Tiene como capital a la ciudad de Guaranda, donde se puede encontrar atractivos de interés turístico tales como los siguientes a mencionar:

El Centro Histórico que fue considerado como Patrimonio por el Ministerio de Educación y Cultura y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador en el año de 1997.

Otro de los atractivos de esta Provincia son sus Iglesias que entre sus características principales tiene sus construcciones volumétricas de estilo relevante, con estilos neoclásicos conservando elementos renacentistas, románticos, barrocos e incluso góticos, cuentan con

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

fachadas de piedra, así como también tienen hermosas pinturas y tallados de madera. Entre las principales Iglesias se encuentran la Iglesia Santa Marianita de Jesús, La Catedral San Pedro de Guaranda y El Convento Carmelo.

También cuenta con el Museo del Centro Cultural Indio Guaranga, en donde se eleva la escultura del indio Guaranga, aquí se exponen piezas arqueológicas de la cultura Valdivia, Puruha, Manteña, Guangala, entre otras, así como también variedad de cuadros de destacados pintores.

Recuperado de (El telegrafo, 2013)

En esta Provincia se puede realizar diversos tipos de turismo ya sean estos de aventura, religioso, comunitario y cultural que va ligado con el turismo arqueológico.

De a poco el turismo comunitario se va fortaleciendo en esta Provincia, ya que la Dirección de Turismo de la provincia tiene definidos 6 circuitos de viajes de tipo comunitario, que aprovechan los diversos pisos climáticos, las bellezas naturales, la variada gastronomía y su riqueza cultural.

A continuación se mencionará los 6 circuitos con los que cuenta la Provincia en relación al turismo comunitario:

Al primero se lo denomina de Aventura y Leyendas y atraviesa las comunidades de Bucay (Guayas) y Chillanes (Bolívar). Se relaciona con el paso del ferrocarril de la región Sierra a la Costa.

El segundo es el de Historia y Naturaleza. Este inicia en el Cantón San Miguel y termina en Caluma.

El tercer circuito del Hielo, Paisajes Andinos y Quesos abarca las faldas del volcán Chimborazo hasta la parroquia Salinas.

Lagunas, Montañas y Artesanías es el cuarto circuito que contempla la comunidad de Simiatug y sus alrededores.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Al quinto se lo denomina De las Cascadas y de los Trapiches, ubicado en el subtrópico de la parroquia Salinas. Chazojuan y Tigre Urco son las principales comunidades que están dentro de esta ruta.

El sexto circuito de Bosques y Planicies Tropicales es el siguiente, donde se recorren Las Naves y San Luis de Pambil, como los principales poblados.

Más del 70% de la población de Bolívar vive en las áreas rurales y un 83% se dedica a la agricultura y la ganadería.

1.4.3. El Turismo Sustentable y las comunidades de Bolívar

Según (Capece, 1997) Se define como "la actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación".

De acuerdo con (OMT, 1998) el Turismo sustentable "es la conservación de los recursos para que la generación presente y las futuras puedan disfrutar de ellas".

Según la World Conservation Union (IUCN) por medio de la (OMT, 1998) lo defino como "el proceso que permite el desarrollo sin degradar y agotar recursos que hacen posible el mismo desarrollo".

La Organización Mundial del Turismo OMT (2001), menciona que el turismo sostenible responde tanto a las necesidades de los turistas, como de los destinos turísticos, formándose así una especie de protección mutua y mejoramiento de las oportunidades futuras.

De acuerdo a los conceptos anteriormente mencionados se puede decir que la Provincia de Bolívar se encuentra apta para la realización del Turismo Sustentable puesto que cuenta con una gran variedad de recursos que son debidamente utilizados y aprovechados por los miembros de las comunidades.

Recuperado de: (Gobierno Autónomo Descentralizado de Guaranda, 2014)

La provincia de Bolívar cuenta con gran cantidad de comunas, entre una de ellas tenemos la de Chuquizungo que cuenta con 15.000 indígenas, se encuentra en la parroquia Simiatug donde se puede apreciar parajes naturales con una singular belleza. En días despejados se contempla la belleza del subtrópico y la costa ecuatoriana, donde se puede aprovechar sus recursos naturales y culturales dentro de la actividad turística. Sus principales actividades son agropecuarias y se relacionan comercialmente tanto con Guaranda como con Ambato.

Recuperado de: (Tour Salinerito, 2013)

Además la Provincia de Bolívar cuenta con la Parroquia de Salinas que se la denominó como la primera comuna en explotar la sal, por este motivo el nombre de la comuna. Esta Comuna cuenta con productos alimenticios que son de mayor aceptación tales como pasta de cacao, turrone, hongos secos y en polvo, plantas deshidratadas, turrone y chocolates. Así como también los textiles de marca Salinerito tienen buena acogida en Europa tales como suéteres, bufandas, chalecos, gorras, guantes, ponchos de lana de oveja.

Esta población de Salinas se ha convertido en modelo de desarrollo sustentable y de negocios que realiza una comercialización equitativa de su producción artesanal, agrícola y demás.

1.4.4 Conservación de la Biodiversidad de ecoturismo en Bolívar

Recuperado de, (Mario & Mauricio, 2011), del libro Cultura Popular.

La ubicación geográfica del Ecuador, las condiciones topográficas y climáticas han generado un mosaico ecológico en todo el país, esta amplia gama de condiciones ambientales genera una impresionante diversidad de ecosistemas naturales, a los cuales se han adaptado distintas especies y variedades de plantas y animales. La cobertura de la vegetación refleja los efectos combinados de las variaciones latitudinales y de precipitación de cada zona.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

En la región occidental existe una gradiente, con desiertos dominados por hierbas anuales que dependen de lluvias ocasionales hasta bosques muy húmedos tropicales dominados por árboles grandes que requieren una alta precipitación a lo largo del año.

Las estribaciones de los Andes también poseen gradientes, desde bosques húmedos hasta páramos dominados por plantas herbáceas y desde desiertos bajos hasta desiertos fríos en las altas montañas.

Dentro de esta región se halla la Provincia Bolívar, cuya diversidad biológica no ha sido estudiada e investigada y lo encontrado en este mosaico, es una de las más importantes en el país, en ella se puede apreciar especies nativas y endémicas que están en peligro de extinción; tal es el caso del Bosque Protector Cashca Totoras, considerado por estudios de la Universidad Católica de Quito y del "Departamento de Biología", como uno de los Refugios Naturales de Flora y Fauna Interandina del Ecuador, que alberga una herpetofauna singular de nombre *Proctoporus Cashcaensis*, en honor al bosque donde fue identificada" .

Uno de los sistemas naturales para proteger la biodiversidad son los BOSQUES PROTECTORES Y LAS ÁREAS PROTEGIDAS, los Bosques Protectores están amenazados por la creciente presión humana sobre estos frágiles ecosistemas, debido a una serie de factores económicos, sociales, políticos, culturales y de otra índole, debido a la drástica disminución de ciertas zonas de la Sierra Ecuatoriana; por esta razón la conservación y el adecuado manejo de esta riqueza (Biodiversidad) constituyen un imperativo para todo el país.

Dentro del territorio de la Provincia Bolívar, existió una gran concentración de masa boscosa, con una alta biodiversidad y endemismo, sin embargo en la actualidad, la destrucción de la masa boscosa y diversidad biológica ha sido muy acelerada, encontrándose pequeños reductos de bosques que han sido decretadas como protectores.

La crítica situación de este tipo de Bosques exige un esfuerzo mancomunado en términos de políticas, acciones y actitudes reales.

1.4.5. Operadora de Turismo

1.4.5.1. Concepto y Clasificación

Según (OMT, 1998) "Los operadores turísticos son aquellos agentes que participan en la Actividad Turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico) aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurantes, hoteles, conjunto de la oferta de alojamiento)”.

Recuperado de (city of hotels, 2010-2014)

Existen dos tipos de operadores: el operador mayorista y el operador minorista. La única diferencia radica en que el primero trabaja sólo con las agencias de viajes, mientras que el segundo puede ampliar sus ofertas para todo el público.

1.4.5.2. Paquetes Turísticos

Recuperado de (<http://es.slideshare.net/Agenciadeviajes/paquetes-tursticos>, 2014)

Según la ley de viajes combinados, se entiende como paquete turístico a la combinación previa de por lo menos dos de los siguientes servicios: transporte, alojamiento, otros servicios turísticos, siempre que dicha presentación sobrepase las 24 horas o incluya una noche de estadía.

1.4.6. Atractivos Ecoturísticos y su clasificación

De acuerdo a los libros de (Hernando, 2013) y (Ceballos & Lascurain, 1998) los atractivos ecoturísticos se clasifican de la siguiente manera:

1.4.6.1. Atractivos Focales

Hacen referencia a los elementos distintivos de patrimonio ya sea natural y/o cultural que se encuentran en un área o región determinada. Son ciertos rasgos que caracterizan a determinada área o región y que son el motivo principal por el cual los ecoturistas se interesan en visitarlos, cabe recalcar que hay áreas o regiones que son privilegiados en las que se puede encontrar a la vez tanto atractivos naturales como culturales.

1.4.6.2. Atractivos Complementarios

De igual manera que los atractivos focales estos atractivos complementarios se refieren a elementos del patrimonio naturales y/o culturales que se encuentran en un área determinada pero que no poseen el grado de importancia o singularidad en cuanto a la atracción turística de los atractivos focales.

Estos atractivos por sí solos no llaman mucho la atención como para que el ecoturista en general visite dicho lugar, pero si funciona como un interés adicional y valor agregado, el cual hará que dicho turista se sienta con la curiosidad de conocer algo más para enriquecer su conocimiento y poder alargar su período de visita, ofreciéndole a su vez la posibilidad de actividades adicionales.

Este tipo de atractivo puede ayudar a evitar la aglomeración de turistas en un solo lugar al mismo tiempo, ya que proporciona más opciones para el turista para que pueda visitar otro sitio.

1.4.6.3. Atractivos de Apoyo

Este tipo de atractivo está constituido básicamente por lo que son instalaciones y servicios como son alojamientos, restaurantes, senderos, miradores, paseos a caballo o en lancha, etc.

Estos atractivos son los que se muestran al final de la visita, luego de haber conocido lo que corresponde a la naturaleza y cultura que forma parte de los atractivos focales y complementarios, se puede decir que sirven para dar soporte a estos atractivos.

Estos a su vez dan sustento y servicio al turista, pero cabe recalcar que no son la base principal por el cual el turista visita el lugar.

1.4.7. Estrategias de comercialización en el turismo

1.4.7.1. Estrategias de Precio

Recuperado de, (marketing-xxi, 2010)

Dentro de la variedad de estrategias para la introducción de precio la más viable para el proyecto sería la del producto diferenciado por lo que se pretende llegar a toda la población e introducir valores dependiendo de los paquetes a ofrecerse y la demanda de los adquirientes.

Otra que se puede implementar es la estrategia de precio psicológica o también denominada la del punto noventa y nueve (.99) la misma que funciona con la colocación de

precios con decimales para de esta forma poder enganchar al cliente ofreciendo precios relativamente baratos.

1.4.7.2. Estrategias del canal de distribución

Recuperado de, (emprendepyme, 2008 - 2014)

Existen dos orientaciones alternativas, o bien se puede realizar una combinación de ambas: **Estrategia de empuje** (push): El productor planifica que el canal le sirva como instrumento para promover su producto.

Estrategia de atracción (pull): El productor dirige la promoción del producto directamente al consumidor final, encargándose plenamente él de todas las actividades oportunas, con el objetivo de fomentar por sí mismo la demanda del producto y atraer al consumidor hacia el canal de distribución.

De preferencia y por el beneficio que traen cada una de las estrategias de canales de distribución, es usar un modelo mixto pues ambas abren las oportunidades para la generación de clientela y crecimiento económico del proyecto.

1.4.7.3. Elementos del canal de distribución en la Intermediación turística

Recuperado de, (Damian, 2009)

Los canales de distribución son una pieza clave dentro de la actividad turística, pueden ser múltiples, pero todavía son más las distintas combinaciones entre los diversos intermediarios.

Así, es posible la intervención de varios eslabones de la distribución. A continuación los elementos más relevantes del canal de distribución turístico:

- Agencias de viaje.
- Canales de distribución electrónicos.
- Hoteles.
- Otros

Logrando alianzas con los sectores mencionados, se puede ingresar a la competencia del mercado turístico, el punto aquí es crear beneficios para el cliente y para la empresa, buscar beneficios mutuos.

1.4.7.4. Estrategias de promoción

Según (Middleton, 2001) define a la promoción turística como “Todas las formas que se utilizan para hacer con que los clientes se den cuenta de los productos, que aguce sus deseos y estimule la demanda”. (p.157)

Según el aporte de (Blanco, 2001) añade que es una “actitud integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos al surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como al crecimiento y mejora de las operaciones de la industria” (p.157)

Generar demanda y despertar expectativas en los turistas, dando servicios y ofertando paquetes que sean llamativos, donde se pueda integrar varias actividades para toda clase de exigencias de los consumidores.

1.4.7.5. Estrategias de promoción turística en la Web

Para (Lopez, Bulchand - Gidumal, Gutierrez, & Diaz - Armas, 2011) “Los medios sociales son una de las áreas que más crecen en la Web y que permiten compartir socialmente opiniones vía blogs y microblogs”. (p.106)

El empleo de redes sociales y motores de búsqueda se debe aprovechar para la promoción de servicios turísticos, actualmente la mayoría de empresas dedicadas a esta actividad lo hacen y se ha demostrado el incremento de la demanda por este medio para la adquisición de los mismos.

Uno de los motivos principales es que se pone en línea la información necesaria de los lugares y ofertas para los clientes. Más allá que se le permite adquirir dichos servicios a través de la red, dando facilidades de pago.

1.4.7.6. Estrategias de imagen

Para (Gallarza, 2001) hace referencia en:

A partir de los principios semióticos y con base en el artículo posible definir la imagen del destino turístico como la estructura mental formada por las impresiones, conceptos, conocimientos, imaginación y pensamientos emocionales desarrollados a través de un proceso de percepción por una o más personas sobre un determinado destino turístico.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Es vender, aprovechar al máximo la naturaleza, el entorno de los lugares, darles vida pero respetando el ecosistema, realizar un tipo de turismo sustentable.

El cuidado de estas áreas permite mantener al negocio en flote, y la imagen por ende del lugar.

1.4.8. FACTORES AMBIENTALES

1.4.8.1. Protección Ambiental

Según (Sanchez, 2011) la protección ambiental “es el conjunto de políticas y medidas para mejorar el ambiente y controlar su deterioro”.(p.221)

Por consiguiente la protección ambiental hace referencia a cualquier actividad para mantener o restaurar la calidad del medio ambiente a través de la prevención de contaminantes que puedan afectarlo y a su vez contribuir a la reducción de ciertas sustancias que lo perjudican.

1.4.8.2. Gestión Ambiental

Recuperado de (Twenergy, 2014)

La gestión ambiental engloba el conjunto de actividades o estrategias que podemos desarrollar para cuidar el medio ambiente y prevenir los problemas ambientales.

Su objetivo es saber “qué hay que hacer” para proteger y conservar el medio ambiente, cómo utilizar de manera racional los recursos que nos ofrece el planeta (sobre todo aquellos que son limitados) y cómo conseguir un equilibrio adecuado entre el crecimiento de la población y el desarrollo económico.

1.5. MARCO CONCEPTUAL

Recuperado de (mintur, 2014)

Turista: Un visitante (*interno, receptor o emisor*) se clasifica como turista (o *visitante que pernocta*), si su viaje incluye una pernoctación. (OMT)

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Población: Proviene del término latino *populatio*. En su uso más habitual, la palabra hace referencia al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general. También permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política, y a la acción y las consecuencias de poblar.

Ecoturismo: El ecoturismo o turismo ecológico es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología.

Catálogo Turístico: Lista selectiva de los sitios, objetos y acontecimientos de interés turístico de una localidad, región o país.

Camping: Deporte que consiste en la realización de actividades al aire libre, protegiéndose de la intemperie por medio de una tienda de campaña y realizado en terrenos debidamente acondicionados para tal fin.

Demanda Turística: se puede definir como la cantidad demandada por el mundo a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes. Se supone que la variable más importante que afecta a la demanda es el PRECIO.

Espacio Turístico: .Porción geográfica en que se ubican los factores de producción y consumo que permiten la generación de los productos turísticos y del turismo como actividad. Es continuo, con componentes heterogéneos, cuyos límites son imprecisos y llegan hasta donde alcanzan las aspiraciones, propuestas y/o posibilidades de la oferta, y la imagen y uso que del mismo tiene y hace la demanda.

Equipo Turístico: Conjunto de instalaciones, instrumentos, sistemas necesarios para la elaboración del producto turístico.

Oferta turística: La oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar y que se estructuran de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

Ruta turística: Una ruta puede ser una carretera o camino, un recorrido o un itinerario Turístico, por su parte, es aquello relacionado con el turismo.

1.6. MARCO REFERENCIAL

Recuperado de (Geotours, 2011) (Gugadir, 2012)

En Baños se encuentra una Operadora Turística llamada Geotours, es una operadora que se dedica a ofrecer servicio sobre el turismo de aventura, dentro de lo que se puede apreciar el rafting, puenting, trekking, escalada, cabalgata, parapente, biking, entre otras actividades.

Es una Empresa fundada en 1991, organizada y diseñada para la realización de actividades deportivas y entretenimiento al aire libre.

Se basa en el servicio profesional a turistas Nacionales y Extranjeros evaluando todo tipo de exigencias que amerite el usuario, dándoles la oportunidad de realizar un deporte extremo con plena satisfacción y seguridad.

Además de contar con guías con experiencia y cursos en evaluación y prevención de accidentes, primeros auxilios, salvamento rescate, entrenamientos para cada actividad, instrucción voluntaria y apoyo a Instituciones como Bomberos, Cruz Roja, Policía.

También esta operadora realiza expediciones en la Selva, donde se embarcan en una aventura dentro de la selva ecuatoriana, en la cual se puede disfrutar de la convivencia y el contacto con comunidades locales en un ambiente inalterado.

Esta expedición puede ser de 5 a 12 días en los cuales se tiene una experiencia real de la vida en la selva, iniciando en el bosque secundario tropical y adentrándonos en la selva primaria de la provincia de Pastaza.

Al tratarse de una expedición es importante considerar que se debe estar preparado para la aventura, caminar dentro de la selva, descender ríos en balsas construidas por ellos mismos, pescar para preparar la cena dormir en un sitios de camping, y una vez que se llega al destino se toma una avioneta para retornar al punto de inicio.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

También se promociona lo que es el biking en las provincias de Chimborazo y Cotopaxi, partiendo desde Baños en transporte particular hasta su lugar de destino, donde se realiza esta actividad.

Esta Operadora aporta en el proyecto de una manera en la cual se puede conocer un poco más acerca de los requisitos que son necesarios para formar una operadora turística, saber con quienes contar para la seguridad al momento de la realización de las actividades, y a su vez tomar en cuenta los tipos de deportes de aventura que se pueden implementar en la Operadora dedicada al turismo de aventura en la Provincia de Guaranda.

1.7. MARCO LEGAL

Reglamento de Operación turística de Aventura

Este Reglamento hace referencia específicamente a las operadoras turísticas que se dedican a la promoción del turismo de aventura y los requisitos con los que se necesitan para poder realizar dicha actividad. Para así desarrollar un servicio que se ajuste a las disposiciones legales del país.

Capítulo I

Ambito General

Art. 1.- **Ámbito de aplicación.**- El presente Acuerdo regula a toda operación turística de aventura en el país y será aplicado por el Ministerio de Turismo en todas sus acciones de regulación y control a las agencias de viajes operadoras o duales, así como por los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los que se haya transferido la correspondiente competencia.

Art. 2.- **Definición.**- La operación turística de aventura comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas mediante modalidades turísticas de aventura. Se la realizará a través de agencias de viajes operadoras o duales que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de modalidades turísticas de aventura.

Art. 3.- **Ejercicio de la modalidad.**- Para ofertar modalidades turísticas de aventura es obligatorio contar con el registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

obtenidos conforme lo establece la Ley de Turismo; así como sujetarse a las disposiciones contenidas en el presente Acuerdo y demás normativa vigente.

Si la modalidad turística de aventura se realiza en un Área Natural Protegida del Estado Ecuatoriano y en la Provincia de Galápagos, se deberá observar y cumplir además, el marco jurídico aplicable al régimen especial establecido para dicha área.

El incumplimiento a estas obligaciones dará lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en la ley.

Art. 4.- Agencias de viajes operadoras o duales que ofertan modalidades turísticas de aventura.- Son las personas jurídicas que obtienen del Ministerio de Turismo o de los gobiernos autónomos descentralizados a los cuales se les hubiere transferido la competencia, el registro de turismo para ejercer la operación turística de aventura.

Las empresas que no cumplan con este Acuerdo y con la normativa turística en vigencia, no podrán contar con registro de turismo y por tanto no podrán operar ni comercializar modalidades de turismo de aventura, dando lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en la ley.

Ley del Buen vivir, Constitución 2008

Se toma en cuenta esta ley con los art. 14 y 15 dado que es importante en lo que respecta al entorno del lugar donde se va a realizar la actividad turística de aventura puesto que este tipo de turismo se lo realiza al aire libre de tal manera que se hace imprescindible contar con un ambiente completamente sano para que el turista se sienta a gusto de realizar dicha actividad.

Sección segunda

Ambiente sano

Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Art. 15.- El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua.

Se prohíbe el desarrollo, producción, tendencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental

(Decreto Supremo No. 374)

Esta Ley lo que busca es evitar que existan desastres ambientales y prevenir su contaminación, en la que se solicita hacer conciencia al momento de realizar algún tipo de actividad que pueda afectar al entorno, de esta manera es necesario contar con los permisos que sean necesario para elaborar cualquier tipo de actividad al aire libre, como lo es el turismo de aventura.

EL CONSEJO SUPREMO DE GOBIERNO,

Considerando:

Que es deber del Estado Ecuatoriano precautelar la buena utilización y conservación de los recursos naturales del país, en pro del bienestar individual y colectivo.

Que el actual desarrollo industrial en el Ecuador obliga a que se oriente con sentido humano y esencialmente cualitativo la preservación del ambiente.

Que es preciso y urgente establecer una política a nivel nacional, que arbitre las medidas de un justo equilibrio entre su desarrollo tecnológico y el uso de los recursos del ambiente.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Que el Ministerio de Salud, consciente de esta realidad, ha elaborado un proyecto de Ley, que ha sido estudiado y aprobado por la Comisión de Legislación.

Capítulo V

DE LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN DEL AIRE

Art. 11.- Queda prohibido expeler hacia la atmósfera o descargar en ella, sin sujetarse a las correspondientes normas técnicas y regulaciones, contaminantes que, a juicio del Ministerio de Salud, puedan perjudicar la salud y vida humana, la flora, la fauna y los recursos o bienes del estado o de particulares o constituir una molestia.

Art. 12.- Para los efectos de esta Ley, serán considerados como fuentes potenciales de contaminación del aire:

a) las artificiales, originadas por el desarrollo tecnológico y la acción del hombre, tales como fábricas, calderas, generadores de vapor, talleres, plantas termoeléctricas, refinерías de petróleo, plantas químicas, aeronaves, automotores y similares, la incineración, quema a cielo abierto de basuras y residuos, la explotación de materiales de construcción y otras actividades que produzcan o puedan producir contaminación.

b) las naturales, ocasionadas por fenómenos naturales, tales como erupciones, precipitaciones, sismos, sequías, deslizamientos de tierra y otros.

Art. 13.- Se sujetarán al estudio y control de los organismos determinados en esta Ley y sus reglamentos las emanaciones provenientes de fuentes artificiales, móviles o fijas, que produzcan contaminación atmosférica.

Las actividades tendientes al control de la contaminación provocada por fenómenos naturales son atribuciones directas de todas aquellas instituciones que tienen competencia en este campo.

Art. 14.- Será responsabilidad del Ministerio de Salud, en coordinación con otras Instituciones, estructurar y ejecutar programas que involucren aspectos relacionados con las causas, efectos, alcances y métodos de prevención y control de la contaminación atmosférica.

Art. 15.- Las instituciones públicas o privadas interesadas en la instalación de proyectos industriales, o de otras que pudieran ocasionar alteraciones en los sistemas ecológicos y que

produzcan o puedan producir contaminación del aire, deberán presentar al Ministerio de Salud, para su aprobación previa, estudios sobre el impacto ambiental y las medidas de control que se proyecten aplicar.

1.8. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.8.1. Método Inductivo

Según (Cesar, 2006), “Con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general”. (p.56)

De acuerdo con Wolf (1924), el proceso de investigación de este método puede resumirse en los siguientes puntos:

1. Debe llevarse a cabo una etapa de observación y registro de los hechos.
2. A continuación se procederá al análisis de lo observado, estableciéndose como consecuencia definiciones claras de cada uno de los conceptos analizados.
3. Con posterioridad, se realizará la clasificación de los elementos anteriores.
4. La última etapa de este método está dedicada a la formulación de proposiciones científicas o enunciados universales, inferidos del proceso de investigación que se ha llevado a cabo. (p.450)

Se toma en cuenta este método para el proyecto de la Operadora Turística debido a que se observará primeramente las preferencias que tienen los turistas de forma individual y luego ir sacando conclusiones más profundas de lo que es favorable para la realización de la Operadora.

1.8.2. Método Deductivo

De acuerdo con (Cesar, 2006), “este es un método de razonamientos para obtener conclusiones generales para explicaciones particulares”.(p.56)

De acuerdo con (Ernesto, 2005) este método consta de las siguientes etapas:

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

1. Determina los hechos más importantes en el fenómeno por analizar
2. Deduce las relaciones constantes de naturaleza uniforme que dan lugar al fenómeno.
3. Se observa la realidad para comprobar la hipótesis.
4. Del proceso anterior se deducen leyes. (p.30)

Se toma en cuenta este método viendo el punto de vista global de la población, en la que se puede encontrar las preferencias que existen hacia este tipo de turismo como es el turismo de Aventura, el cual nos permitirá darnos cuenta a primera vista lo que el turista prefiere.

1.8.3. Enfoque Cuantitativo

Según (Roberto, Fernández, & Baptista, 2003) este método “usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento”. (p.10)

Este enfoque conllevará a realizar encuestas en el destino, realizando a los turistas una serie de preguntas donde reflejen su actitud hacia esta nueva propuesta de contar con una Operadora Turística que impulse más el Turismo de Aventura en la provincia de Bolívar.

1.8.4. Técnica de investigación documental.

Según (Baena, 1985) “La investigación documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información “. (p.72)

Con esta técnica se revisa la documentación que sustente la investigación del lugar o destinos a explotar para el desarrollo de la Operadora Turística la cual ofrece información concreta, detallada y fidedigna.

1.8.5. Técnica de investigación de campo.

Según el autor (Martins & Palella, 2010), la define como:

La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (p. 97).

1.8.6. Técnica de investigación tipo descriptiva.

Según (Sabino, 1986) las técnicas de investigación tipo descriptivas indican lo siguiente:

La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada. (p. 51).

Con esta herramienta, se podrá obtener datos reales sobre el entorno a desarrollarse un proyecto, evaluando el comportamiento del mercado, los consumidores y la competencia, para poder implementar precios competitivos en base a lo estudiado.

1.9. Universo-Población

Para esta investigación de mercado se cogió como base el número de habitantes de la población de Guayaquil ya que es el lugar donde está la Operadora turística, es decir desde esta localidad las personas planifican su viaje a la Provincia de Bolívar, y debido a que Guayaquil es una población muy amplia se tomó en cuenta una parte denominada muestra.

1.10. Tamaño de muestra

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

En este caso como la población de Guayaquil es mayor a 100.000 personas, se recurrió a la fórmula para la población infinita, la que va proporcionar la muestra.

Población de Guayaquil es de 2.50915 habitantes

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC

La fórmula de población infinita es:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

Donde:

- n = Número de elementos de la muestra
- N = Número de elementos del universo
- P/Q = Probabilidades que se presenta el fenómeno
- Z = Nivel de confianza
- E = Margen de error

VALORES DE CONFIANZA

| Intervalo de confianza | Z | Nivel de significado E |
|------------------------|------|------------------------|
| 70% | 1,04 | 30% |
| 75% | 1,15 | 25% |
| 80% | 1,28 | 20% |
| 85% | 1,44 | 15% |
| 90% | 1,64 | 10% |
| 95% | 1,96 | 5% |
| 96% | 2,05 | 4% |
| 99% | 2,58 | 1% |

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 384$$

El total de encuestas es de: 384

Para obtener la muestra se tomó como nivel de confianza el 95% que equivale a 1.96 de acuerdo con la tabla proporcional y un margen de error del 5% con una probabilidad del 0.50

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

que no puede ocurrir o que puede ocurrir ya que no se conoce de estudios anteriores las probabilidades de éxito.

1.11. Técnicas de recolección de datos.

Para recolectar los datos se realizaron encuestas a varias personas exactamente a 384 en la ciudad de Guayaquil, de acuerdo con los resultado dados se obtuvieron los resultados que se mostraran a continuación por medio de gráficos y tablas.

1.12. Presentación de resultados: Tablas y gráficos.

Luego de haber realizado las encuestas se pudo apreciar el resultado final detallado por los encuestados mediante tablas y gráficos que se mostrarán a continuación.

1) Pregunta: ¿Qué tan seguido viaja a lugares distintos de la ciudad de su residencia?

Tabla 1 Frecuencia de viajes fuera de la ciudad de residencia

| Detalle | Cantidad | % |
|----------|----------|------|
| Muy Poco | 213 | 55% |
| A menudo | 117 | 30% |
| Cada mes | 33 | 9% |
| Siempre | 21 | 5% |
| Total | 384 | 100% |

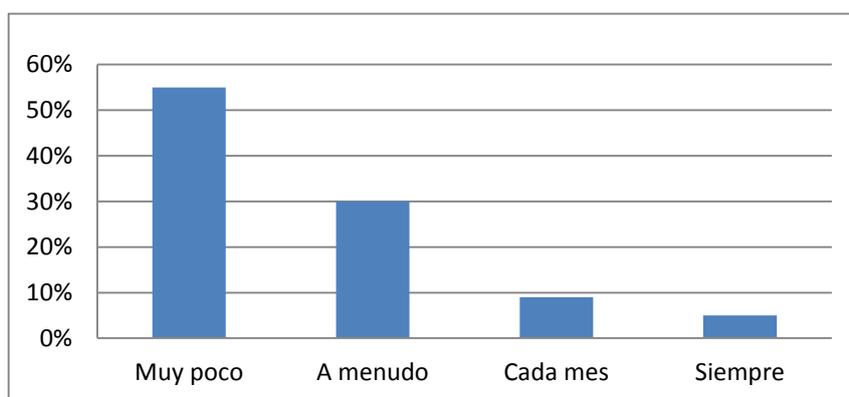


Gráfico 1 Frecuencia de viajes fuera de la ciudad de residencia

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Fuente: Encuestados

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Del 100% de los encuestados se pudo apreciar que son muy pocas las personas que viajan seguido algún lugar fuera de su ciudad de residencia, dejando en claro que de vez en cuando suelen viajar a otras ciudades.

2) Pregunta: ¿Cuál es el motivo para realizar su viaje?

Tabla 2 Motivo para realizar viajes

| Detalle | Cantidad | % |
|------------|----------|------|
| Vacaciones | 207 | 54% |
| Otros | 144 | 38% |
| Estudios | 21 | 5% |
| Trabajo | 12 | 3% |
| Total | 384 | 100% |

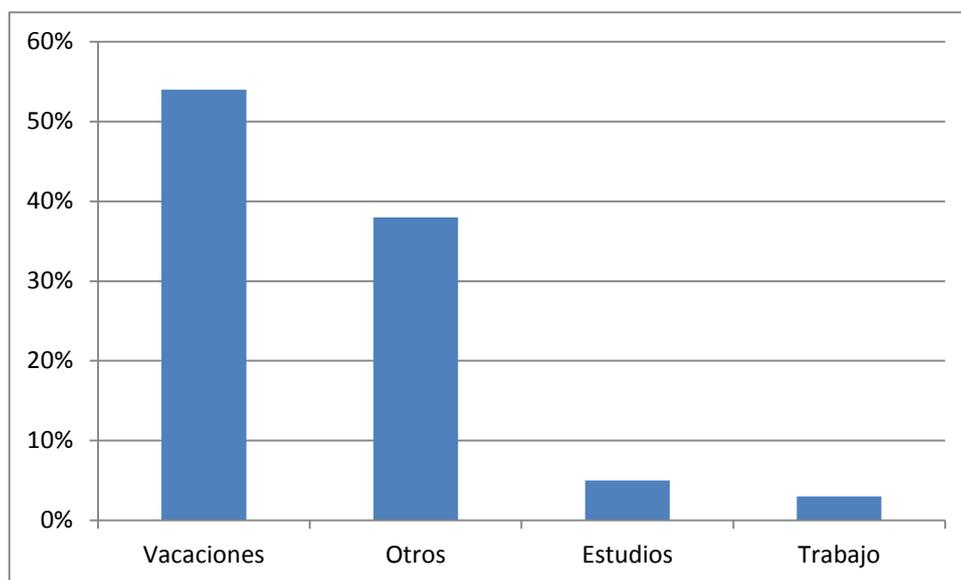


Gráfico 2 Motivo para realizar viajes

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Fuente: Encuestados

Tabla 3 Otros motivos de viaje

| Detalle | Cantidad | % |
|------------------------|----------|------|
| Aventurar | 44 | 31% |
| Desestresarse | 33 | 23% |
| Conocer gente | 21 | 15% |
| Concierto | 17 | 12% |
| Partidos de futbol | 13 | 9% |
| Conocer lugares nuevos | 11 | 8% |
| Alguna Fecha especial | 5 | 3% |
| | 144 | 100% |

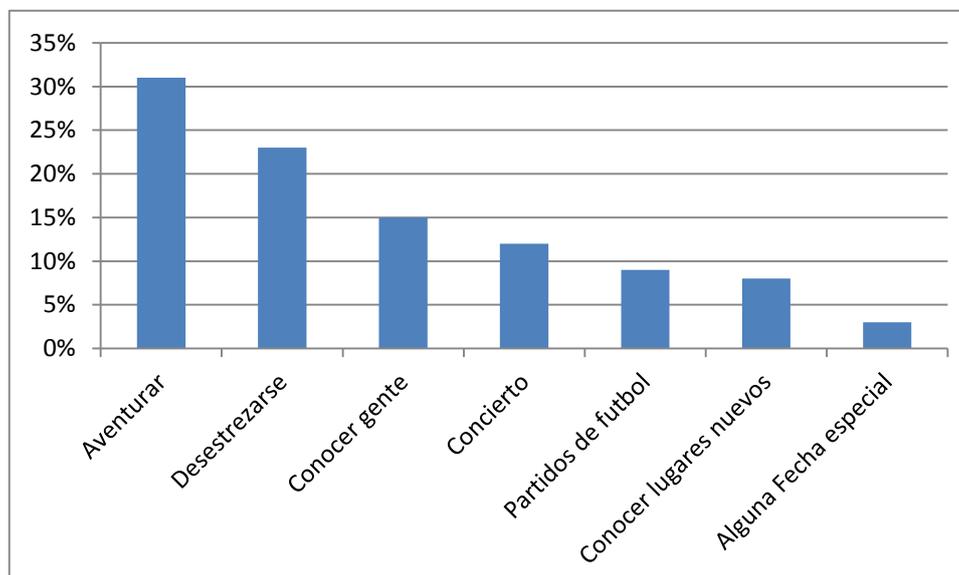


Gráfico 3 Otros motivos de viaje
Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas
Fuente: Encuestados

El principal motivo por el cual las personas realizan sus viajes es debido a sus vacaciones, donde aprovechan para descansar y pasar un momento de relax, seguido por otros motivos muy diferentes al estudio o trabajo, como son los de aventurar, desestresarse, conocer gente, asistir a conciertos, ver partidos de futbol, conocer lugares nuevos y viajar por motivo de alguna fecha especial o compromiso social.

3) Pregunta: ¿Cómo organiza su viaje que señaló en la pregunta anterior?

Tabla 4 Organización del viaje

| Detalle | Cantidad | % |
|---------------------|----------|------|
| Independientemente | 312 | 81% |
| Operadora Turística | 72 | 19% |
| Total | 384 | 100% |

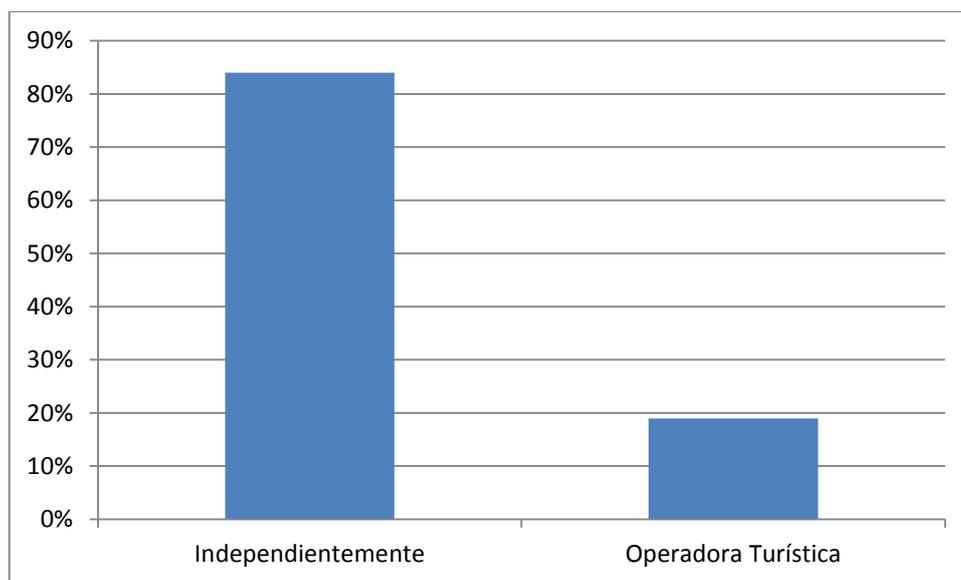


Gráfico 4 Organización del viaje
Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas
Fuente: Encuestados

El 81% de las personas encuestadas programan sus viajes independientemente lo cual nos indica que al momento de viajar lo hacen a su manera sin tener un itinerario fijo, sino que buscan poder conocer los lugares por sus propios medios, mientras que un bajo porcentaje prefiere asesorarse y tener todo planeado para realizar sus viajes.

4) Pregunta: ¿Con quién realiza sus viajes vacacionales?

Tabla 5 Con quién realiza los viajes

| Detalle | Cantidad | % |
|-----------|----------|------|
| Familia | 183 | 48% |
| Amigos | 102 | 27% |
| Solo | 51 | 13% |
| En pareja | 48 | 13% |
| Total | 384 | 100% |

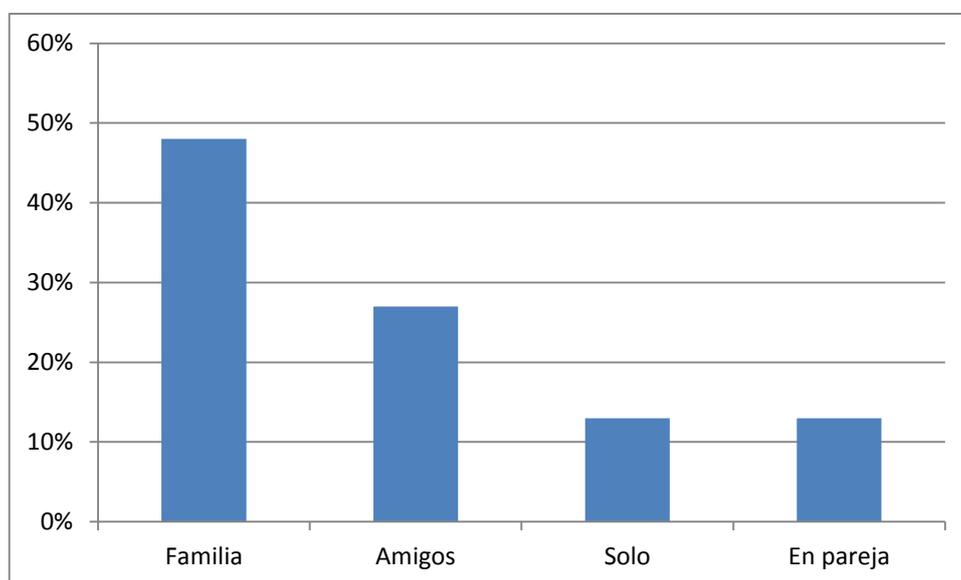


Gráfico 5 Con quién realiza los viajes

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Fuente: Encuestados

Del 100% de los encuestados se vio una amplia inclinación por viajar en grupos ya sean en familia o con amigos, y en su minoría con un 13% viajan solos o en pareja.

5) Pregunta: ¿Con qué clase de turismo más se identifica?

Tabla 6 Clase de Turismo

| Detalle | Cantidad | % |
|-----------------|-----------------|-------------|
| T. de Aventura | 222 | 58% |
| T. Cultural | 102 | 27% |
| T. Gastronómico | 24 | 6% |
| T. Comunitario | 12 | 3% |
| T. Religioso | 12 | 3% |
| Otros | 12 | 3% |
| Total | 384 | 100% |

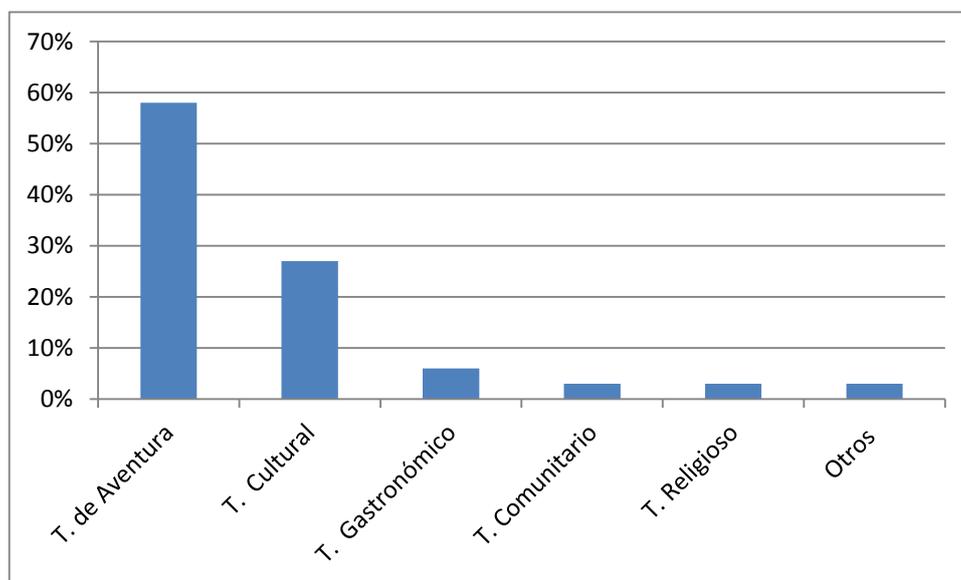


Gráfico 6 Clase de Turismo

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Fuente: Encuestados

EL turismo de aventura sobresalió en esta pregunta con el 58% siendo esto favorable para el proyecto que se está realizando, además cabe recalcar que las personas que respondieron la opción OTROS que fueron 12 personas coincidieron con el Ecoturismo.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

6) Pregunta: ¿Ha visitado anteriormente la provincia de Bolívar?

Tabla 7 Ha visitado la provincia de Bolívar

| Detalle | Cantidad | % |
|---------|----------|------|
| Si | 246 | 64% |
| No | 138 | 36% |
| Total | 384 | 100% |

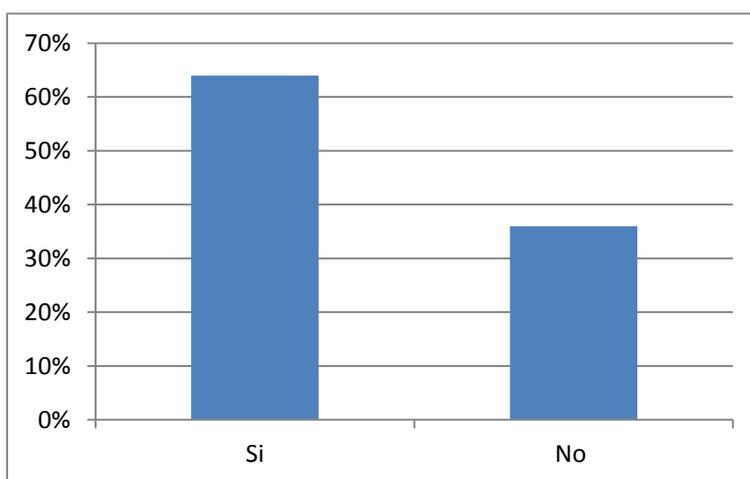


Gráfico 7 Ha visitado la provincia de Bolívar

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Fuente: Encuestados

Más de la mitad de los encuestados dijeron que si han visitado la Provincia de Bolívar lo cual es bueno porque con esto se puede saber que es una provincia que tiene su acogida por parte de la gente de Guayaquil.

7) Pregunta: ¿Cómo identifica usted a la provincia de Bolívar?

Tabla 8 Cómo identifica a la provincia de Bolívar

| Detalle | Cantidad | % |
|---------------------------------|----------|------|
| Por sus carnavales | 249 | 65% |
| Como un atractivo de aventura | 99 | 26% |
| Por ser una Provincia Religiosa | 36 | 9% |
| Otros | 0 | 0% |
| Total | 384 | 100% |

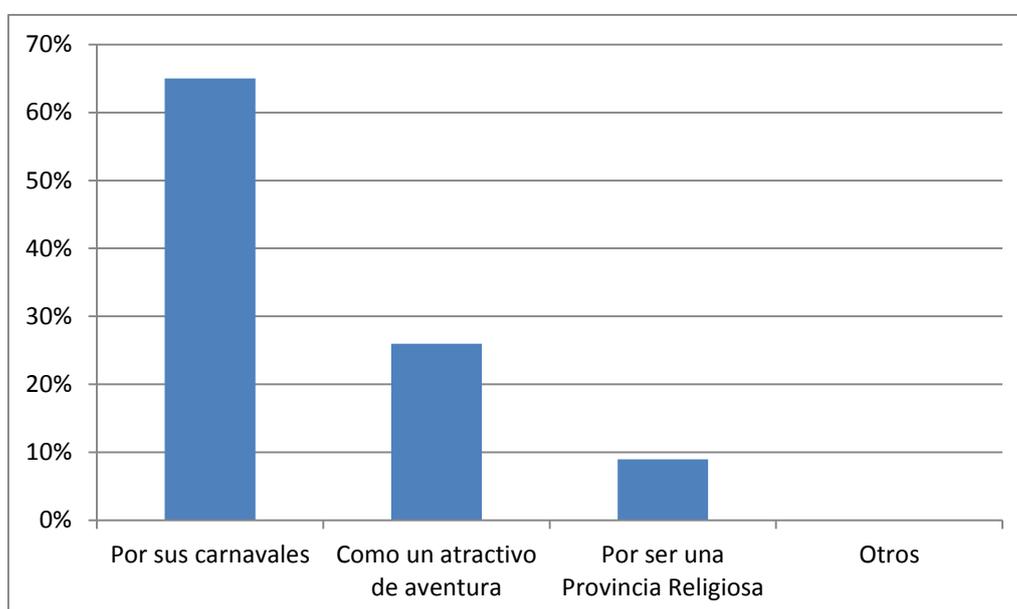


Gráfico 8 Cómo identifica a la Provincia de Bolívar

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Fuente: Encuestados

La mayoría de los encuestados con el 65% identificaron a la provincia de Bolívar por sus carnavales, ya que son muy conocidos en el Ecuador y también fuera del país, seguido por ser una Provincia que cuenta con atractivos de aventura y por la religiosidad que existe en los miembros de esta provincia.

8) Pregunta: Si le dijeran que en la Provincia de Bolívar se practica Turismo de Aventura ¿cuántos días le gustaría estar?

Tabla 9 Cantidad de días que le gustaría estar en la Provincia de Bolívar para practicar Turismo de Aventura

| Detalle | Cantidad | % |
|---------------|----------|------|
| 3 a 4 días | 237 | 62% |
| 1 a 2 días | 74 | 19% |
| 5 a 6 días | 72 | 19% |
| más de 7 días | 1 | 0% |
| Total | 384 | 100% |

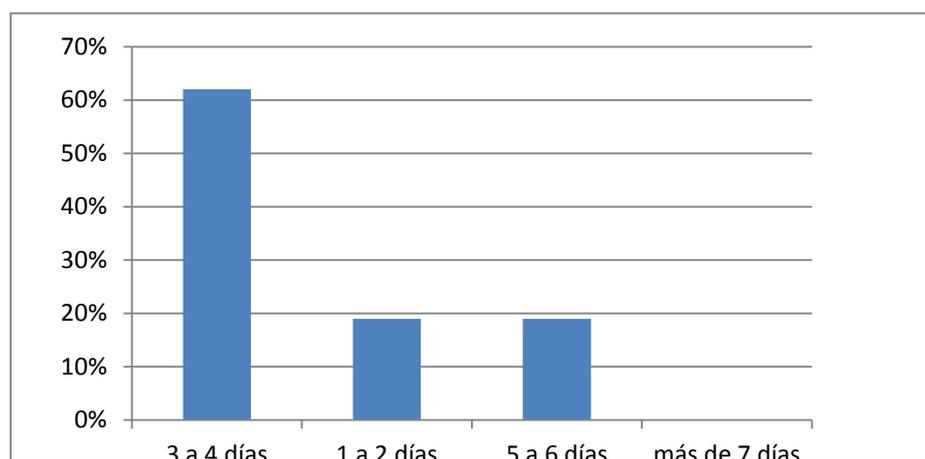


Gráfico 9 Cantidad de días que le gustaría estar en la Provincia de Bolívar para practicar Turismo de Aventura

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas
Fuente: Encuestados

Del 100% de los encuestados el 62% indicó que desearía estar de 3 a 4 días en la provincia de Bolívar para realizar Turismo de Aventura, siendo esta una buena respuesta a favor del turismo en esta provincia en la cual se puede dar a conocer muy bien la Provincia, vale recalcar que nadie optó por la opción que decía más de 7 días.

9) Pregunta: ¿Qué actividades le gustaría realizar en la Provincia de Bolívar?

Tabla 10 Preferencia de actividades en la Provincia de Bolívar

| Detalle | Cantidad | % |
|-----------------------------|----------|------|
| Degustar Gastronomía típica | 228 | 23% |
| Canopy | 177 | 18% |
| Ciclismo | 171 | 17% |
| Visita a Parque Acuático | 168 | 17% |
| Kayak | 159 | 16% |
| Cabalgatas | 93 | 9% |
| Total | 996 | 100% |

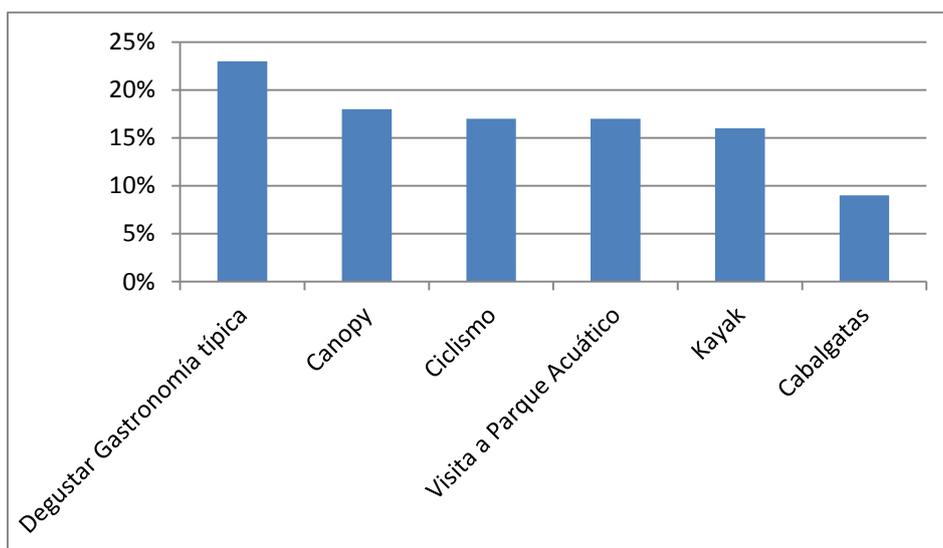


Gráfico 10 Preferencia de actividades en la provincia de Bolívar

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Fuente: Encuestados

Esta pregunta contenía varias opciones que podían escoger los encuestados, al finalizar el conteo existieron 996 respuestas escogidas, sacando un promedio global de todo se pudo obtener que degustar la gastronomía típica es la actividad que mayor preferirían realizar los turistas en la provincia de Bolívar, estando las otras opciones un poco a la par con esta a excepción de las cabalgatas que obtuvo el menor porcentaje con el 9%.

10) Pregunta: ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en un paquete turístico por 2 noches de hospedaje con alimentación incluida y ciertas actividades de aventura en la provincia de bolívar?

Tabla 11 Presupuesto por estadía de 2 noches de hospedaje

| Detalle | Cantidad | % |
|--------------|----------|------|
| De 100 a 200 | 273 | 71% |
| De 200 a 300 | 111 | 29% |
| Más de 300 | 0 | 0% |
| Total | 384 | 100% |

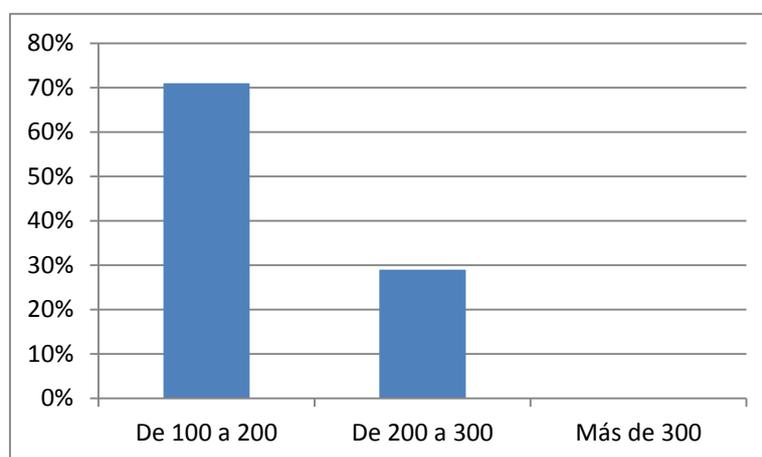


Gráfico 11 Presupuesto por estadía de 2 noches de hospedaje

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Fuente: Encuestados

Del 100% de los encuestados la gran mayoría con el 71% optaron por decir que gastaría de \$100 a \$200 en su estadía por 2 noches en esta Provincia, mientras que de \$200 a \$300 estarían dispuestos a pagar solo el 29%, y nadie estaría dispuesto a pagar de \$300 en adelante, estos resultados son importante para conocer un poco más a la hora de poder realizar los paquetes turísticos.

11) Pregunta: ¿Qué medios utiliza para informarse de sus viajes de turismo?

Tabla 12 Medios de información para los viajes

| Detalle | Cantidad | % |
|-----------------------|----------|------|
| Internet | 312 | 47% |
| Revistas | 159 | 24% |
| Televisión | 126 | 19% |
| Operadoras Turísticas | 45 | 7% |
| Otros | 15 | 2% |
| Agencias de Viajes | 12 | 2% |
| Total | 669 | 100% |

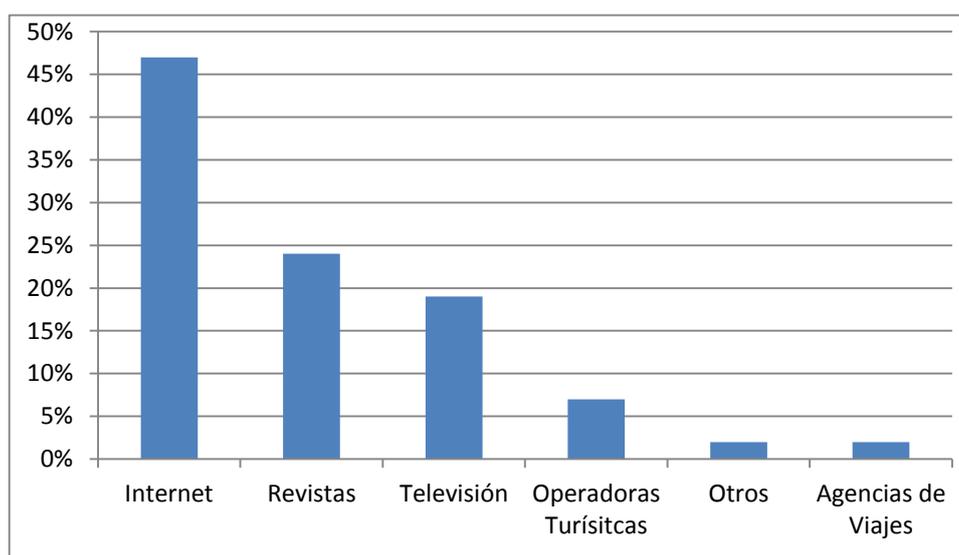


Gráfico 12 Medios de información para los viajes

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Fuente: Encuestados

Esta pregunta al igual que la pregunta 9 contiene varias opciones de respuestas que podían ser escogidas por los encuestados, al finalizar el conteo se obtuvieron 669 respuestas, de las cuales el internet es el medio de información que más utilizan las personas para viajar con el 47%, mientras que las Operadoras Turísticas solo alcanzan un 7%, lo que refleja que no existe total confianza por parte de los turistas para poder visitar una Operadora turística y realizar sus viajes, siendo esto una desventaja para el proyecto a realizar.

1.12.1. Objetivo de las encuestas

El objetivo principal de realizar estas encuestas es el de conocer el criterio de las personas de Guayaquil que es donde se va implementar la Operadora, para de esta manera saber cuáles son las ventajas con las que contamos y ver qué es lo que le gusta al turista y poder satisfacer sus necesidades.

1.12.2. Conclusión de las encuestas

El uso de las encuestas mostró un eficaz resultado puesto que se obtuvo la información necesaria, sabiendo que la mayoría de las personas realizan sus viajes por sus propios medios, lo cual hace que se indague cada vez más para poder vender lo que el turista espera y opten por requerir los servicios de una operadora turística sin el miedo a salir perjudicados.

1.13. Entrevistas: Análisis de entrevistas efectuadas.

Dr. Benigno Villagomez.

Propietario de Canopy Las Palmas.

Via Balzapamba – Guaranda.

En este lugar no solo se ofrece el servicio de canopy, pues cuenta con una variedad de actividades a desarrollar, entre ellas vista de cascadas, caminatas a la chorrera y al Bosque Palma Real, observaciones de aves silvestres y domesticas, comida criolla.

También está enfocado en el agroturismo ya que ofrece el servicio donde se muestra como se elabora el jugo de caña y el procesamiento de panela.

Piensa incluir un atractivo llamado “El concierto de Ranas”. Las mismas que se ubicarían en una especie de piscina y en la noche poder disfrutar de los sonidos de la naturaleza. También es una agencia de viajes que funciona en conjunto con Mindo Lodge.

¿De qué manera apoya el gobierno seccional a la promoción turística?

Manifiesta que como tal la gobernación y representantes de la provincia sostienen reuniones en donde les hablan de la promoción del turismo y la inclusión del mismo como un

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

nuevo motor económico, pero solo queda en reuniones; asevera que hay un total descuido por parte de las autoridades.

Muchas veces vienen los del Ministerio de Obras Públicas pero a consultar sobre la carretera y su estado para más nada.

¿ El ministerio de Turismo se ha manifestado de alguna forma?

Simplemente acá han visitado el lugar a realizar reuniones, los sitios se los menciona en la página del gobierno; más el ministerio no es participe de exposiciones turísticas señala.

Para la provincia su principal objetivo es promocionar el carnaval, sabiendo aun que existe diversidad en su extensión; dice que esto le motivo a montar un atractivo en este sitio, quiere hacer de este sitio un “Mindo pequeño” y mostrar la capacidad turística de la misma.

Asegura además que no se ha realizado algún tipo de censo de servicios turísticos, hay un gremio de propietarios de estos servicios que se han asociado, aun así cada uno trabaja independiente.

¿Qué le parece la implementación de una operadora Turística de la provincia con una oficina de extensión en Guayaquil?

Manifiesta, que la idea es muy buena ya que se puede atraer a turistas a la provincia y que le gustaría involucrarse como proveedor del mismo si se aplicara. Ayudaría al crecimiento y promoción de la provincia en el sector turístico.

Lcdo. Enrique Coloma

Propietario de Quinta Flor María.

Llacan - Vía a Guaranda

Este sitio es un centro de recreación familiar cuenta con piscina, sauna, comedor, fue creado con el afán de explotar el turismo en el cantón Guaranda, recibe una buena afluencia de visitantes la mayoría en los fines de semana y feriados.

¿Cómo usted ve el desarrollo del turismo en la provincia de Bolívar?

En lo que se refiere a turismo la provincia cuenta con los recursos naturales y culturales necesarios para la implementación de variedad de proyectos referentes al tema.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Si se brindara el apoyo necesario se fortalecería este sector y por ende la economía de la provincia.

Agrega además que hay varios servidores turísticos a lo largo de la provincia que se han mantenido pese a la falta de atención ya que no es promocionada constantemente; más son sus carnavales que la hacen conocida.

¿Qué le parece la implementación de una Operadora Turística con una oficina de extensión en la ciudad de Guayaquil donde se promoció a la provincia de Bolívar para la captación de turistas?

Es una buena iniciativa ya que a la provincia le hace falta promoción y que mejor forma que con la idea que se presenta en el proyecto; agrega además que de darse la aplicación del mismo ayudaría a todo el sector a nivel de la provincia teniendo aceptación de quienes forman parte del mismo.

1.13.1. Análisis de las entrevistas efectuadas.

Según lo que se pudo apreciar durante la realización de las entrevistas hay preocupación en el sector turístico, debido a que aseveran contar con un mínimo apoyo, pues los organizan en reuniones, donde se les ofrece incluirlos como parte de la economía de la provincia, sin embargo todo queda ahí, y no ven cambio alguno; por lo que deciden continuar por cuenta propia.

También se evidenció que cada uno de los intervinientes velan por sus propios intereses, no se interesan en unirse entre ellos, por tema de competencia, fácilmente se aprecia esto, porque al momento de brindar información se mostraron reservados. Luego de exponer sobre el tema mostraron interés y se logró abrir un diálogo obteniendo respuestas sobre los proyectos a futuro con sus servicios turísticos. Todos apuntan hacia el turismo como un modo de mantenerse económicamente activos.

La gran parte de las personas que conforman este sector son personas retiradas o jubilados, que lo visualizan como un ingreso extra en sus actividades diarias o como un distractivo.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Además se confirmó, que la promoción que obtiene la provincia es por sus carnavales, esta es su época alta del año, y por ende la de mayor ingresos para el sector, señalan que esto les trae un poco de incomodidad porque tienen la certeza del potencial de la provincia en cuanto a turismo, por sus paisajes, biodiversidad, hospitalidad de la gente, gastronomía variada, historia, etc. Bolívar no solo son carnavales hay mucho por descubrir en ella; con la atracción de turistas puede lograrse pero ya no solo a esperas de una fecha específica, sino ubicarla en el mercado turístico nacional como un referente del sector.

Concluyeron en el interés de la implementación de una oficina de extensión en Guayaquil, por la ubicación estratégica de la ciudad y al ser una de las que mayor turistas recibe durante el año, consideraron el hecho de que de esta se puede derivar al turismo a la provincia de Bolívar con la puesta en el mercado turístico de la misma y la reactivación del sector, favoreciendo a la población en general pues el turismo trae beneficios para todos, se mencionó además que lo que se busca es la unión en el sector para que el crecimiento del mismo vaya de la mano con los involucrados directos.

1.13.2. Objetivo de las entrevistas

Conocer la opinión acerca de la implementación de una Operadora Turística en Guayaquil que promueva el turismo de aventura en la provincia de Bolívar, y saber más acerca de la situación que vive esta provincia en el entorno turístico.

1.13.3. Conclusión de las entrevistas

Se pudo confirmar que el mayor desarrollo turístico que tiene la Provincia es durante sus carnavales, siendo esta fecha donde más ingresos existen, y también se mostró el interés por la idea de implementar la Operadora Turística en Guayaquil ya que esto ayudaría a mejorar el turismo en la provincia de Bolívar y por ende mejorar su economía y plazas de trabajo.

1.14. Estudio de Mercado

Se necesita estudiar el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto.

Para el estudio de la competencia hay que identificar a los competidores en número, ventajas, y debilidades, de tal forma en la que se pueda establecer mediante una tabla comparativa quienes afectan directamente el mercado que se oferta, sumando a esto los productos, servicios, precios, proveedores, etc.

A esta evaluación del mercado, se agrega la detección de las necesidades de los futuros consumidores, en cómo se satisfecería sus necesidades, hábitos de adquisición como preferencias ya sea lugares de visita, donde vacacionar, etc.

El punto principal de esto es poder obtener datos con los que se pueda cumplir estándares de satisfacción a las demandas tanto de los clientes como el de la empresa, establecer métodos de introducción al mercado y captación del mismo, lograr posicionarse como una marca confiable.

Con el liderazgo en costo se puede mantener en los primeros lugares de la lista a nivel competitivo a través de aventajar a la competencia en materia de costos.

Brindar diferenciación para crear un valor agregado sobre el producto ofrecido, así este será percibido en el mercado como único con diseño, imagen, atención a clientes y calidad en el servicio.

En la ciudad de Guayaquil en cuanto operadoras y agencias de viajes hay un buen número que ofrecen variedad de servicios, pero todas están enfocadas en lugares turísticamente conocidos en el país, por el factor riesgo prefieren promocionar algo de renombre, se incluyen lugares como Quito, Baños, Galápagos, Cuenca, etc. Pero sobre la provincia Bolívar difícilmente se podrá encontrar en la lista como un atractivo de visita.

Por este motivo se toma la iniciativa de montar la operadora en la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de promocionar un lugar poco conocido como es la provincia Bolívar.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Según las encuestas efectuadas, a la provincia de Bolívar más se la conoce por sus carnavales, que por ser un lugar de visita constante.

En base a los resultados de las encuestas, se puede ubicar a la provincia en un turismo de aventura, obteniendo alianzas con servidores turísticos que se encuentran en la misma.

En cuanto a competencia en la Provincia Bolívar, se encuentran:

Tomabelas, ubicada Tomabelas y Samiliagua, Parroquia Salinas, Guaranda, Bolívar, que está relacionada con la parroquia Salinas, la misma que es dirigida y forma parte del turismo comunitario que se realiza en dicho cantón por ende es para promoción directa del mismo.

Bluebird, ubicada en las calles Av. Elisa Mariño de Carvajal e Isidro Ayora N° 817 centro de la ciudad, acá se ofrece paquetes a lo largo de la provincia más la información que ponen en internet es muy pobre pues solo hablan de los sitios mas no se detalla lo que integra cada uno de sus paquetes ni valores.

Referente a los 2 sitios antes mencionados por el hecho que no es una provincia conocida suelen trabajar con grupos de la misma provincia o por pequeños grupos de extranjeros, los precios varían de Acuerdo a como se arma el paquete contratado.

A nivel de competencia no afectaría mucho a la operadora, puesto que la captación de los clientes se realizara desde Guayaquil, para esto ya los turistas tendrían su paquete turístico armado. Además lo que se busca en este proyecto es integrar a la población para su desarrollo.

El comportamiento observado según las encuestas en los potenciales clientes es que el valor máximo a pagar oscila entre los 150 a 200 dólares americanos. En este caso lo conveniente es fijar valores que se acomoden a la demanda de los clientes pero que a la vez representen ganancia para la empresa.

Además la mayor parte de los jóvenes prefieren el turismo de aventura que está entre edades de los 20 a 35 años.

En cuanto a la parte de las entrevistas denota un comportamiento de los proveedores favorables para la operadora pues ponen interés en el tema al ser expuesto en la forma en que se piensa trabajar.

1.15. Análisis de la situación

1.15.1. 5 Fuerzas de Porter

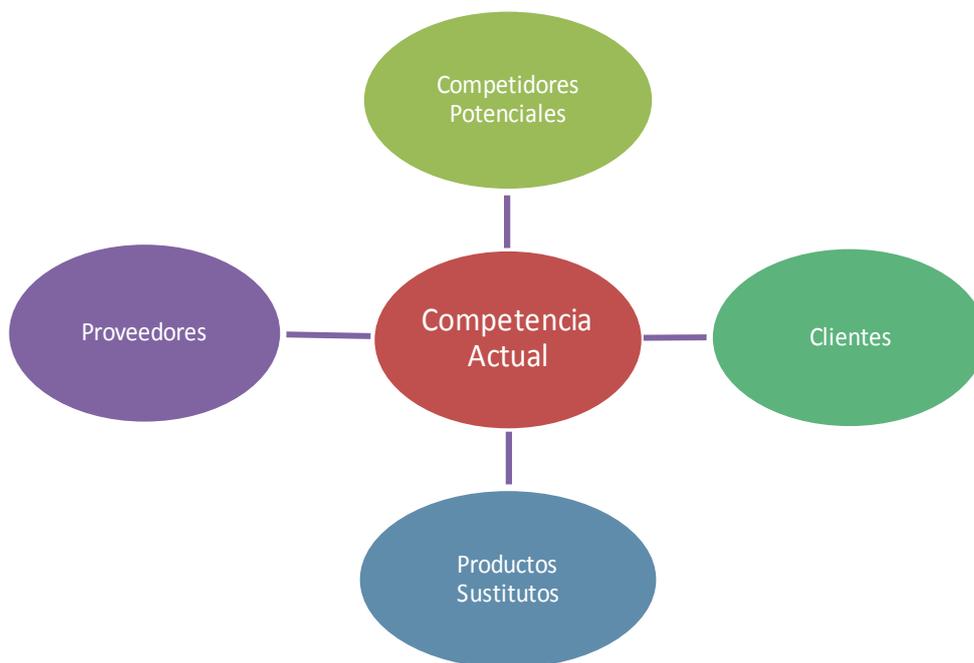


Gráfico 13 Las 5 Fuerzas de Porter

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Clientes.- Aquí se involucra a toda la ciudadanía de Guayaquil, los clientes exigen una mayor calidad en los servicios y reducción de precios en los servicios, para que el producto que van a recibir sea bueno y barato, por lo tanto la operadora debe ver la manera cómo manejarse con respecto al margen de utilidad que tendría que disminuir para poder satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes y de esta manera poder acaparar la mayor cantidad de clientes posibles.

Competidores Potenciales.- Hace referencia a la amenaza de entrada de nuevos competidores o posibles rivales que existan dentro de Guayaquil o del país en general que se pueden involucrar en la misma área que se piensa promocionar. Entre los posibles competidores pueden ser otras operadoras turísticas que se encargan de promocionar el turismo de aventura tales como Spring Travel Tour Operator que es una operadora que se encarga de promocionar el turismo de aventura en varios lugares del país, y puede interesarse también en lo que es la parte de la provincia de Bolívar; también Metropolitan Touring es otra de las posibles competencias debido a que es una gran Operadora que promociona todo tipo de turismo dentro y fuera del país y puede verse interesado en incursionar lo que es esta provincia para conseguir más clientes y a su vez tener más opciones para dar a conocer al Ecuador

Proveedores.- aquí es donde predomina el poder de negociación de los proveedores, estos son muy importantes en el proceso de posicionar a la operadora puesto que ellos facilitaran las herramientas y equipos necesarios con los que se va a trabajar para de esta manera poder ofertar los servicios, donde lo primordial es poder llegar a un buen acuerdo comercial con el proveedor para contar con lo que la empresa requiere, también es una buena opción de contar con los hoteles en Guayaquil para poder fomentar este turismo no solo a los turistas nacionales sino también a los extranjeros que están de visita por Guayaquil, dándoles a conocer un nuevo destino turístico de aventura.

El poder de negociación con los proveedores es alto debido a que no hay gran cantidad de oferentes en el mercado y la mayoría de los equipos que se utilizan para el deporte extremo y de aventura deberán ser importados, lo cual implica que los costos serán altos, por otro lado en lo que respecta al servicio de transporte el poder de negociación será más bajo debido a que existirán mayores opciones de proveedores para poder conseguir lo que es el bus con el que se contará para realizar el tour.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Productos sustitutos.- Se refiere a la amenaza de posibles productos sustitutos, que pueden alterar la demanda de la empresa ya que esto produce variaciones en la actividad y a su vez hace estar en constante actualización de los productos y nuevas tendencias que existen dentro del mercado. Como posibles productos sustitutos se pueden mencionar todas las formas de entretenimiento u ocio entre las que constan los cruceros, tours al exterior, así como también la práctica del ecoturismo, entre otras actividades, que podrían acaparar una mayor cantidad de turistas y dejar a un lado el turismo de aventura.

Competencia Actual.- esta es la rivalidad entre los competidores existentes, la rivalidad con los competidores por el momento es baja, puesto que en el mercado a incursionar no existe alguna Operadora que se dedique a promocionar el turismo de aventura en la Provincia de Bolívar, por tal motivo es una ventaja ya que al no tener competencia se acapararía todo el mercado, obviamente con el pasar del tiempo saldría a la vista posibles competidores.

1.15.2. P.E.T.S.A.

Gráfico 14 P.E.T.S.A

| POLITICO | ECONOMICO | SOCIAL | TECNOLOGICO |
|---|---|--|--|
| En el ámbito político, el Ecuador ha generado varios desencadenantes de desprestigio e inestabilidad en las instituciones que representan al poder del estado (legislativo, ejecutivo y judicial) en los últimos quince años. | El Ecuador se ha mantenido por varios años gracias a la exportación del petróleo, es su recurso más efectivo y el que genera mayores ingresos; según datos del gobierno el producto interno bruto ha crecido 4,9% en el primer trimestre gracias al precio de este rubro. Es así que durante el año 2014 el precio del barril se ha cotizado entre \$US 70 y \$US 100 dólares americanos. | Se ha implementado el tema del "Plan del Buen Vivir", otorgando subsidios y bonos para los más necesitados y con un enfoque de rescatar de la pobreza, maltrato y trabajo precario a niños y adolescentes. | Según el Foro Económico Mundial realizado en Ginebra, en el periodo 2010-2013 Ecuador se encuentra en el puesto 108 de 138 países en cuanto a desarrollo y aprovechamiento de tecnología. |
| El poder legislativo se ha debilitado en cuanto a políticos de oposición ya que la mayoría de los asambleístas que lo conforman son miembros del partido de gobierno. | Al ser un país dolarizado ya por más de una década, se ha generado una estabilidad económica para inversión nacional y extranjera, pese a que como al igual que la mayoría de países de la región, la economía ecuatoriana es dependiente y vulnerable de factores externos y negociaciones políticas con gobiernos y organismos financieros internacionales. | Actualmente el gobierno está trabajando en la mejora de la educación, es así que se están implementando y renovando centros educativos, capacitando a los profesores, y otorgando becas de estudio a personas calificadas y con puntajes de sobresaliente. | Es importante señalar que en los últimos años los ecuatorianos tienen acceso a internet e información y algunos proyectos están en análisis y marcha a través de la Fundación Ciencia y Tecnología (FUNDACYT). |
| El poder judicial está en constante renovación y cambio con la finalidad de tener un organismo eficiente y con representantes competentes, tratando de eliminar poco a poco la corrupción un sinónimo del interés del estado. | En lo que a la población ecuatoriana se refiere, según el Instituto de Estadísticas y Censo (INEC) la población económicamente activa-PEA lo conforman 7 millones de habitantes y la tasa de desempleo es de 4.65% aproximadamente. La canasta básica para mediados del 2014 está en \$US 634,67 y el salario mínimo vital se sitúa en \$US 340. | En lo que refiere a salud hay mejoras en la parte de equipamiento de hospitales públicos. | |
| En la actualidad se promociona la campaña "All you need is Ecuador" para aumentar el turismo en el país, el gobierno ecuatoriano aumentará su presupuesto anual para turismo de 40 millones de dólares en 2013 a 660 millones durante los próximos cuatro años. | Durante el año 2013 Ecuador fue el tercer país de Latinoamérica con mayor flujo de turistas, superado por Perú y Colombia. Más de 228 mil turistas han ingresado a Guayaquil. | | |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas
Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

1.15.3. F.O.D.A. del Mercado

FORTALEZAS

Se cuenta con el conocimiento necesario acerca de la provincia ya que uno de los integrantes es nacido ahí y se puede recopilar una mejor información.

Conocimiento sobre los deportes extremos que se pueden realizar de acuerdo al entorno existente.

La provincia tiene muchos lugares para poder desarrollar este tipo de turismo.

Buenas relaciones con el sector hotelero.

OPORTUNIDADES

Es un proyecto que promociona una provincia que tiene todas las condiciones para realizar el turismo de aventura y sería la primera operadora en realizar esta actividad en la provincia de Bolívar.

Existe una gran cantidad de turistas nacionales e internacionales que se interesan por el turismo de aventura.

Debido a la falta de promoción del turismo de aventura en Bolívar, es una buena opción para poder llevar a cabo este proyecto y dar a conocer esta provincia.

DEBILIDADES

Las personas no tienen mucho conocimiento sobre la provincia.

No se cuenta con el suficiente financiamiento para el proyecto.

Falta de experiencia en el manejo de operadoras turísticas.

AMENZAS

Con el pasar del tiempo pueden surgir Operadoras que adapten esta idea y empiecen a realizar el mismo tipo de turismo en esta Provincia.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Asumiendo el caso de que ingresan al mercado Operadoras que se interesan en promocionar el Turismo de Aventura en Bolívar puede existir un crecimiento por parte de la competencia.

1.15.4. Oferta del Mercado

En lo que se refiere a oferta turística, la provincia Bolívar cuenta con una variedad de productos a explotar pues, tiene historia, cultura, naturaleza, biodiversidad y sitios donde practicar turismo de aventura.

La convierte en un buen potencial turístico por su clima, y paisajes que ofrece, aparte de esto la falta de explotación de ella genera mayor expectativa en el proyecto presentado e incluso en quienes se convertirían proveedores del mismo.

En cuanto a infraestructuras de alojamiento en su gran parte está conformada por hostales, hosterías, y hoteles, cabe mencionar que no todos están adecuados para la demanda de los turistas, por lo que se buscaría a los más idóneos, de esta forma cumplir con las expectativas tanto de los turistas como el de la empresa.

La parte de la gastronomía es variada ya que no solo se ofrecen platos típicos de la sierra, también hay sitios en los que se puede encontrar platos representativos del Ecuador.

Los lugares en donde se promocionan el turismo de aventura cuentan con los implemento de seguridad necesarios para la realización de dichas actividades, incluso se puede constatar al visitar los lugares.

Cuenta con varios museos en la extensión de la provincia, donde se pueden observar restos arqueológicos, objetos que forman parte de la Batalla del Camino Real que esta ubicada dentro de la “Ruta del Libertador”.

Por predominar la religión Católica se han levantado una variedad de santuarios e iglesias que forman parte de la historia de la Provincia.

Tabla 13 Oferta de Mercado

| HOTELES | RESTAURANTES | ATRATIVOS TURISTICOS | |
|---------------------|------------------------|---|--|
| La Colina | Amazonas | 1. Bosque Protector Piedra Blanca | 12. Complejo Turístico las Cochas |
| Tambo El Libertador | Café Tacuma | 2. El Santuario de la Virgen del Guayco | 13. Bosque Protector Peña Blanca |
| Colonial | La pizza del Flaco | 3. Los Pirotécnicos | 14. Parroquia San Luis de Pambil |
| Ejecutivo | Rumipamba | 4. Santuario de la Virgen de Lourdes | 15. Las Fiestas del Patrono Arcángel San Miguel |
| Marquez | El Conchal | 5. La Cerámica de Chimbo | 16. Iglesia El Señor de la Salud |
| Las Flores | Cochabamba | 6. El Carnaval de Guaranda | 17. Fiestas de San Pedro de Guanujo |
| Cochabamba | Siete Santos Cafeteria | 7. Curanderos de Guaranda | 18. Complejo Ecológico Los Caseiches |
| Bolivar | La Colina | 8. Bosque Protector Cashca Totoras | 19. Las Siete Colinas |
| Balcon Cuencano | EL Libertador | 9. Parroquia de Bilovan | 20. El Arenal |
| Los Espejos | | 10. Reserva Faunística El Chimborazo | 21. Las Explotaciones Mineras y el Recorrido de la Sal |
| Cabañas del Socavon | | 11. Salinas de Tomabela | 22. Bosque los Arrayanes |
| | | | 23. Cordillera Camino del Rey (Vía Kelly) |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

1.15.5. Demanda del Mercado

Según resultado de las encuestas realizadas, los potenciales visitantes que fluctúan entre las edades de 20 a 35 años se inclinan a la práctica de un turismo de aventura, en la que se destacan actividades extremas como el canopy, kayak, ciclismo, caminatas, cabalgatas marcando un promedio de 17% por cada una de las actividades mencionadas.

En lo que corresponde un tipo de turismo cultural, religioso, está marcado por edades de los 35 en adelante, donde mencionan visitas a templos religiosos, conocimiento de cultura de la provincia derivado esto en historia, costumbres y festividades. En este caso los porcentajes por dichas actividades están en un promedio del 9%, hay que tomar en cuenta que en lo que corresponde a festividades la provincia está fuertemente posicionada como un lugar de paso obligatorio por sus carnavales, teniendo un porcentaje del 65%. Donde se puede comprobar el motivo exacto por el que es conocida la provincia a nivel nacional.

Lo que respecta a la demanda por turismo gastronómico se dio un resultado del 6% donde fluctúan edades desde los 20 en adelante, esto poniéndolo frente a las otras actividades mencionadas, sin embargo este resultado tiene una tendencia de cambio, recordando que la gastronomía es parte de la identidad de un lugar por ende al visitarlo, los turistas estarían directamente expuestos a la gastronomía local.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

En cuanto al tipo de hospedaje, están enfocados en un ambiente donde mantengan contacto con la naturaleza, algo de tipo rustico, esto se debe a que las encuestas fueron realizadas a personas habitantes de una ciudad grande como lo es Guayaquil, por lo que buscan salir del ruido y encontrar un ambiente de calma y relax.

La mayor parte del movimiento turístico lo hace en vacaciones o feriados con un resultado del 68% dentro de Ecuador, también se denoto que una mayoría se moviliza en familia con un 48% , quienes se movilizan solos, amigos y pareja está vinculado por el grupo de jóvenes que tienen un promedio del 15,21%.

Al ofertar paquetes turísticos, se mostró que un 71% estaría dispuesto a pagar valores con fluctuaciones de 100 a 200 dólares, y que la estadía estaría entre 3 a 4 días con un 62% a favor, en relación a menos de 3 días donde el porcentaje es del 19%.

1.15.6. Diagnóstico del Mercado.

La operadora al funcionar en una ciudad fuera del lugar en donde se desarrollarían las actividades a promocionarse presenta ventajas sobre sus pares que se encuentran dentro de la provincia, por lo que el principal objetivo es la captación de flujo turístico para ser derivado a esta.

Cabe recalcar que la competencia directa se la obtiene en la ciudad de Guayaquil ya que aquí es donde seria ubicada la oficina de extensión, por lo que se competirá contra atractivos frecuentemente explotados, para poder ganar clientela, se ofertará a la provincia como un lugar nuevo y por descubrir, garantizando una buena experiencia, que estará a la par con la competencia, mediante imágenes de las actividades que se pueden realizar.

Al tratarse de un mercado fuertemente competitivo en la ciudad de Guayaquil se debe generar curiosidad y expectativa en los visitantes mediante herramientas de promoción, estableciendo alianzas con otras operadoras, ser parte de sus proveedores de productos y servicios.

UNIDAD II

2. Razón Social o nombre del proyecto

“RoSal Tour Operator”

2.1. Objetivo social

Es una Operadora turística situada en Guayaquil para el desarrollo turístico específicamente en el turismo de aventura a realizarse en la provincia de Bolívar.

2.2. Logo



Gráfico 15 Logo

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

2.3. Misión

Ofrecer tanto a turistas nacionales como internacionales una alternativa especializada del turismo de aventura en la Provincia de Bolívar con una buena calidad y seguridad donde podrán sentirse cómodos a la hora de realizar este tipo de aventura y a su vez ofertando servicios que excedan las expectativas de los clientes.

2.4. Visión

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Proyectarse como una de la mejores operadoras de turismo de aventura dentro del país acaparando el mayor mercado posible no solamente de Guayaquil sino también de otras ciudades, para que conozcan más los atractivos con los que cuenta la provincia de Bolívar y las actividades de aventura que se pueden realizar.

2.5. Valores

Los valores con los que cuenta y se basa la empresa son la amabilidad, honestidad, integridad, trabajo en equipo, puntualidad, tolerancia y respeto.

2.6. Organigrama

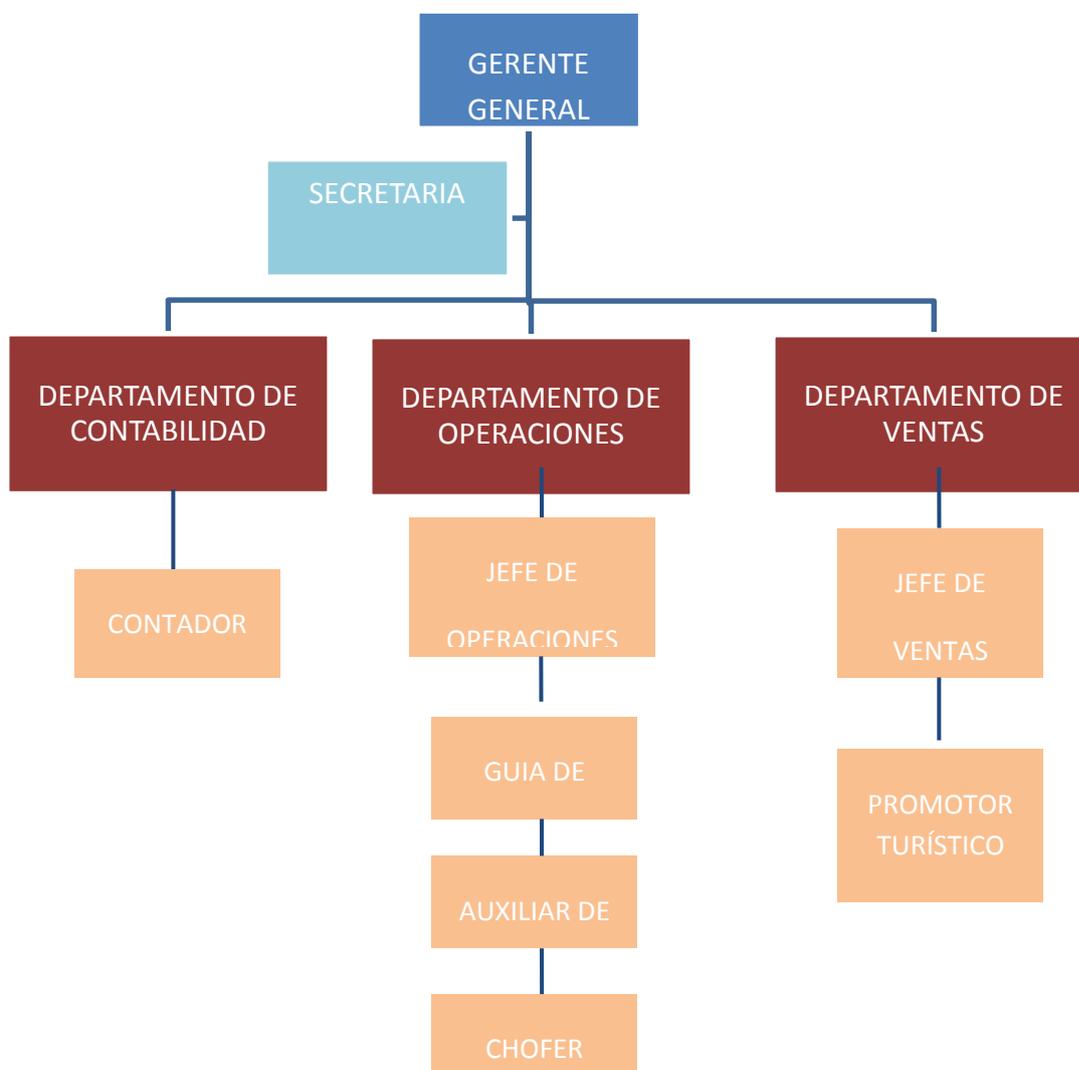


Gráfico 16 Organigrama
Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

2.7. Estructura Organizacional

Gerente General

Es el encargado de la administración de la empresa y deberá cumplir funciones tales como:

- Planificar, organizar y supervisar los paquetes turísticos que se realicen para que sean aprobados y promocionarlos de manera correcta antes de ser vendidos.
- Representante legal de la empresa.
- Realizar actividades de mercadeo y ventas.
- Supervisar la operación de sistemas y equipos.
- Supervisar la presentación del personal
- Asegurar la satisfacción del cliente
- Controlar y supervisar el presupuesto general de los gastos anuales, buscando alternativas financieras para mejorar la liquidez de la empresa.
- Autorizar contratos que sean necesarios para el desarrollo de la Operadora.
- Informar a cada uno de los departamentos la situación actual de la Operadora
- Liderar el equipo.

Secretaria

Es la asistente directa del Gerente, se encarga de ayudar a cada uno de los departamentos y se ocupa de ciertas actividades elementales en la oficina, tiene entre sus funciones las siguientes:

- Asistir, apoyar y coordinar las actividades del Gerente.
- Recibir mensajes y correspondencias que llegan a la Operadora y a su vez entregar las mismas a su respectivo departamento.
- Atender diferentes llamadas telefónicas y pasarlas a su respectiva extensión.
- Llevar la agenda de actividades del Gerente.
- Reportar cualquier anomalía sucedida en la Operadora ya sean en equipos, bienes o el personal.
- Mantener en orden todos los archivos de la Operadora.
- Realizar la solicitud y pedido de compra de materiales de oficina requeridos para el normal desenvolvimiento de la Operadora.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

- Estar al tanto de asuntos pendientes por la Gerencia y hacer seguimiento de los mismos para no darlos por olvidados.

Contador

Es el encargado de todo lo relacionado al sector financiero y se encargara de cumplir con las siguientes funciones:

- Llevar la contabilidad de la Operadora
- Realizar los roles de pago y entregar las remuneraciones a los empleados.
- Realizar los pagos en general
- Controlar los ingresos y egresos de la Operadora.
- Ejecutar los inventarios físicos de materiales
- Preparar informes sobre el estado financiero de la Operadora.

Jefe de Operaciones

Se encargará de las siguientes funciones:

- Negociar acuerdos comerciales con las empresas y proveedores.
- Verificar informes con el jefe de ventas
- Elaborar nuevas opciones de tours y circuitos turísticos y paquetes.
- Controlar y supervisar las políticas y estrategias a implementarse.
- Crear, implementar y velar por el cumplimiento de procedimientos operativos que apunten a la seguridad y calidad de todos los servicios.
- Generar, validar planes y programas de trabajo.

Guía de Turismo

Se encargará de dirigir a los turistas durante la ruta brindándole la información necesaria y requerida al pasajero, y tiene entre sus funciones:

- Supervisar el correcto desarrollo de las actividades que realiza el turista.
- Se encarga del mantenimiento y conservación de los equipos.
- Calcular el tiempo de duración en la visita de cada una de las actividades.
- Estarán capacitados en atención al cliente y primeros auxilios
- Desarrollar las actividades con responsabilidad con responsabilidad y compromiso.
- Capacidad para resolver problemas que puedan suceder durante el transcurso de la visita.

Auxiliar de limpieza

Es el encargado de mantener la empresa limpia y agradable en todas sus instalaciones y estar al tanto del suministro de limpieza que le es necesario para poder cumplir con su trabajo diario.

Chofer

Es el encargado de conducir y transportar a los turistas desde la operadora al punto de destino, llevando el equipo necesario para la realización de las actividades, así como también debe tener conocimiento sobre primeros auxilios y atención al cliente.

Jefe de Ventas

Es el encargado de supervisar las ventas que se realicen en la Operadora, cumpliendo las siguientes funciones:

- Hacer un estudio de mercado y analizar a la competencia.
- Verificar los informes de ventas realizados.
- Innovar técnicas para las ventas.
- Capacitarse constantemente.
- Elaborar presupuestos.

Promotor Turísticos

Este se encargará de todo lo relacionado con la publicidad de la Operadora, planificando campañas promocionales por los diferentes medios de comunicación y haciéndole saber a la Gerencia lo que necesita para poder cumplir con todo lo necesario para obtener una mayor cantidad de clientes.

2.8. Mercado Objetivo

Va enfocado en los turistas ya sean estos nacionales o internacionales que desean experimentar un turismo de aventura en la provincia de Bolívar, teniendo como ventaja de ser un destino turístico que no ha sido promocionado de tal manera que llamará la atención por ser nuevo en esta actividad.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

2.9. Localización del proyecto de titulación

2.10. Macro localización.

El presente proyecto se realizará en País: Ecuador, Provincia Guayas, Ciudad Guayaquil, ubicado en las av. Francisco de Orellana y Dr Luis Orrantia Cornejo

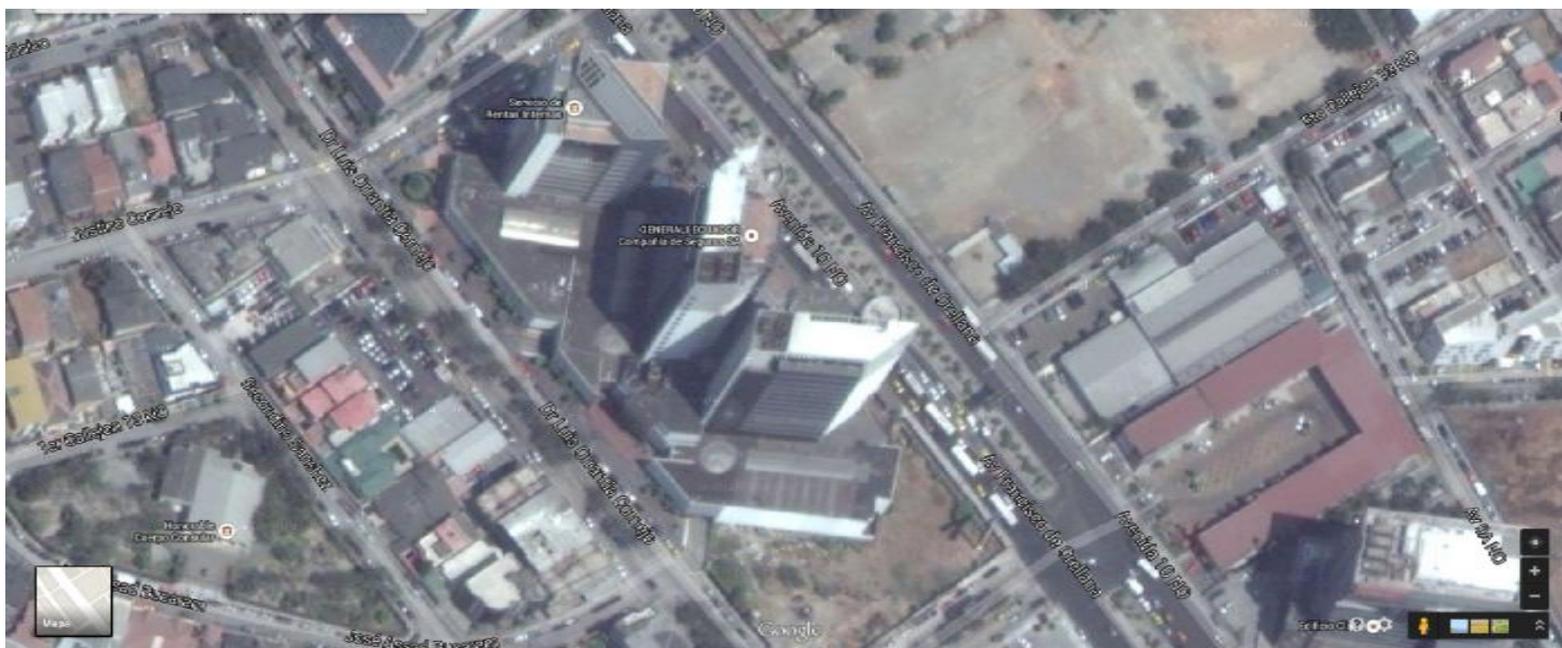


Gráfico 17 Ubicación de la Operadora Turística

2.11. Micro localización.

El local comercial cuenta con una buena ubicación en el centro moderno de Guayaquil, en el edificio Milenio con gran afluencia comercial. , lugar donde funciona el World Trade Center.



Gráfico 18 Edificio del local

2.12. Distribución Física del Espacio.

La oficina viene amoblada, posee una área de 86 mts cuadrados distribuidos de la siguiente forma.



Gráfico 19 Oficina



Gráfico 20 Recepción



Gráfico 21 Servicio al cliente

2.13. Horario de Funcionamiento.

Se ha establecido un horario de atención de lunes a viernes de 8:00 a 18: 00 y los sábados de 8:00 a 16:00.

2.14. Infraestructura Necesaria.

Tabla 14 Equipamiento necesario para la oficina

| ITEM | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|-------------------------------|----------|----------------|-------------|
| EQUIPOS DE OFICINA | | | |
| Telefono | 2 | 60 | 120 |
| Fax | 1 | 135 | 135 |
| Calculadora | 1 | 30 | 30 |
| Televisores | 1 | 450 | 450 |
| Aire Acondicionado | 1 | 650 | 650 |
| EQUIPOS DE COMPUTACION | | | |
| Computadora | 3 | 380 | 1140 |
| Impresora/Copiadora | 2 | 400 | 800 |
| Muebles y Enseres | | | |
| Utiles de Oficina | 1 | 100 | 100 |
| Decoraciones | 1 | 80 | 80 |
| Mesa de centro | 1 | 50 | 50 |
| | | Total | 3555 |

Elaborado por: Paul Saltos y Carlos Rojas.

Tabla 15 Equipamiento para aseo y limpieza

| ITEM | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|-------------------------------|----------|----------------|-------------|
| Menaje | | | |
| Toallas demano | 7 | 2 | 14 |
| Juegos para Baño | 3 | 18 | 54 |
| Utiles de Aseo | | | |
| Desinfectantes biodegradables | 1 | 45 | 45 |
| Escoba | 1 | 4 | 4 |
| Basurero para Baño | 1 | 9 | 9 |
| Trapeador | 1 | 4 | 4 |
| jabon Liquido Para Manos | 1 | 6 | 6 |
| | | Total | 136 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Tabla 16 Gastos del Área Comercial

| Detalle | Características | Costo Total |
|-------------------------|------------------------------|-------------|
| Tarjeta De Presentacion | Full color 1000 unidades | 80 |
| Rotulo de la Empresa | Full color, de 60 * 120 | 250 |
| Triptico | full color papel couche | 400 |
| Pagina Web | Publicacion por un año links | 500 |
| Ferias | Talento Humano | 1200 |
| | Total | 2430 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

UNIDAD III

3. PROMOCIÓN DE LUGARES TURÍSTICOS

3.1. Productos a ofrecer

“BOLIVAR EXTREMO”

Descripción de la Promoción.

Día 1

Parte de la ciudad de Guayaquil con dirección a la provincia Bolívar, en un viaje de 1 hora 45 minutos, se adentrará a los encantos de la provincia, siendo la primera parada Balzapamba, donde se realizará el check in, en el Hostal “Quinta Mama Juana” lugar donde se hospedarán los turistas.



El primer lugar a visitar será las Cascada Milagrosa uno de los principales atractivos de esta localidad, siguiendo una caminata por un sendero que nos llevara hacia el Rio Cristal, donde se podrá tener contacto con la naturaleza, esta parte de la provincia está rodeada por bosques dándole al turista la oportunidad de respirar un aire distinto al de las grandes ciudades.

Luego se avanza unos 15 minutos a la aventura en esta parte de la provincia hacia “Canopy Las Palmas”, lugar donde se realizara una variedad de actividades.

Caminata hacia la cascada, a la chorrera, y al Bosque Palma Real durante la caminata



Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

guiada se podrá apreciar la variedad de aves silvestres y domesticas, además la cantidad de orquídeas y plantas de la región.

Después de la caminata se degustará de platos típicos de la provincia, luego se los guiará para mostrar la elaboración de productos como es el de la panela y el jugo de caña.

Luego se emprende el viaje en canopy, el mismo que cuenta con 12 estaciones con las seguridades necesarias y bajo la supervisión de personal capacitado.

Al atardecer dependiendo de las condiciones meteorológicas se podrá observar uno de los más bellos atardeceres, por la ubicación del sitio se puede observar la costa y la caída del sol, luego de esto se dará tiempo a la cena.



Finalmente culminan las actividades del día con el concierto de ranas, donde se apreciará los sonidos de la naturaleza en medio de una fogata.

Retorno al hotel.

Día 2

De Balzapamba se procede hacer una breve caminata por parte de la ruta del libertador donde se mostrará el sendero por donde pasaron los próceres en la batalla del Camino Real, con la explicación del acontecimiento, se los dirigirá hacia Bilovan en vehículo



mientras se pasa a través de paisaje rodeados de naturaleza y campo, al llegar a la comunidad mencionada se mostrará el final del sendero de la ruta del libertador donde se desarrollo la batalla.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

A 1 hora 30 minutos se llega a Guaranda con dirección a Salinas de Bolívar, lugar donde se desarrollará actividades como el trekking y byking por los alrededores de este sitio que cuenta con paisajes muy impactantes como formaciones rocosas naturales, la visita hacia la fuente de agua mineral natural y minas de sal.

Retornamos a Guaranda hacia el hotel.



Día 3

Se toma ruta hacia el Parque Nacional Chimborazo, donde se llegará hasta el primer refugio siguiendo la ruta en bicicleta, aquí se podrá observar el paisaje árido de los páramos.

Una vez que se llega al refugio con los turistas que estén en condiciones se avanzará hasta el segundo refugio, donde podrán disfrutar de una grandiosa vista.

En la noche se los llevará a la localidad de LLacan donde se podrán disfrutar de una fogata con música en vivo y canelaso.

Retorno al hotel en Guaranda.

Día 4

Retorno a la ciudad de Guayaquil.

El Paquete Incluye

- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte
- Guianza

Consideraciones generales

Qué llevar

- Documentos personales para el ingreso
- Camisetas
- Chompa
- Pantalónetas
- Pantalones
- Zapatillas de baño
- Zapatos de caminata
- Terno de baño
- Bloqueador solar
- Repelente de insectos
- Gorra
- Mochila pequeña
- Pastillas para mareo
- Gafas para sol
- Cámara fotográfica

Tabla 17 Itinerario paquete 1

| HORA | LUGAR | ACTIVIDAD |
|---------|--------------|---|
| | DIA 1 | |
| 07 H 00 | GUAYAQUIL | Partida de la ciudad |
| 09 H 00 | BALZAPAMBA | Check in en Quinta Mama Juana |
| 09 H 30 | BALZAPAMBA | Desayuno |
| 10 H 00 | BALZAPAMBA | Visita a la Cascada Milagrosa y caminata al sendero hacia el Rio Cristal. |
| 12 H 00 | BALZAPAMBA | Canopy Las Palmas, caminata guiada hacia la cascada y Bosque Real |
| 14 H 30 | BALZAPAMBA | Almuerzo, platos tipicos |
| 15 H 15 | BALZAPAMBA | Muestra de elaboracion de productos panela, jugo de caña |
| 16 H 00 | BALZAPAMBA | Canopy 12 estaciones |
| 18 H 15 | BALZAPAMBA | vista atardecer |
| 19 H 15 | BALZAPAMBA | Cena |
| 20 H 00 | BALZAPAMBA | Canelaso y Fogata |
| 21 H 00 | BALZAPAMBA | Concierto de Ranas |
| 22 H 00 | BALZAPAMBA | Retorno al Hotel |
| | DIA 2 | |
| 07 h 00 | BALZAPAMBA | Desayuno |
| 08 H 00 | BALZAPAMBA | Ingreso Ruta del Libertador Muestra y Explicacion |
| 09 H 20 | BILOVAN | Arrivo a Bilovan Muestra del sendero final de la Ruta Del Libertador En la Provincia |
| 11 H 30 | GUARANDA | Check in Hotel Tambo Real |
| 12 H 30 | SALINAS | Almuerzo , Platos Tipicos |
| 13 H 15 | SALINAS | Caminata y Bycking por los alrededores del lugar visitas a las minas de sal, fuente de agua mineral natural |
| 19 H 00 | GUARANDA | Cena Hotel |
| | DIA 3 | |
| 07 H 30 | GUARANDA | Desayuno |
| 09 H 30 | CHIMBORAZO | Parque Nacional Chimborazo |
| 10 H 00 | CHIMBORAZO | Bycking y trecking hacia el primer refugio |
| 12 H 30 | CHIMBORAZO | Almuerzo |
| 13 H 30 | CHIMBORAZO | Ascenso al segundo refugio |
| 16 H 00 | CHIMBORAZO | llegada al 2 do refugio |
| 17 H 45 | CHIMBORAZO | Descenso al Primer Refugio |
| 18 H 45 | GUARANDA | Retorno al Hotel |
| 20 H 00 | LLACAN | Canelaso y Fogata con musica en vivo |
| 22 H 00 | GUARANDA | Retorno al Hotel |
| | DIA 4 | |
| 09 H 00 | GUARANDA | DESAYUNO Y RETORNO A GUAYAQUIL |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Tabla 18 Costo paquete 1

| SERVICIO | PAX |
|---------------------------|--------------|
| COSTOS FIJOS | 1 |
| TRANSPORTE | 65 |
| GUIA | 50 |
| TOTAL | 115 |
| | |
| COSTOS VARIABLES | |
| ALOJAMIENTO | 12 |
| ALMUERZO | 5 |
| CENAS | 5 |
| CANOPY LAS PALMAS | 15 |
| TOTAL | 37 |
| | |
| COSTOS DIRECTOS | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 15 |
| GASTOS VENTAS | 15 |
| SUBTOTAL | 30 |
| COSTO TOTAL | 182 |
| UTILIDAD | 18,2 |
| PRECIO VENTA FINAL | 200,2 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

“BOLIVAR NATURAL”

Descripción.

Día 1

Salida desde la ciudad de Guayaquil con ruta a la provincia Bolívar, en este paquete se direcciona a los turistas hacia el Parque Acuático ubicado en Balzapamba, donde se puede disfrutar del contacto con la naturaleza debido a que las instalaciones del parque se encuentra rodeado del bosque, acá se podrá disfrutar en el día de comida típica de la zona, la compra de artesanías.



En la tarde empieza el recorrido hacia la población de angas donde se realizarán actividades como el trekking y bycking en descenso hacia una casa museo que es de

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

propiedad del Sr Gloor quien posee una colección de antigüedades y vestigios de artesanías de antepasados.

Día2

En el rio Cristal se realizará la actividad de los rápidos y kayak por el torrente del mismo es propicio para las actividades mencionadas, lógicamente tomando las seguridades necesarias para el desarrollo de las mismas.



Paseo en caballo con ruta a los cerros que rodean a esta locación, donde se podrá visualizar las actividades como la recolección de cacao y naranja que son las principales fuentes de ingreso de los pobladores de esta zona.

Día 3

Retorno

El Paquete Incluye

- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte
- Guianza

Consideraciones generales

Qué llevar

- Documentos personales para el ingreso
- Camisetas
- Chompa ligera
- Pantalónetas
- Pantalones
- Zapatillas de baño
- Zapatos de caminata
- Traje de baño

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

- Bloqueador solar
- Repelente de insectos
- Gorra
- Mochila pequeña
- Pastillas para mareo
- Gafas para sol

Tabla 19 Itinerario Paquete 2

| HORA | LUGAR | ACTIVIDAD |
|---------|--------------|--|
| | DIA 1 | |
| 07 H 00 | GUAYAQUIL | Partida de la ciudad |
| 09 H 00 | BALZAPAMB | Check in en Quinta Mama Juana |
| 09 H 30 | BALZAPAMB | Desayuno |
| 10 H 00 | BALZAPAMB | Visita al Parque Acuatico |
| 12 H 00 | BALZAPAMB | libre |
| 14 H 30 | BALZAPAMB | libre |
| 15 H 15 | BALZAPAMB | Visita a la comuna de Angas bycking Trecking |
| 17 H 00 | BALZAPAMB | Visita a casa museo Sr. Gloor. |
| 19 H 15 | BALZAPAMB | Cena |
| 20 H 00 | BALZAPAMB | Canelaso y Fogata en el Pueblo |
| 22 H 00 | BALZAPAMB | Retorno al Hotel |
| | DIA 2 | |
| 07 h 00 | BALZAPAMB | Desayuno |
| 08 H 00 | BALZAPAMB | Kayak y rapidos esta ultima puede ser en bote o neumaticos |
| 13 H 00 | BALZAPAMB | Almuerzo al aire Libre |
| 14 H 45 | BALZAPAMB | Cabalgatas hacia la poblacion de Tiandigote |
| 18 H 45 | BALZAPAMB | Retorno al Hotel Cena |
| 20 H 00 | BALZAPAMB | Chiva Party |
| 22 H 00 | BALZAPAMB | Retorno al Hotel |
| | DIA 3 | |
| 09 H 00 | BALZAPAMB | DESAYUNO Y RETORNO A GUAYAQUIL |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Tabla 20 Costo Paquete 2

| SERVICIO | PAX |
|---------------------------|---------------|
| COSTOS FIJOS | 1 |
| TRANSPORTE | 40 |
| GUIA | 40 |
| TOTAL | 80 |
| | |
| COSTOS VARIABLES | |
| ALOJAMIENTO | 24 |
| ALMUERZO | 3 |
| CENAS | 4 |
| TOTAL | 31 |
| | |
| COSTOS DIRECTOS | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 25,4 |
| GASTOS VENTAS | 30 |
| SUBTOTAL | 55,4 |
| COSTO TOTAL | 166,4 |
| UTILIDAD | 16,64 |
| PRECIO VENTA FINAL | 183,04 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

“BOLIVAR INOLVIDABLE”

Descripción.

Día1

Salida de Guayaquil con ruta al cantón Caluma, en este lugar se podrán realizar actividades como las visita a la ruta de cascadas, como la de “Tres Pailas”, Choreras, y la de Plomovado, Las mismas que permiten

la realización de pesca deportiva, deslizamiento por el río en neumáticos tipo rafting, observar la naturaleza.



Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

A 45 minutos de Caluma, se encuentra la Cascada Tres Pailas, apacible y pequeña rodeada de una infinidad de flora y fauna, impresionante atractivo por sus vientos calientes, convirtiéndose en un destino interesante para los viajeros internacionales que buscan un clima templado durante sus vacaciones.

Plomovado o “*Velo de Novia*” de aguas andinas. Para llegar a la cascada se sigue aguas arriba por las riberas del río Charquiyacu que nace en Los Andes, se puede cruzar puentes colgantes, observar la naturaleza, visitas a fincas frutales donde se puede descansar a la sombra de árboles y casas de campo, le permite practicar pesca deportiva, deslizamiento por el río con neumáticos (tipo rafting), observar y bañarse en las cascadas.



A 25 minutos En la Cascada del Triunfo puedes observar la caída de agua con pozas en la base; admirar la piedra del sol y bañarse en la poza-laguna en el Triunfo, en el recorrido por los caminos rurales se descansa en fincas productoras de cacao, naranjas y plátano. Otra cascada de singular belleza que le invita a unirse a esta fantástica aventura, llena de emoción y adrenalina por los paisajes más espectaculares e inexplorados del lugar.



Algunos turistas lo consideran como un santuario de paz y tranquilidad centro renovador de energía, ideal para disfrutar de la naturaleza y renovar fuerzas.

Día2

Visita al “Bosque Protector Piedra Blanca” donde se puede observar una variedad de flora que consta con unas 113 especies, la vista de fauna que comprenden: tucanes, colibríes, pájaros carpinteros, búhos, águilas, tigrillos, monos, osos hormigueros, armadillos, etc.



Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

En el bosque se realiza dichas actividades mediante cabalgatas por la extensión del mismo y el tipo de acceso.

En la noche se realizar una visita para disfrutar de la fauna nocturna, como tigrillos, monos aulladores, lechuzas, etc.



Día 3

Se guiará a los turistas a balnearios naturales en el cantón, para desarrollo de actividades de campo y contacto con la población.

Día 4

Retorno

El Paquete Incluye

- Alojamiento
- Alimentación
- Transporte
- Guianza

Consideraciones generales

Qué llevar

- Documentos personales para el ingreso
- Camisetas
- Chompa ligera
- Pantonetas
- Pantalones
- Zapatillas de baño
- Zapatos de caminata
- Terno de baño
- Bloqueador solar
- Repelente de insectos

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

- Gorra
- Mochila pequeña
- Pastillas para mareo

Tabla 21 Paquete 3

| SERVICIO | PAX |
|---------------------------|--------------|
| COSTOS FIJOS | 1 |
| TRANSPORTE | 87 |
| GUIA | 10 |
| TOTAL | 97 |
| COSTOS VARIABLES | |
| ALOJAMIENTO | 50 |
| ALMUERZO | 5 |
| CENAS | 5 |
| CABALGATAS | 10 |
| TOTAL | 70 |
| COSTOS DIRECTOS | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 35 |
| GASTOS VENTAS | 35 |
| SUBTOTAL | 70 |
| COSTO TOTAL | 237 |
| UTILIDAD | 23,7 |
| PRECIO VENTA FINAL | 260,7 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Tabla 22 Costo Paquete 3

| SERVICIO | PAX |
|---------------------------|--------------|
| COSTOS FIJOS | 1 |
| TRANSPORTE | 87 |
| GUIA | 10 |
| TOTAL | 97 |
| COSTOS VARIABLES | |
| ALOJAMIENTO | 50 |
| ALMUERZO | 5 |
| CENAS | 5 |
| CABALGATAS | 10 |
| TOTAL | 70 |
| COSTOS DIRECTOS | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 35 |
| GASTOS VENTAS | 35 |
| SUBTOTAL | 70 |
| COSTO TOTAL | 237 |
| UTILIDAD | 23,7 |
| PRECIO VENTA FINAL | 260,7 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

3.2. Permisos ambientales

Licencia Ambiental

Recuperado de (Ecuador ambiental, 2008)

Es la autorización que otorga la autoridad competente a una persona natural o jurídica, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental. En ella se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el proponente de un proyecto debe cumplir para prevenir, mitigar o remediar los efectos indeseables que el proyecto autorizado pueda causar en el ambiente.

Procedimiento:

1. El Proponente debe solicitar al Subsecretario de Calidad Ambiental, el Certificado de Intersección con el Sistema de Áreas Protegidas (SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado. Esta solicitud debe contener:
 - Fecha de la solicitud del Certificado de Intersección
 - Razón Social del Proponente
 - Apellidos y Nombres del Representante Legal
 - Dirección
 - Ciudad
 - Calle No.
 - Teléfono No.
 - E-mail
 - Nombre del Proyecto
 - Actividad y una breve descripción del proyecto
 - Ubicación del Proyecto en coordenadas UTM
 - Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente de US/ 50.00, de conformidad con lo dispuesto en el Libro IX del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS).
 - Esta solicitud debe ser suscrita por el representante legal.

2. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, emitirá el Certificado de Intersección del proyecto con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

(SNAP), Bosques Protectores (BP) y Patrimonio Forestal del Estado (PFE) adjuntando el mapa correspondiente y la referencia del No. de Expediente asignado, el cual deberá ser mencionado por el Proponente en futuras comunicaciones.

3. El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la aprobación de los Términos de Referencia (TdR) para la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental y Plan de Manejo Ambiental para proyectos nuevos, para actividades en funcionamiento deben presentar los Términos de Referencia para la Elaboración de la Auditoría Ambiental de Situación y el Plan de Manejo Ambiental. Esta solicitud debe contener:
 - Fecha de la solicitud de los Términos de Referencia
 - Razón Social del Proponente
 - Nombre del Proyecto
 - Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección
 - Términos de Referencia (TdR) (documento escrito y en medio magnético (WORD); una copia si NO INTERSECTA con el SNAP, 3 copias SI INTERSECTA con el SNAP)
 - Constancia debidamente documentada de que los TdR fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía, según los mecanismos de Participación Ciudadana establecidos en el Libro VI del TULAS.
4. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente, analizará los TdR y notificará al Proponente con su aprobación o con las observaciones si las hubiere, que deberán ser atendidas por el Proponente hasta lograr su aprobación.
5. El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la aprobación del Estudio de Impacto Ambiental (EIA) y el Plan de Manejo Ambiental del proyecto (PMA), para proyectos nuevos, para el caso de actividades en funcionamiento la Auditoría Ambiental y el Plan de Manejo Ambiental. Esta solicitud debe contener:
 - Fecha de la solicitud del Estudio de Impacto Ambiental
 - Razón Social del Proponente
 - Nombre del Proyecto
 - Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

- EIA y PMA (documento escrito y en medio magnético (textos en WORD, mapas en formato JPG); una copia si NO INTERSECTA con el SNAP, 3 copias SI INTERSECTA con el SNAP)
 - Constancia debidamente documentada de que el EIA y PMA fueron puestos en conocimiento de la ciudadanía, según los mecanismos de Participación Ciudadana establecidos en el Libro VI del TULAS.
 - Copia de la Factura que certifique el costo del EIA y PMA
 - Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de la tasa correspondiente al 10% del costo del EIA y PMA, de conformidad con lo dispuesto en el Libro IX del Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria (TULAS).
6. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente evaluará los estudios y notificará al Proponente con la aprobación del EIA y PMA o con las observaciones si las hubiere, que deberán ser atendidas por el Proponente hasta lograr su aprobación.
7. El Proponente debe solicitar al Ministro del Ambiente, la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto. Esta solicitud debe contener:
- Fecha de la solicitud de la Licencia Ambiental
 - Razón Social del Proponente
 - Nombre del Proyecto
 - Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
 - Cronograma valorado de ejecución del PMA anual. (en caso de proyectos a ejecutarse en un tiempo menor a un año, cronograma por los meses de duración)
 - Certificación del costo total del Proyecto
8. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente notificará al Proponente con el valor de la tasa por emisión de la Licencia Ambiental, que corresponde al 1 por mil del costo total del proyecto y la tasa por el primer año de Seguimiento y Monitoreo al PMA según lo establecido en el Libro IX del TULAS.
9. El Proponente deberá remitir a la Subsecretaria de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente lo siguiente:

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

- Razón Social del Proponente
- Nombre del Proyecto
- Referencia No. de Expediente asignado al trámite al obtener el Certificado de Intersección.
- Papeleta de depósito en la Cuenta Corriente del Ministerio del Ambiente No. 0010000793 en el Banco Nacional de Fomento, de las tasas correspondientes a la emisión de la Licencia Ambiental y Seguimiento y Monitoreo.
- Garantía de Fiel Cumplimiento del Plan Anual de Manejo Ambiental, equivalente al 100% del Cronograma Anual Valorado, a nombre del Ministerio del Ambiente
- Póliza de Seguros por daños ambientales o daños a terceros a nombre del Ministerio del Ambiente.

10. La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente inscribirá la Licencia Ambiental en el Registro de Licencias Ambientales y notificará y entregará al Proponente el original de la Licencia Ambiental emitida por el Ministro del Ambiente, que rige desde la fecha de la Resolución Ministerial, la cual contiene todas las obligaciones y responsabilidades que el Proponente asume en materia ambiental por el tiempo de vigencia de la Licencia

11. El Proponente deberá tomar en consideración lo dispuesto en el Libro IX del TULAS, referente a Servicios Forestales y de Áreas Naturales Protegidas y Biodiversidad Silvestre (Licencias Forestales, Permisos de Investigación, etc.

3.3. Patentes Municipales

Recuperado de (Foros Ecuador, 2014)

El registro de patente municipal es un documento obligatorio para iniciar un negocio en Guayaquil el pago es anual y lo deben hacer las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras. Domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales. Es un impuesto de declaración anual.

3.4. Uso de Suelo – Municipio de Guayaquil

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Todos los establecimientos que operen en la ciudad de Guayaquil y que no se encuentren en un Centro Comercial, deben tener el certificado de Uso de Suelo. Este documento determina si la actividad a realizarse es permitida y qué condiciones adicionales debe cumplir el local. Los establecimientos ubicados en Centro Comerciales, deben tener una copia del certificado de uso de suelo del centro comercial.

Para obtener el certificado se debe pagar una tasa de Trámite por Servicios Administrativos, de valor US\$ 2.00. Al pagar la tasa se recibe el formulario “Solicitud de Consulta de Suelo”, el mismo que debe completarse y entregarse en la ventanilla de la Dirección de Uso del Espacio y vía Pública del Municipio. Recomiendo consultar el uso del suelo antes de arrendar u adquirir el local en el que se desea operar el restaurante.

3.5. Permiso de Funcionamiento – Cuerpo de Bomberos

Todos los establecimientos de comercio deben contar con un permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos. Para obtenerlo las empresas deben llenar una solicitud de inspección de locales comerciales, adjuntando los documentos requeridos (se los puede ver en <http://bpvm.gob.ec/index.php/servicios-a-la-comunidad/permisos/12-bpvm>), cancelar una tasa calculada por el cuerpo de Bomberos en función del riesgo de incendio del comercio, y obtener el visto bueno de un Inspector de Bomberos.

En la visita, el Inspector de Bomberos revisará que el establecimiento tenga distintivos que indiquen la salida en caso de emergencias, si existe una salida de emergencia, si el lugar cuenta con rociadores de agua en caso de ser necesarios. Además, todos los locales deben contar con un extintor por cada 100m de área útil, que puede ser de CO₂ o polvo químico seco, dependiendo de los procesos que se realicen en el negocio y el tipo de máquinas y equipos. Finalmente, todos los locales deben tener avisos en los que se prohíbe fumar dentro de las instalaciones.

UNIDAD IV

4. ESTRATEGIAS Y FINANCIAMIENTO

4.1. Segmentación del Mercado

Debido al crecimiento que ha existido con el pasar del tiempo en relación al turismo en el Ecuador se ha generado una segmentación heterogénea ya que hay variedad de turistas con diferentes gustos y preferencias al momento de realizar sus viajes.

Esta segmentación del mercado es importante porque va a facilitar identificar cuáles son las necesidades de los turistas y a su vez poder dividir el mercado en grupos más pequeños para poder hacer más fácil el manejo de estos y mejor la realización del marketing.

La segmentación del mercado cuenta con 2 etapas como son la macro segmentación y el micro segmentación.

Macro segmentación

Esta ayudará a definir el campo de actividad de la empresa a través de la puesta en práctica a la cual se quiere llegar, donde el servicio busca satisfacer la necesidad de los turistas por realizar actividades extremas y de riesgo.

Para esto se toma en cuenta tres dimensiones como son los procedimientos, los compradores y la tecnología que nos ayudarán a tener un marco de referencia hacia lo que se desea.

Con respecto a los procedimientos se refiere a las actividades que se van a realizar y la manera como se las va a poner en práctica para que el turista pueda conocer varios lugares donde realizar la práctica de deportes extremos y aventura con un personal altamente capacitado que esté pendiente de todo lo que el turista vaya a realizar dando una explicación clara de la actividad y siendo responsables con cada uno de los turistas.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

En cuanto a los compradores, se hace referencia a los posibles clientes que vayan a utilizar el producto en este caso los paquetes turísticos, que serán dirigidos hacia las personas que viven en Guayaquil así como también los turistas que visitan nuestra ciudad.

Además la tecnología con la que se cuente es muy importante, donde se deberá adquirir implementos y equipos seguros y de calidad revisados antes de su uso para evitar percances durante el desarrollo de las actividades y deportes, para de esta manera brindar un servicio óptimo y seguro al turista.

Micro segmentación

Aquí lo que se va realizar es un análisis más minucioso a partir de lo obtenido en la macro segmentación, donde se separará cada aspecto por segmentos ya sean estos geográficos, demográficos, psicográficos o por comportamiento de compra de las personas, para obtener una mayor información de lo que es mejor para la operadora y como desarrollarse dentro del mercado.

4.2. Estrategias de Posicionamiento

Esta Operadora se basará en los siguientes puntos que tienen como finalidad posicionarse como la primera operadora especializada en ofrecer paquetes de turismo de aventura en la Provincia de Bolívar:

- *En base a los beneficios*, con respeto a la experiencia única que van a tener al momento de realizar las diferentes actividades de aventura que se promuevan.
- *Según estilos de vida*, enfocado hacia las personas que les gusta la aventura, y aquellos que no han practicado este tipo de turismo y quieren tener una experiencia nueva.
- *Frente a la competencia*, siendo la primera Operadora en incursionar este tipo de turismo en la provincia de Bolívar lo cual nos permitirá acaparar el mercado inmediatamente.

Además es importante trabajar con las normas y procedimientos de calidad y seguridad garantizados que proporcionen al turista esa confianza que necesitan, para lo que se buscará los mejores equipos y herramientas para desarrollar las diferentes actividades y también contar con un personal altamente capacitado para brindar un buen servicio.

4.3. Estrategias de Marketing

Marketing mix

Es desarrollada por las empresas y se basa en cuatro variables que se usan como son producto, precio, plaza y promoción.

Producto

Es el servicio que se va a ofrecer como son las actividades de aventura y deportes extremos a realizarse en la Provincia de Bolívar, este producto se basa específicamente en los paquetes turísticos y tienen como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes de acuerdo o todas las actividades que incluirán los paquetes.

Precio

El precio se tomará en cuenta a lo que contenga el paquete turístico, de acuerdo a la duración del mismo, las actividades que se van a realizar y la cantidad de personas que van a formar parte del mismo.

En lo que respecta al precio se empezará con precios accesibles que se encuentren al alcance de los turistas y sea de beneficio para la Operadora Turística, mientras los precios sean más altos la demanda será menor y cuando los precios sean bajos la demanda será mayor, por tal motivo se buscará empezar con precios que no sean ni tan altos ni tan bajos hasta llegar a un punto en el que se consiga ingresar en el mercado y ser conocido, para luego ir subiendo el precio de los paquetes y de esta manera poder generar más ingresos.

Plaza

En este punto hace referencia al canal de distribución de los productos turísticos que ofrece la operadora. Como es el caso de los hoteles que ayudarán a promocionar los paquetes y por medio de redes sociales que se construirán para que puedan ingresar los turistas y conocer la Operadora.

Físicamente se comenzará con oficina ubicada en el edificio Milenio al norte de Guayaquil.

Promoción

Para promocionar la Operadora es necesario ver los resultados en las encuestas que se realizaron donde las personas en su mayoría indicaron que para sus viajes se asesoran por medio del internet, así que por tal motivo nuestra principal fuente de promoción será mediante esta vía, para lo cual se elaborará una página web por medio de redes sociales dando a conocer la Operadora, así como también dar promoción de paquetes a colegios y universidades con el fin de tener grupos ya seguros con los que se pueda contar, realizando también tarjetas de presentación, y trípticos, en el caso de los grupos de más de 15 personas se les dará una gratuidad.

También para lo que son fechas especiales, como feriados se establecerá ciertos descuentos con la finalidad de tener una mayor cantidad de clientes en estas fechas que son en las que más viajan las personas y desean hacer algo nuevo.



<https://www.facebook.com/pages/RoSal-Tour-Operator/758051174252002>

4.4. Presupuesto de Marketing

Este presupuesto está basado en la cantidad de dinero que se piensa gastar para la asignación de recursos a actividades específicas de promoción y que serán un gasto constante durante la duración del proyecto para su promoción.

Se ha empleado un Presupuesto por asignación asignando una cantidad máxima para cada uno de los métodos en los que se promocionara la operadora siendo gastos autorizados los cuales están distribuidos en el año, dichos recursos están determinados de acuerdo a las fechas de mayor afluencia de turistas, es el caso de las promociones por medio de publicidad, para que así no se vea afectado el ingreso de la operadora.

Tabla 23 Presupuesto de Marketing

| Presupuesto de Marketing | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------|-------------------|----------------------|------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Categorías | Presupuesto Total | Gastado hasta Hoy | Presupuesto Restante | %Restante | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
| Subscripciones | \$1.300 | \$750 | \$550 | 42% | \$125 | \$125 | \$125 | \$125 | \$125 | | | | | \$125 | - | |
| Publicidad en Impresos (Diarios y Revistas) | \$1.500 | \$1.000 | \$500 | 33% | \$150 | \$150 | \$150 | \$150 | | | - | \$200 | \$200 | | | |
| Publicidad Online | \$2.400 | \$1.270 | \$1.130 | 47% | \$230 | \$230 | \$230 | \$230 | - | - | \$350 | - | - | - | - | |
| Publicidad en Radio | \$1.900 | \$1.350 | \$550 | 29% | \$225 | \$225 | \$225 | \$225 | \$225 | | \$225 | - | | | - | |
| Lista de Contactos | \$700 | \$500 | \$200 | 29% | \$50 | \$50 | \$50 | \$50 | - | \$50 | \$50 | - | \$50 | \$50 | \$50 | \$50 |
| Asociaciones y Memerships | \$2.300 | \$1.620 | \$680 | 30% | \$0 | \$180 | \$180 | - | \$180 | \$180 | - | \$180 | \$180 | \$180 | \$180 | \$180 |
| Total | \$10.100 | \$6.490 | \$3.610 | 36% | \$780 | \$960 | \$960 | \$780 | \$530 | \$230 | \$625 | \$380 | \$430 | \$355 | \$230 | \$230 |
| Gasto Acumulado | | | | | \$780 | \$1.740 | \$2.700 | \$3.480 | \$4.010 | \$4.240 | \$4.865 | \$5.245 | \$5.675 | \$6.030 | \$6.260 | \$6.490 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

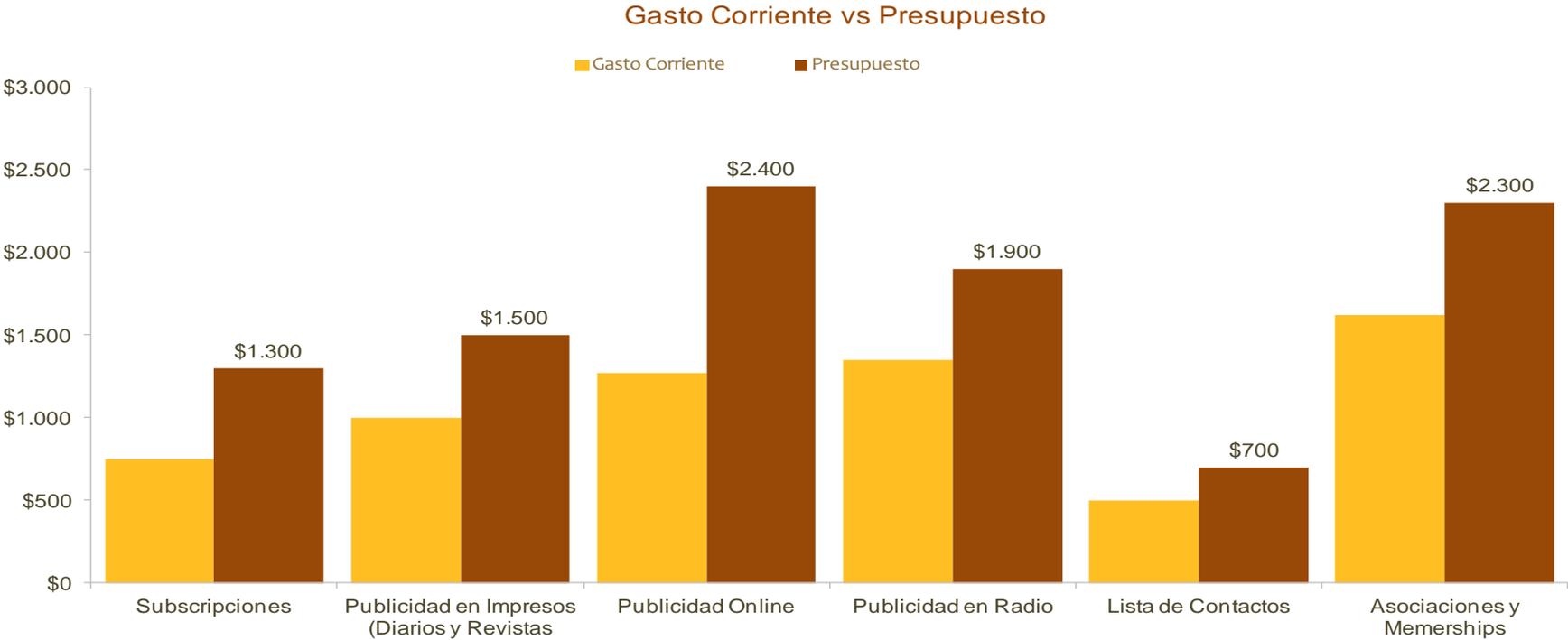


Gráfico 22 Gastos Corriente VS Presupuesto
Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

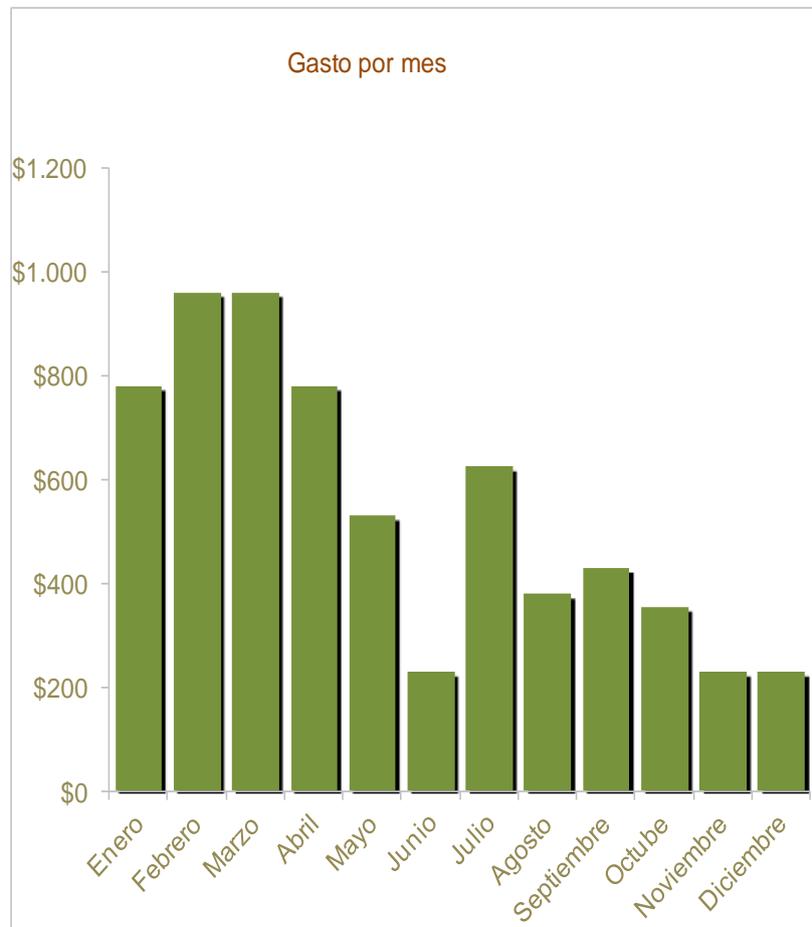


Gráfico 23 Resumen de Gastos
Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

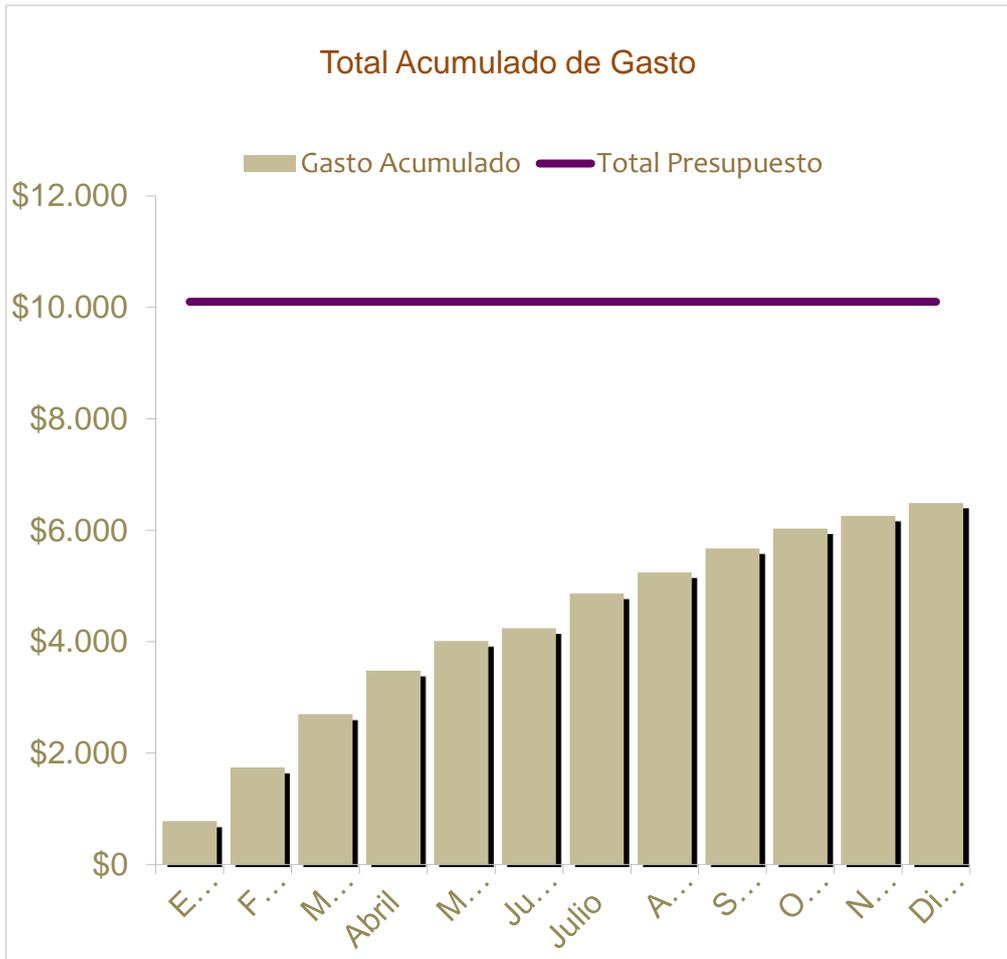


Gráfico 24 Total de Gastos Acumulados
Elaborado por: 1Paúl Saltos y Carlos Rojas

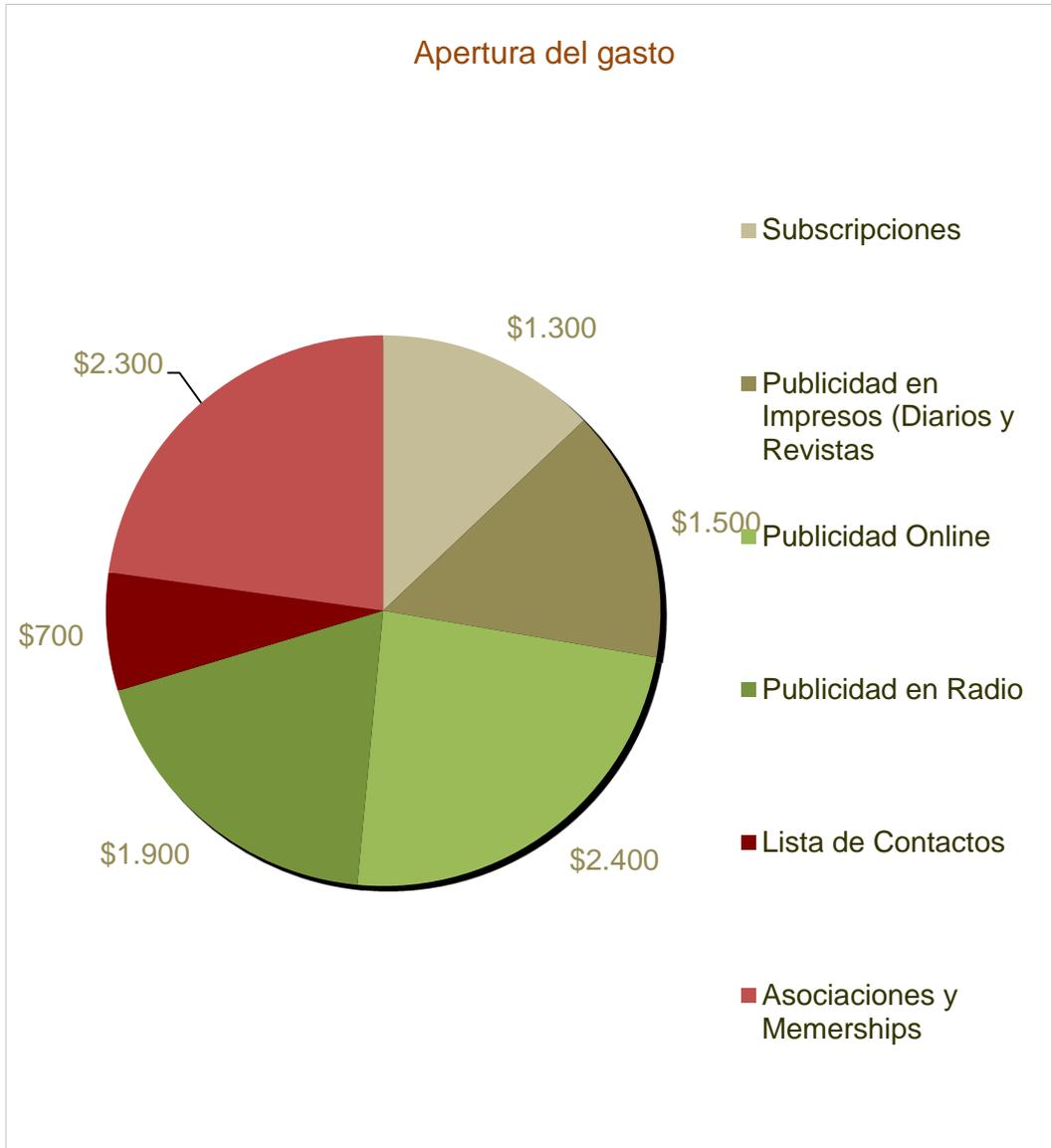


Gráfico 25 Apertura de Gastos
Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

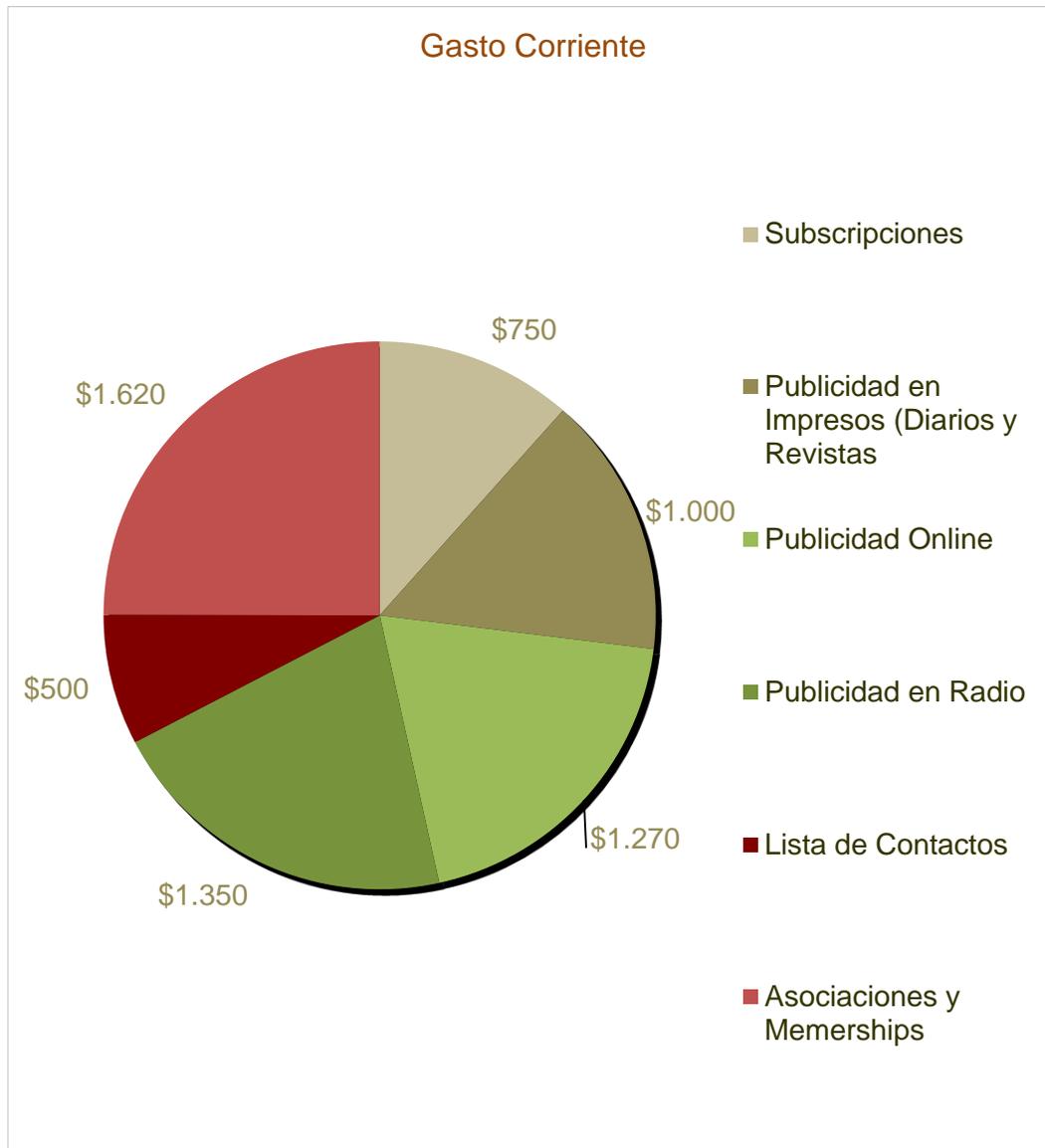


Gráfico 26 Gasto Corriente
Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

4.5. Trámites Pertinentes

En los tramites a realizarse los valores solo pueden determinarse con la inspección por ende no se detallan precios pero se especifica la forma en la que son asignados los valores

| GASTOS | DETALLE | VALOR |
|--|----------------------------------|--|
| De permisos, patentes y licencias | Pago Fondo Mixto del MINTUR | Este valor será emitido después de una inspección |
| | Permiso Cuerpo de bomberos | La tasa se calcula en función del riesgo de incendio del comercio con el visto bueno de un inspector de bomberos |
| | Licencia Anual de Funcionamiento | Después que el MINTUR realice la inspección |

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda, Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Financiamiento.

El proyecto se realizara con financiamiento en la CFN, como requisito solicitan poner en hipoteca un bien para asegurar la transacción, el mismo contara además con un aporte por cada socio de \$24407,60.

Tabla 24 Detalle de Financiamiento.

| FINANCIAMIENTO | |
|-----------------------------------|----------------------|
| PRESTAMO | \$ 55.000,00 |
| APORTACION SOCIO A | \$ 24.407,60 |
| APORTACION SOCIO B | \$ 24.407,60 |
| TOTAL FINANCIEMINETO | \$ 103.815,20 |
| TOTAL APORTE DE LOS SOCIOS | \$ 48.815,20 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Balance Inicial

En el balance inicial se detalla los activos que tiene un valor de 37952 financiados, gastos para el eventual funcionamiento de la operadora, en cuanto a los pasivos considerando que en este caso sería el valor de aportación que es de 26566,40 y el patrimonio que es de 11385 con el que contara el proyecto siendo el capital propio de \$11385,60.

Tabla 25 Balance Inicial

| ACTIVOS | | PASIVOS | |
|-------------------------|------------------|----------------------------------|------------------|
| Activo Corriente | 1.200,00 | Pasivo Corriente | |
| Caja | 1.200,00 | Documentos por pagar | 26.566,40 |
| Activo Fijo | 33.300,00 | TOTAL PASIVOS | 26.566,40 |
| Vehículo | 30.000,00 | | |
| Muebles y Enseres | 1.800,00 | | |
| Equipos de Computación | 1.500,00 | | |
| Equipos de Producción | 0,00 | | |
| Activo Diferido | 3.452,00 | | |
| Gastos de Constitución | 3.452,00 | | |
| TOTAL ACTIVOS | 37.952,00 | | |
| | | PATRIMONIO | |
| | | Capital Propio | 11.385,60 |
| | | TOTAL PATRIMONIO | 11.385,60 |
| | | TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 37.952,00 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Tabla 26 Pérdida y Ganancias

| RUBRO | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|-----|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Ingresos | | | | | | |
| Ventas Totales | | \$ 309.456,00 | \$ 335.351,59 | \$ 363.414,14 | \$ 393.825,00 | \$ 426.780,67 |
| TOTAL DE INGRESOS | | \$ 309.456,00 | \$ 335.351,59 | \$ 363.414,14 | \$ 393.825,00 | \$ 426.780,67 |
| (-) Costos de Operación | | \$ 142.805,70 | \$ 134.120,05 | \$ 139.618,97 | \$ 145.343,35 | \$ 151.302,43 |
| (=) Utilidad Bruta en Ventas | | \$ 166.650,30 | \$ 201.231,54 | \$ 223.795,17 | \$ 248.481,65 | \$ 275.478,25 |
| (-) Gastos en Administración | | \$ 151.077,10 | \$ 193.163,82 | \$ 201.055,66 | \$ 208.771,06 | \$ 217.323,29 |
| (-) Gastos de Ventas | | \$ 1.800,00 | \$ 1.873,80 | \$ 1.950,63 | \$ 2.030,60 | \$ 2.113,86 |
| (=) Utilidad antes de impuestos | | \$ 13.773,20 | \$ 6.193,92 | \$ 20.788,89 | \$ 37.679,99 | \$ 56.041,10 |
| (-) Gastos Financieros | | \$ 2.212,19 | \$ 1.798,92 | \$ 1.346,89 | \$ 852,45 | \$ 311,63 |
| (=) Utilidad antes de participación a trabajadores | | \$ 11.561,01 | \$ 4.394,99 | \$ 19.442,00 | \$ 36.827,54 | \$ 55.729,47 |
| (-) 15% Participación a trabajadores | 15% | \$ 1.734,15 | \$ 659,25 | \$ 2.916,30 | \$ 5.524,13 | \$ 8.359,42 |
| (=) Utilidad antes de impuesto a la renta | | \$ 9.826,86 | \$ 3.735,74 | \$ 16.525,70 | \$ 31.303,41 | \$ 47.370,05 |
| (-) 21% Impuesto a la renta | 22% | \$ 2.161,91 | \$ 821,86 | \$ 3.635,65 | \$ 6.886,75 | \$ 10.421,41 |
| (=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO | | \$ 7.664,95 | \$ 2.913,88 | \$ 12.890,05 | \$ 24.416,66 | \$ 36.948,64 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Según el análisis en cuanto a inversión y cobertura de gastos vs ventas, lo operadora presenta en su primer año de funcionamiento una utilidad de 7664,95 en relación al segundo año en donde se reduce el valor de utilidad a 2913,81 al aumentar los gastos administrativos por conceptos de promoción e inversión, a partir del tercer año se refleja un aumento en las ventas y el factor de dispersión en gastos se reduce dando utilidades más altas para la posteridad.

Tabla 27 Flujo de Caja Anual

| RUBROS | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| FLUJO OPERACIONAL | | | | | | |
| Ingresos por ventas | | \$ 309.456,00 | \$ 335.351,59 | \$ 363.414,14 | \$ 393.825,00 | \$ 426.780,67 |
| (-) Egresos de efectivo | | \$ 291.550,80 | \$ 332.373,73 | \$ 343.426,37 | \$ 362.516,96 | \$ 382.970,46 |
| Gastos de operación | | \$ 142.805,70 | \$ 134.120,05 | \$ 139.618,97 | \$ 145.343,35 | \$ 151.302,43 |
| Gastos de administración | | \$ 146.945,10 | \$ 192.483,82 | \$ 200.375,66 | \$ 208.591,06 | \$ 217.143,29 |
| Gastos de ventas | | \$ 1.800,00 | \$ 1.873,80 | \$ 1.950,63 | \$ 2.030,60 | \$ 2.113,86 |
| Impuesto a la renta | | \$ - | \$ 2.161,91 | \$ 821,86 | \$ 3.635,65 | \$ 6.886,75 |
| Participación de trabajadores | | \$ - | \$ 1.734,15 | \$ 659,25 | \$ 2.916,30 | \$ 5.524,13 |
| (=) FLUJO NETO OPERACIONAL | | \$ 17.905,20 | \$ 2.977,86 | \$ 19.987,78 | \$ 31.308,04 | \$ 43.810,22 |
| FLUJO DE INVERSIÓN | | | | | | |
| Ingresos de efectivo | | | | | | |
| Ventas de activos fijos | | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (-) Egresos de efectivo | | | | | | |
| Compras de activos fijos | | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN | | \$ - |
| FLUJO DE FINANCIAMIENTO | | | | | | |
| Ingresos de efectivo | | | | | | |
| PRESTAMOS RECIBIDOS | | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (-) Egresos de efectivo | | | | | | |
| Pagos de préstamos o principal | | \$ 4.405,51 | \$ 4.818,77 | \$ 5.270,81 | \$ 5.765,25 | \$ 6.306,07 |
| Pago de intereses | | \$ 2.212,19 | \$ 1.798,92 | \$ 1.346,89 | \$ 852,45 | \$ 311,63 |
| (=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO | | \$ (6.617,70) |
| FLUJO NETO DE CAJA | \$ (37.952,00) | \$ 11.287,50 | \$ (3.639,84) | \$ 13.370,08 | \$ 24.690,34 | \$ 37.192,52 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

En el flujo de caja anual se detalla el flujo de pago del financiamiento del préstamo que en nuestro caso sería en un tiempo de 5 años, junto a los egresos para la operación de la operadora turística en el que se calcula ingresos por ventas menos el flujo operacional, en el que a partir del tercer año aumentan los valores de ingresos por concepto de ventas proyectadas.

Tabla 28 Evaluación Financiera

| | | |
|--------------------------------|---------------------|---|
| TASA DE DESCUENTO | 12% | |
| VAN | \$ 13.871,63 | Debido a que el VAN es > 0, se decide aprobar el proyecto por ser factible financieramente |
| TIR | 23% | TIR > que la Tasa de Descuento, se decide aprobar el proyecto |
| B/C | \$ 0,37 | Por cada dólar que se invierte en el proyecto, se genera |
| PERÍODO DE RECUPERACIÓN | 2,78 | El período de recuperación es en años, lo cual equivale a dos años y seis meses aproximadamente |

| | PESIMISTA | CASO BASE | OPTIMISTA | |
|--------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---|
| TASA DE DESCUENTO | 12% | 12% | 12% | Costo de oportunidad, de dejar de invertir en otras opciones |
| VAN | \$ -3.655,12 | \$ 58.943,69 | \$ 75.412,03 | Debido a que el VAN es > 0, se decide aprobar el proyecto por ser factible financieramente |
| TIR | 11% | 31% | 35% | TIR > que la Tasa de Descuento, se decide aprobar el proyecto |
| B/C | \$ -0,03 | \$ 0,51 | \$ 0,65 | Por cada dólar que se invierte en el proyecto, se genera |
| PERÍODO DE RECUPERACIÓN | 4,24 | 2,78 | 2,63 | El período de recuperación es en años, lo cual equivale a dos años y seis meses aproximadamen |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

En el estado pesimista se puede apreciar un valor negativo de 3655,12 que aun pese a la inversión y gastos generados es un valor de bajo riesgo de pérdida, por una tasa de retorno de 11%; pero al aumentar en un 20% se generan valores favorables para la empresa dando como resultado un valor de recuperación de inversión en menor tiempo.

Proyecto de inversión para la implementación de una operadora de turismo en Guaranda,
Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil

Tabla 29 Balance General

| ACTIVOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| Activos Corrientes | | | | | |
| Caja | \$ 12.487,50 | \$ 8.847,66 | \$ 22.217,74 | \$ 46.908,08 | \$ 84.100,60 |
| Total Activos Corrientes | \$ 12.487,50 | \$ 8.847,66 | \$ 22.217,74 | \$ 46.908,08 | \$ 84.100,60 |
| Activos Fijos | | | | | |
| Terrenos | \$ 30.000,00 | \$ 30.000,00 | \$ 30.000,00 | \$ 30.000,00 | \$ 30.000,00 |
| Edificios | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Equipos de Oficina | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Muebles y Enseres | \$ 1.800,00 | \$ 1.800,00 | \$ 1.800,00 | \$ 1.800,00 | \$ 1.800,00 |
| Equipos de Computación | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 | \$ 1.500,00 |
| Equipos de Producción | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| (-) Depreciación Acumulada | \$ (680,00) | \$ (1.360,00) | \$ (2.040,00) | \$ (2.220,00) | \$ (2.400,00) |
| Total Activos Fijos | \$ 32.620,00 | \$ 31.940,00 | \$ 31.260,00 | \$ 31.080,00 | \$ 30.900,00 |
| Activos Diferidos | | | | | |
| Gastos de Constitución | \$ 3.452,00 | \$ 3.452,00 | \$ 3.452,00 | \$ 3.452,00 | \$ 3.452,00 |
| (-) Amortización Acumulada | \$ (3.452,00) | \$ (6.904,00) | \$ (10.356,00) | \$ (13.808,00) | \$ (17.260,00) |
| Total Activos Diferidos | \$ - |
| TOTAL ACTIVOS | \$ 45.107,50 | \$ 40.787,66 | \$ 53.477,74 | \$ 77.988,08 | \$ 115.000,60 |
| PASIVOS | | | | | |
| Pasivos Corrientes | | | | | |
| Cuentas por Pagar | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Participación a Trabajadores por Pagar | \$ 1.734,15 | \$ 659,25 | \$ 2.916,30 | \$ 5.524,13 | \$ 8.359,42 |
| Impuesto a la Renta por Pagar | \$ 2.161,91 | \$ 821,86 | \$ 3.635,65 | \$ 6.886,75 | \$ 10.421,41 |
| Total Pasivos Corrientes | \$ 3.896,06 | \$ 1.481,11 | \$ 6.551,95 | \$ 12.410,88 | \$ 18.780,83 |
| Pasivo de Largo Plazo | | | | | |
| Préstamo Bancario | \$ 22.160,89 | \$ 17.342,12 | \$ 12.071,31 | \$ 6.306,07 | \$ - |
| Total Pasivos de Largo Plazo | \$ 22.160,89 | \$ 17.342,12 | \$ 12.071,31 | \$ 6.306,07 | \$ - |
| TOTAL PASIVOS | \$ 26.056,95 | \$ 18.823,23 | \$ 18.623,27 | \$ 18.716,95 | \$ 18.780,83 |
| PATRIMONIO | | | | | |
| Capital Social | \$ 11.385,60 | \$ 11.385,60 | \$ 11.385,60 | \$ 11.385,60 | \$ 11.385,60 |
| Utilidad del Ejercicio | \$ 7.664,95 | \$ 2.913,88 | \$ 12.890,05 | \$ 24.416,66 | \$ 36.948,64 |
| Utilidades Retenidas | \$ - | \$ 7.664,95 | \$ 10.578,83 | \$ 23.468,88 | \$ 47.885,54 |
| TOTAL PATRIMONIO | \$ 19.050,55 | \$ 21.964,43 | \$ 34.854,48 | \$ 59.271,14 | \$ 96.219,77 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | \$ 45.107,50 | \$ 40.787,66 | \$ 53.477,74 | \$ 77.988,08 | \$ 115.000,60 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

En el balance general anual proyectado a 5 años se detalla, ingresos, patrimonio más los gastos fijos y emergentes, donde se demuestra que los datos usados en razón al balance no generan diferencias por lo tanto el balance esta cuadrado. Además se refleja un margen de utilidad favorable para la operadora según proyecciones.

Tabla 30 20Análisis de rentabilidad del Proyecto

| INDICADOR | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--|-------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| MARGEN BRUTO | Utilidad Bruta/ Ventas = % | 4.45% | 1.85% | 5.72% | 9.57% | 13.13% |
| MARGEN NETO | Utilidad Neta / Ventas = % | 2.48% | 0.87% | 3.55% | 6.20% | 8.66% |
| ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS) | Utilidad Neta / Activo Total = % | 16.99% | 7.14% | 24.10% | 31.31% | 32.13% |
| ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL) | Utilidad Neta / Capital = % | 40.23% | 13.27% | 36.98% | 41.19% | 38.40% |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

La rentabilidad del proyecto en base a ventas permite recuperar el monto de la inversión en un periodo de 2 años y seis meses aproximadamente generando a partir del tercer año un incremento porcentual en ganancias inclusive con la reinversión en el mismo se obtendría un incremento en ventas por ende se podría generar un mayor volumen de ingresos.

4.6. Impactos

4.6.1. Impacto Ambiental

Este análisis tiene como finalidad proteger el medio ambiente, para conservar su flora y fauna, mantener un buen control de los desechos, y por ende evitar la contaminación.

Para proteger la flora y fauna que puede ser afectada por el desarrollo de la actividad turística de aventura se tomará las medidas apropiadas para que no exista daño alguno hacia estas especies, por tal motivo concientizar a los turistas a respetar todo lo que está a su alrededor y a su vez no alterar la naturaleza en el momento de implementar las actividades que se van a realizar ya sean en el agua o tierra.

En cuanto al control de los desechos, se contará con tachos de basura propios de la operadora y fundas de basura para poder botar los desechos de los turistas y personal de la operadora, para contribuir a recilar, y de esta manera no causar daño alguno a la naturaleza.

El impacto con respecto a la contaminación será poco debido a que no cuenta la provincia con muchas zonas de construcción que puedan afectar al medio ambiente por medio de materiales tóxicos.

4.6.2. Impacto Turístico

Tiene un alto grado de impacto turístico debido que al momento de realizar y promocionar este tipo de turismo de aventura en la provincia se está generando mayor fuente de trabajo para los pobladores, debido al aumento de turistas que existirán y no sólo se mostrarán interesados por realizar sus actividades de aventura sino también por la curiosidad de conocer algo más.

Con el desarrollo de esta actividad turística se hará conocer la provincia en general más aún tratándose de una actividad como es el turismo de aventura que no es promocionado aquí, por lo tanto será de gran interés para los turistas de conocer esta nueva propuesta ya sea para turistas nacionales como extranjeros.

4.6.3. Impacto Socio-Económico

Hoy en día el turismo en el mundo genera gran cantidad de ingresos económicos, especialmente en propuestas que promocionan lugares que no son conocidos por las personas en su mayoría y que cuentan con los recursos necesarios y óptimos para ser explotados.

Por tal motivo este proyecto generará un alto impacto económico y esto producirá más la participación comunitaria que se verá atraída porque existirá más fuentes de trabajo y una mayor concurrencia por parte de clientes que generarán un buen ingreso dentro de lo económico.

4.6.4. Impacto Cultural

Con la realización de esta operadora aparte de realizar las actividades que se ofrecerán se podrá también dar a conocer más sobre las diferentes comunidades existentes en esta Provincia, este proyecto es una buena vitrina para darse a conocer y saber cómo son las culturas en Bolívar.

Causa un gran impacto cultural sabiendo que los turistas más que todo extranjeros sienten esa curiosidad por conocer otras culturas diferentes a las suyas, y llevarse un recuerdo del lugar donde visitan.

CONCLUSIONES

De acuerdo a las entrevistas realizadas, se notó el interés y apoyo por parte de los empresarios en el caso de implementar este proyecto, mostrándose además como proveedores para así contribuir al crecimiento del turismo en la Provincia de Bolívar.

Con la promoción de lo que es el turismo de aventura en la Provincia de Bolívar no solamente crecerá este tipo de turismo sino también el turismo en general ya que Bolívar cuenta con una gran variedad de atractivos que serán de mucho interés para turistas tanto nacionales como extranjeros y serán una fuente de ingreso económico para los pobladores de esta provincia debido al aumento de visitantes.

En el estudio de mercado que se realizó se pudo apreciar que las personas en su mayoría conocen esta provincia por sus carnavales siendo la siguiente opción por ser un lugar de aventura, en tal caso hay que aprovechar estas fechas para así fomentar este tipo de turismo de aventura cuando exista mayor cantidad de turistas y así ir de a poco promocionando más este tipo de turismo.

Los atractivos turísticos naturales con los que cuenta la Provincia de Bolívar son excelentes para realizar la práctica de deportes extremos y aventura por tal motivo cuenta con lo necesario para explotar esta zona y hacerla uno de los principales destinos turísticos de aventura en el país.

RECOMENDACIONES

Mantener la calidad de todos los servicios ofrecidos para de esta manera no perder credibilidad hacia los clientes y futuros clientes.

Cumplir con las leyes de medio ambiente para no irrumpir en la naturaleza y causar algún tipo de daño hacia ella.

Estar en constante promoción para así hacer conocer más la operadora y poder conseguir una mayor cantidad de clientes.

Estar en constante capacitación con el personal de trabajo en todas las áreas, y realizar un estudio de mercado frecuente para de esta manera ir viendo el tipo de turista que nos conviene para darle a conocer este producto.

BIBLIOGRAFIA

- Blanco, Marvin (2001). Promocion Turistica.
- Capece, G. (1997). *Turismos sotenible y sustentable, una visión holística*. Buenos Aires: CID
- Carta de Turismo cultural*. (1976). *Postura básica*. Recuperado de http://ipce.mcu.es/pdfs/1976_Carta_turismo_cultural_Bruselas.pdf
- Ceballos, & Lascurain, H. (1998). *Ecoturismo, Naturaleza y Desarrollo Sostenible*. México: Diana.
- Cesar Bernal. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Leticia Gaona Figueroa.
- City of hotels. (2010-2014). *Operador turístico*. Recuperado de <http://www.city-of-hotels.es/205/operadores-turisticos/1.html>
- Damian, P. L. (2009). *blogger*. Recuperado de <http://comercializacionyventas-apuntes.blogspot.com/2009/12/canales-de-distribucion.html>
- Ecuador ambiental. (2008). *Procedimientos para licencia ambiental*. Recuperado de <http://www.ecuadorambiental.com/>
- El telegrafo. (02 de Marzo de 2013). *El turismo comunitario se fortalece de a poco en Bolívar* Recuperado de <http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-centro/item/el-turismo-comunitario-se-fortalece-de-a-poco-en-bolivar.html>
- Emprendepyme*. (2008 - 2014). *¿Estrategia de empuje o estrategia de tracción?*. Recuperado de <http://www.emprendepyme.net/estrategia-de-empuje-o-estrategia-de-traccion.html>

Rodriguez, Ernesto. (2005). *Metodología de Investigación*. México: Colección Héctor Merino Rodríguez.

Foros Ecuador. (2014). *Patente Municipal*. Recuperado de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/1545-patente-municipal-guayaquil>

Gallarza. (2001). Destination image towards a conceptual framework .

García_Muñoz. (2006).

Geotours. (2011). *Geotours*. Recuperado de http://www.geotoursbanios.com/turismo_de_aventura/quienes_somos.html

Gobierno Autónomo Descentralizado de Guaranda 2014. *Simiatug* Recuperado de <http://www.guaranda.gob.ec/web/turismo/parroquias-rurales/33-simiatug>

Gugadir. (2012). *Geotours*. Recuperado de <http://ecuador.gugadir.com/geotours-e7341.html>

Hernando, J. B. (2013). *Ecoturismo, Oferta y Desarrollo Sistemático Regional*. ecoe .

Turismo. (2014). *Paquetes turísticos*. Recuperado de <http://es.slideshare.net/Agenciadeviajes/paquetes-turísticos>

Lopez, Bulchand - Gidumal, Gutierrez, & Diaz - Armas. (2011). *academia.edu*. Recuperado http://www.academia.edu/2376233/INNOVACION_EN_LA_PROMOCION_TURISTICA_EN_MEDIOS_Y_REDES_SOCIALES_Un_estudio_comparativo_entre_destinos_turisticos

Mario, E., & Mauricio, M. (2011). *casa de la cultura*. Recuperado de http://www.casadelacultura.gob.ec/?ar_id=5&li_id=161&title=Bosques%20protectores%20y%20El%20rea%20protegida%20de%20la%20Provincia%20de%20Bol%EDvar&palabrasclaves=Bosques%20protectores%20y%20El%20rea%20protegida%20de%20la%20Provincia%20de%20Bol%EDvar

Marketinet. (2010). *marketing-xxi*. Recuperado de http://www.marketinet.com/ebooks/manual_politica_precios/manual_politica_precios.php?pg=15

Middleton, V. (2001). *PROMOCION TURISTICA*. 90.

Montecinos, A. (17 de enero de 2012). *Turismo Gastronómico*. Recuperado de <http://www.boletin-turistico.com/component/k2/item/3747-turismo-gastron%C3%B3mico-acerca-de-su-definici%C3%B3n?tmpl=component&print=1>

Organización Mundial de turismo. (1996). *Introducción al Turismo-*

Roberto, H., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. México:McGraw Hill

Sabino, Carlos. (1986). *El proceso de investigación*. Buenos Aires: Humanitas.

Sanchez y Gándara, Arturo. (2011). *conceptos básicos de gestión ambiental y desarrollo sustentable*. Mexico: SyG.

SECTUR-CESTUR. (2002). *Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural*. Recuperado de http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud

Lugares turísticos de Bolívar. (2014). *Provincia Bolívar*. Recuperado de <http://www.slideshare.net/nervopatricio/lugares-turisticos-de-bolivar>

Timerime. (2010). *Definición de turismo*. Recuperado de <http://timerime.com/es/evento/679393/Definicion+por+Burkart+y+Medlik/>

Tour Salinerito. (2013). *Salinas de Guaranda*. Recuperado de <http://toursalinerito.blogspot.com/2013/03/salinas-de-guaranda-ejemplo-seguir.html>

Turismo de aventura . (2014). *El turismo de aventura concepto y clasificación*. Recuperado de <http://www.natadventure.com/blog-de-turismo-de-aventura/item/1-el-turismo-de-aventura-concepto-y-definicion.html>

Twenergy. (2014). *Gestión ambiental*. Recuperado de <http://twenergy.com/gestion-ambiental>

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta



UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y
HOTELERAS**

Estimado/a, esta encuesta es un formulario realizado para obtener información acerca de la implementación de una Operadora Turística en Guaranda Provincia de Bolívar con extensión en Guayaquil.

Edad:

Sexo: Masculino

Femenino

Procedencia:

País.....

Estado / provincia.....

Marque con una X su respuesta:

1. ¿Qué tan seguido viaja a lugares distintos de la ciudad de su residencia?

A menudo

Muy poco

Siempre

Cada mes

2. ¿Cuál es el motivo para realizar su viaje?

Vacaciones

Estudios

Trabajo

Otros

3. ¿Cómo organiza su viaje que señaló en la pregunta anterior?

Mediante Operadora Turística Independientemente

4. ¿Con quién realiza sus viajes vacacionales?

Amigos Familia Pareja Solo

5. ¿Con qué clase de turismo más se identifica?

Turismo cultural Turismo religioso Turismo de aventura

Turismo gastronómico Turismo comunitario

Otros Indique cual _____

6. ¿Ha visitado anteriormente la provincia de Bolívar?

Si No

7. ¿Cómo identifica usted a la provincia de Bolívar?

Por sus Carnavales

Como un atractivo de Aventura

Por ser una Provincia Religiosa

Otros indique _____

8. Si le dijeran que en la Provincia de Bolívar se practica Turismo de Aventura ¿cuántos días le gustaría estar?

1 a 2 días 3 a 4 días 5 a 6 días Más de 7 días

9. ¿Qué actividades le gustaría realizar en la provincia de Bolívar?

Ciclismo

Cabalgatas

Canopy

Kayak

Degustar gastronomía típica

Visitar Parque Acuático

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en un paquete turístico por 2 noches de hospedaje con alimentación incluida y ciertas actividades de aventura en la Provincia de Bolívar?

De 100 a 200

De 200 a 300

Más a 300

11. ¿Qué medios utiliza para informarse de sus viajes de turismo?

Operadoras Turísticas

Internet

Televisión

Agencias de viajes

Revistas

Otros

Inversión inicial

Como inversión inicial se cuenta con un valor de \$37592, el mismo que abarca gastos principales para el funcionamiento de la operadora los mismos (tabla 25)

Anexo 2 Inversión Inicial

| Efectivo | | Cantidad | P. Unitario | P. Total | TOTAL |
|-----------------------|-------------|----------|-------------|----------|-----------------|
| | VARIOS | 1 | | | |
| | Imprevistos | 1 | | | 1.200,00 |
| TOTAL EFECTIVO | | | | | 1.200,00 |

| Vehículos | | Cantidad | P. Unitario | P. Total | TOTAL |
|----------------------|-----------|----------|-------------|-----------|------------------|
| | Vehículos | 1 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 |
| TOTAL TERRENO | | | | | 30.000,00 |

| Muebles y Enseres | | Cantidad | P. Unitario | P. Total | TOTAL |
|--------------------------------|--------------|----------|-------------|----------|-----------------|
| | Mesas | 1 | 280,00 | 280,00 | 280,00 |
| | Sofa | 2 | 450,00 | 900,00 | 900,00 |
| | Sillas | 6 | 70,00 | 420,00 | 420,00 |
| | Archivadores | 2 | 100,00 | 200,00 | 200,00 |
| TOTAL MUEBLES Y ENSERES | | | | | 1.800,00 |

| Equipos de Computación | | Cantidad | P. Unitario | P. Total | TOTAL |
|-------------------------------------|------------|----------|-------------|----------|-----------------|
| | Laptops | 3,00 | 380,00 | 1.140,00 | 1.140,00 |
| | Impresoras | 1,00 | 360,00 | 360,00 | 360,00 |
| TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | | | | | 1.500,00 |

| Gastos de Constitución | | Cantidad | P. Unitario | P. Total | TOTAL |
|-------------------------------------|----------------------------------|----------|-------------|----------|-----------------|
| | Estatuto Constitución | | | 752,00 | |
| | Elevación escritura registro | | | 800,00 | |
| | Registro nombramiento legal | | | 400,00 | |
| | IEPI | | | 200,00 | |
| | Arriendos pagados por anticipado | | | 1.300,00 | |
| TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN | | | | | 3.452,00 |

TOTAL INVERSIÓN INICIAL 37.952,00

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Depreciación y Amortización

La depreciación de los bienes tangibles está calculado en base a su vida útil; en cuanto la amortización de los intangibles se detalla el gasto de la constitución dividido a 12 meses

Anexo 3 Depreciación y Amortización

DEPRECIACIÓN

TANGIBLES

| | AÑOS DE VIDA ÚTIL | VALOR DEL BIEN | DEPRECIACIÓN ANUAL | DEPRECIACIÓN MENSUAL |
|------------------------|-------------------|----------------|--------------------|----------------------|
| Muebles y Enseres | 10 | 1.800,00 | 180,00 | 15,00 |
| Equipos de Computación | 3 | 1.500,00 | 500,00 | 41,67 |
| Equipos de Producción | 10 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |

AMORTIZACIÓN

INTANGIBLES

| | AÑOS DE VIDA ÚTIL | VALOR DEL BIEN | DEPRECIACIÓN ANUAL | DEPRECIACIÓN MENSUAL |
|------------------------|-------------------|----------------|--------------------|----------------------|
| Gastos de Constitución | 1 | 3.452,00 | 3.452,00 | 287,67 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Sueldos

La tabla de sueldos se la ha realizado en base a los ingresos obtenidos por las ventas de los paquetes y de acuerdo a las funciones a realizar por cada uno de los empleados que tiene la operadora, con el objetivo de que sean sueldos competitivos y que atraigan a profesionales para trabajar con la operadora. Además están detallados de acuerdo a la tasa de inflación anual que en la actualidad se encuentra en 4,10% para los años siguientes.

Anexo 4 Sueldo año 1

| CARGO | CANT. | SUELDO MENSUAL | SUELDO BÁSICO ANUAL | DÉCIMO TERCERO | BONO ESCOLAR | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | APORTE PATRONAL 12,15% | COSTO TOTAL ANUAL | COSTO TOTAL MENSUAL |
|---------------------|-----------|------------------|---------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------------|-------------------|---------------------|
| GERENTE | 1 | 2.500,00 | 30.000,00 | 2.500,00 | 340,00 | 15.000,00 | 0,00 | 3.645,00 | 51.485,00 | 4.290,42 |
| SECRETARIA | 1 | 550,00 | 6.600,00 | 550,00 | 340,00 | 3.300,00 | 0,00 | 801,90 | 11.591,90 | 965,99 |
| CONTADOR | 1 | 1.200,00 | 14.400,00 | 1.200,00 | 340,00 | 7.200,00 | 0,00 | 1.749,60 | 24.889,60 | 2.074,13 |
| JEFE DE OPERACIONES | 1 | 850,00 | 10.200,00 | 850,00 | 340,00 | 5.100,00 | 0,00 | 1.239,30 | 17.729,30 | 1.477,44 |
| JEFE DE VENTAS | 1 | 850,00 | 10.200,00 | 850,00 | 340,00 | 5.100,00 | 0,00 | 1.239,30 | 17.729,30 | 1.477,44 |
| GUIA DE TURISMO | 3 | 2.475,00 | 29.700,00 | 2.475,00 | 340,00 | 14.850,00 | 0,00 | 3.608,55 | 50.973,55 | 4.247,80 |
| PROMOTOR TURISTICO | 1 | 750,00 | 9.000,00 | 750,00 | 340,00 | 4.500,00 | 0,00 | 1.093,50 | 15.683,50 | 1.306,96 |
| LIMPIEZA | 2 | 900,00 | 10.800,00 | 900,00 | 340,00 | 5.400,00 | 0,00 | 1.312,20 | 18.752,20 | 1.562,68 |
| CHOFER | 2 | 2.000,00 | 24.000,00 | 2.000,00 | 340,00 | 12.000,00 | 0,00 | 2.916,00 | 41.256,00 | 3.438,00 |
| TOTAL | 13 | 12.075,00 | 144.900,00 | 12.075,00 | 3.060,00 | 72.450,00 | 0,00 | 17.605,35 | 250.090,35 | 20.840,86 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Anexo 5 Sueldo año 2

| CARGO | CANT. | SUELDO MENSUAL | SUELDO BÁSICO ANUAL | DÉCIMO TERCERO | BONO ESCOLAR | VACACIONES | FONDO DE RESERVA | APORTE PATRONAL 12,15% | COSTO TOTAL ANUAL | COSTO TOTAL MENSUAL |
|---------------------|-----------|------------------|---------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------------|-------------------|---------------------|
| GERENTE | 1 | 2.200,00 | 26.400,00 | 2.200,00 | 340,00 | 13.200,00 | 2.200,00 | 3.207,60 | 47.547,60 | 3.962,30 |
| SECRETARIA | 3 | 1.650,00 | 19.800,00 | 1.650,00 | 340,00 | 9.900,00 | 1.650,00 | 2.405,70 | 35.745,70 | 2.978,81 |
| CONTADOR | 1 | 1.300,00 | 15.600,00 | 1.300,00 | 340,00 | 7.800,00 | 1.300,00 | 1.895,40 | 28.235,40 | 2.352,95 |
| JEFE DE OPERACIONES | 1 | 1.200,00 | 14.400,00 | 1.200,00 | 340,00 | 7.200,00 | 1.200,00 | 1.749,60 | 26.089,60 | 2.174,13 |
| JEFE DE VENTAS | 1 | 1.400,00 | 16.800,00 | 1.400,00 | 340,00 | 8.400,00 | 1.400,00 | 2.041,20 | 30.381,20 | 2.531,77 |
| GUIA DE TURISMO | 3 | 2.475,00 | 29.700,00 | 2.475,00 | 340,00 | 14.850,00 | 2.475,00 | 3.608,55 | 53.448,55 | 4.454,05 |
| PROMOTOR TURISTICO | 1 | 750,00 | 9.000,00 | 750,00 | 340,00 | 4.500,00 | 750,00 | 1.093,50 | 16.433,50 | 1.369,46 |
| LIMPIEZA | 2 | 900,00 | 10.800,00 | 900,00 | 340,00 | 5.400,00 | 900,00 | 1.312,20 | 19.652,20 | 1.637,68 |
| CHOFER | 2 | 2.000,00 | 24.000,00 | 2.000,00 | 340,00 | 12.000,00 | 2.000,00 | 2.916,00 | 43.256,00 | 3.604,67 |
| TOTAL | 15 | 13.875,00 | 166.500,00 | 13.875,00 | 3.060,00 | 83.250,00 | 13.875,00 | 20.229,75 | 300.789,75 | 25.065,81 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Anexo 6 SUELDOS

| CARGO | CANT. | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| GERENTE | 1 | 51.485,00 | 47.547,60 | 49.497,05 | 51.526,43 | 53.639,01 |
| SECRETARIA | 1 | 11.591,90 | 35.745,70 | 37.211,27 | 38.736,94 | 40.325,15 |
| CONTADOR | 1 | 24.889,60 | 28.235,40 | 29.393,05 | 30.598,17 | 31.852,69 |
| JEFE DE OPERACIONES | 1 | 17.729,30 | 26.089,60 | 27.159,27 | 28.272,80 | 29.431,99 |
| JEFE DE VENTAS | 1 | 17.729,30 | 30.381,20 | 31.626,83 | 32.923,53 | 34.273,39 |
| GUIA DE TURISMO | 3 | 50.973,55 | 53.448,55 | 55.639,94 | 57.921,18 | 60.295,95 |
| PROMOTOR TURISTICO | 1 | 15.683,50 | 16.433,50 | 17.107,27 | 17.808,67 | 18.538,83 |
| LIMPIEZA | 2 | 18.752,20 | 19.652,20 | 20.457,94 | 21.296,72 | 22.169,88 |
| CHOFER | 2 | 41.256,00 | 43.256,00 | 45.029,50 | 46.875,71 | 48.797,61 |
| TOTAL | 13 | 250.090,35 | 300.789,75 | 313.122,13 | 325.960,14 | 339.324,50 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

. Anexo 7

| AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO | |
|----------------------------------|-----------|
| Inversión Inicial | 37.952,00 |
| Monto del Crédito | 26.566,40 |
| Tasa Interés Anual | 9,00% |
| Tasa de Interés Mensual | 0,75% |
| Plazo | 5 |
| Dividendo | 60 |
| Cuota Anual | 6.830,02 |
| Cuota Mensual | \$ 551,47 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

El préstamo está financiado a 5 años con una tasa de interés del 9% anual y la tasa mensual del 0.75%. la cuota mensual está fijada en \$551,47.

Anexo 8 Amortización del Préstamo

| PERÍODO | SALDO CAPITAL | PAGO CAPITAL | INTERÉS | CUOTA MENSUAL | SALDO PRINCIPAL |
|---------|---------------|--------------|---------|---------------|-----------------|
| 1 | 26.566,40 | 352,23 | 199,25 | 551,47 | 26.214,17 |
| 2 | 26.214,17 | 354,87 | 196,61 | 551,47 | 25.859,30 |
| 3 | 25.859,30 | 357,53 | 193,94 | 551,47 | 25.501,77 |
| 4 | 25.501,77 | 360,21 | 191,26 | 551,47 | 25.141,56 |
| 5 | 25.141,56 | 362,91 | 188,56 | 551,47 | 24.778,65 |
| 6 | 24.778,65 | 365,63 | 185,84 | 551,47 | 24.413,02 |
| 7 | 24.413,02 | 368,38 | 183,10 | 551,47 | 24.044,64 |
| 8 | 24.044,64 | 371,14 | 180,33 | 551,47 | 23.673,50 |
| 9 | 23.673,50 | 373,92 | 177,55 | 551,47 | 23.299,57 |
| 10 | 23.299,57 | 376,73 | 174,75 | 551,47 | 22.922,85 |
| 11 | 22.922,85 | 379,55 | 171,92 | 551,47 | 22.543,29 |
| 12 | 22.543,29 | 382,40 | 169,07 | 551,47 | 22.160,89 |
| 13 | 22.160,89 | 385,27 | 166,21 | 551,47 | 21.775,63 |
| 14 | 21.775,63 | 388,16 | 163,32 | 551,47 | 21.387,47 |
| 15 | 21.387,47 | 391,07 | 160,41 | 551,47 | 20.996,40 |
| 16 | 20.996,40 | 394,00 | 157,47 | 551,47 | 20.602,40 |
| 17 | 20.602,40 | 396,96 | 154,52 | 551,47 | 20.205,44 |
| 18 | 20.205,44 | 399,93 | 151,54 | 551,47 | 19.805,51 |
| 19 | 19.805,51 | 402,93 | 148,54 | 551,47 | 19.402,57 |
| 20 | 19.402,57 | 405,96 | 145,52 | 551,47 | 18.996,62 |
| 21 | 18.996,62 | 409,00 | 142,47 | 551,47 | 18.587,62 |
| 22 | 18.587,62 | 412,07 | 139,41 | 551,47 | 18.175,55 |
| 23 | 18.175,55 | 415,16 | 136,32 | 551,47 | 17.760,39 |
| 24 | 17.760,39 | 418,27 | 133,20 | 551,47 | 17.342,12 |
| 25 | 17.342,12 | 421,41 | 130,07 | 551,47 | 16.920,71 |
| 26 | 16.920,71 | 424,57 | 126,91 | 551,47 | 16.496,14 |
| 27 | 16.496,14 | 427,75 | 123,72 | 551,47 | 16.068,39 |
| 28 | 16.068,39 | 430,96 | 120,51 | 551,47 | 15.637,43 |
| 29 | 15.637,43 | 434,19 | 117,28 | 551,47 | 15.203,23 |
| 30 | 15.203,23 | 437,45 | 114,02 | 551,47 | 14.765,78 |
| 31 | 14.765,78 | 440,73 | 110,74 | 551,47 | 14.325,05 |
| 32 | 14.325,05 | 444,04 | 107,44 | 551,47 | 13.881,01 |
| 33 | 13.881,01 | 447,37 | 104,11 | 551,47 | 13.433,65 |
| 34 | 13.433,65 | 450,72 | 100,75 | 551,47 | 12.982,92 |
| 35 | 12.982,92 | 454,10 | 97,37 | 551,47 | 12.528,82 |
| 36 | 12.528,82 | 457,51 | 93,97 | 551,47 | 12.071,31 |
| 37 | 12.071,31 | 460,94 | 90,53 | 551,47 | 11.610,37 |
| 38 | 11.610,37 | 464,40 | 87,08 | 551,47 | 11.145,97 |
| 39 | 11.145,97 | 467,88 | 83,59 | 551,47 | 10.678,09 |
| 40 | 10.678,09 | 471,39 | 80,09 | 551,47 | 10.206,71 |
| 41 | 10.206,71 | 474,92 | 76,55 | 551,47 | 9.731,78 |
| 42 | 9.731,78 | 478,49 | 72,99 | 551,47 | 9.253,29 |
| 43 | 9.253,29 | 482,08 | 69,40 | 551,47 | 8.771,22 |
| 44 | 8.771,22 | 485,69 | 65,78 | 551,47 | 8.285,53 |
| 45 | 8.285,53 | 489,33 | 62,14 | 551,47 | 7.796,20 |
| 46 | 7.796,20 | 493,00 | 58,47 | 551,47 | 7.303,19 |
| 47 | 7.303,19 | 496,70 | 54,77 | 551,47 | 6.806,49 |
| 48 | 6.806,49 | 500,43 | 51,05 | 551,47 | 6.306,07 |
| 49 | 6.306,07 | 504,18 | 47,30 | 551,47 | 5.801,89 |
| 50 | 5.801,89 | 507,96 | 43,51 | 551,47 | 5.293,93 |
| 51 | 5.293,93 | 511,77 | 39,70 | 551,47 | 4.782,16 |
| 52 | 4.782,16 | 515,61 | 35,87 | 551,47 | 4.266,55 |
| 53 | 4.266,55 | 519,48 | 32,00 | 551,47 | 3.747,07 |
| 54 | 3.747,07 | 523,37 | 28,10 | 551,47 | 3.223,70 |
| 55 | 3.223,70 | 527,30 | 24,18 | 551,47 | 2.696,40 |
| 56 | 2.696,40 | 531,25 | 20,22 | 551,47 | 2.165,15 |
| 57 | 2.165,15 | 535,24 | 16,24 | 551,47 | 1.629,91 |
| 58 | 1.629,91 | 539,25 | 12,22 | 551,47 | 1.090,66 |
| 59 | 1.090,66 | 543,29 | 8,18 | 551,47 | 547,37 |
| 60 | 547,37 | 547,37 | 4,11 | 551,47 | 0,00 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Anexo 9 Ingreso por ventas

| PRODUCTO | PRECIO UNITARIO | CANTIDADES SEMANAL | TOTAL SEMANAL | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 |
|--------------------------------|-----------------|--------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| ALOJAMIENTO | | | | | | | | | | | | | | |
| HOTEL | \$ 10,00 | 12 | \$ 120,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 | \$ 480,00 |
| ACTIVIDADES DE AVENTURA | | | | | | | | | | | | | | |
| PAQUETE 1 | \$ 200,00 | 12 | \$ 2.400,00 | \$ 9.600,00 | \$ 9.600,00 | \$ 9.600,00 | \$ 9.600,00 | \$ 9.600,00 | \$ 9.600,00 | \$ 9.600,00 | \$ 9.600,00 | \$ 9.600,00 | \$ 9.600,00 | \$ 9.600,00 |
| PAQUETE 2 | \$ 183,00 | 11 | \$ 2.013,00 | \$ 8.052,00 | \$ 8.052,00 | \$ 8.052,00 | \$ 8.052,00 | \$ 8.052,00 | \$ 8.052,00 | \$ 8.052,00 | \$ 8.052,00 | \$ 8.052,00 | \$ 8.052,00 | \$ 8.052,00 |
| CAMPING | \$ 260,00 | 7 | \$ 1.820,00 | \$ 7.280,00 | \$ 7.280,00 | \$ 7.280,00 | \$ 7.280,00 | \$ 7.280,00 | \$ 7.280,00 | \$ 7.280,00 | \$ 7.280,00 | \$ 7.280,00 | \$ 7.280,00 | \$ 7.280,00 |
| RESTAURANTE | | | | | | | | | | | | | | |
| DESAYUNOS | \$ 2,00 | 15 | \$ 30,00 | \$ 120,00 | \$ 120,00 | \$ 120,00 | \$ 120,00 | \$ 120,00 | \$ 120,00 | \$ 120,00 | \$ 120,00 | \$ 120,00 | \$ 120,00 | \$ 120,00 |
| PLATOS A LA CARTA | \$ 4,00 | 11 | \$ 44,00 | \$ 176,00 | \$ 176,00 | \$ 176,00 | \$ 176,00 | \$ 176,00 | \$ 176,00 | \$ 176,00 | \$ 176,00 | \$ 176,00 | \$ 176,00 | \$ 176,00 |
| BEBIDAS | \$ 2,00 | 10 | \$ 20,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 | \$ 80,00 |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| TOTAL | | | | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Los ingresos están determinados con los valores dados por los proveedores sumando a esto un recargo por el servicio prestado por la operadora.

Anexo 10 Ingresos por Ventas

| PRODUCTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | | |
|--------------------------------|--------------------|--------------------|-----------|-----------|-----------|-------|-------|
| ALOJAMIENTO | | | | | | | |
| Noche | \$ 10,00 | \$ 10,41 | \$ 10,84 | \$ 11,28 | \$ 11,74 | | |
| ACTIVIDADES DE AVENTURA | | | | | | | |
| PAQUETE 1 | \$ 200,00 | \$ 208,20 | \$ 216,74 | \$ 225,62 | \$ 234,87 | | |
| PAQUETE 2 | \$ 183,00 | \$ 190,50 | \$ 198,31 | \$ 206,44 | \$ 214,91 | | |
| CAMPING | \$ 260,00 | \$ 270,66 | \$ 281,76 | \$ 293,31 | \$ 305,33 | | |
| RESTAURANTE | | | | | | | |
| Desayunos | \$ 2,00 | \$ 2,08 | \$ 2,17 | \$ 2,26 | \$ 2,35 | | |
| Platos a la carta | \$ 4,00 | \$ 4,16 | \$ 4,33 | \$ 4,51 | \$ 4,70 | | |
| BEBIDAS | \$ 2,00 | \$ 2,08 | \$ 2,17 | \$ 2,26 | \$ 2,35 | | |
| | | | | | | | |
| PRODUCTO | CANTIDADES SEMANAL | CANTIDADES MENSUAL | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| ALOJAMIENTO | | | | | | | |
| Noche | 12 | 48 | 576 | 600 | 624 | 650 | 676 |
| ACTIVIDADES DE AVENTURA | | | | | | | |
| PAQUETE 1 | 12 | 48 | 576 | 600 | 624 | 650 | 676 |
| PAQUETE 2 | 11 | 44 | 528 | 550 | 572 | 596 | 620 |
| CAMPING | 7 | 28 | 336 | 350 | 364 | 379 | 395 |
| RESTAURANTE | | | | | | | |
| Desayunos | 15 | 60 | 720 | 750 | 780 | 812 | 846 |
| Platos a la carta | 11 | 44 | 528 | 550 | 572 | 596 | 620 |
| Bebidas | 10 | 40 | 480 | 500 | 520 | 541 | 564 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Anexo 11 Ingreso por ventas

| PRODUCTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| ALOJAMIENTO | | | | | |
| Noche | \$ 5.760,00 | \$ 6.242,00 | \$ 6.764,34 | \$ 7.330,39 | \$ 7.943,80 |
| ACTIVIDADES DE AVENTURA | | | | | |
| PAQUETE 1 | \$ 115.200,00 | \$ 124.840,05 | \$ 135.286,79 | \$ 146.607,73 | \$ 158.876,01 |
| PAQUETE 2 | \$ 96.624,00 | \$ 104.709,59 | \$ 113.471,80 | \$ 122.967,23 | \$ 133.257,25 |
| CAMPING | \$ 87.360,00 | \$ 94.670,37 | \$ 102.592,48 | \$ 111.177,53 | \$ 120.480,97 |
| RESTAURANTE | | | | | |
| Desayunos | \$ 1.440,00 | \$ 1.560,50 | \$ 1.691,08 | \$ 1.832,60 | \$ 1.985,95 |
| Platos a la carta | \$ 2.112,00 | \$ 2.288,73 | \$ 2.480,26 | \$ 2.687,81 | \$ 2.912,73 |
| Bebidas | \$ 960,00 | \$ 1.040,33 | \$ 1.127,39 | \$ 1.221,73 | \$ 1.323,97 |
| TOTAL | \$ 309.456,00 | \$ 335.351,59 | \$ 363.414,14 | \$ 393.825,00 | \$ 426.780,67 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Anexo 12 Presupuesto de Gastos Generales

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | TOTAL |
|---|----------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Gastos de Administración | | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 151.077,10 |
| GERENTE | 1 | \$ 4.290,42 | \$ 4.290,42 | \$ 4.290,42 | \$ 4.290,42 | \$ 4.290,42 | \$ 4.290,42 | \$ 4.290,42 | \$ 4.290,42 | \$ 4.290,42 | \$ 4.290,42 | \$ 4.290,42 | \$ 4.290,42 | \$ 4.290,42 | \$ 51.485,00 |
| SECRETARIA | 1 | \$ 965,99 | \$ 965,99 | \$ 965,99 | \$ 965,99 | \$ 965,99 | \$ 965,99 | \$ 965,99 | \$ 965,99 | \$ 965,99 | \$ 965,99 | \$ 965,99 | \$ 965,99 | \$ 965,99 | \$ 11.591,90 |
| CONTADOR | 1 | \$ 2.074,13 | \$ 2.074,13 | \$ 2.074,13 | \$ 2.074,13 | \$ 2.074,13 | \$ 2.074,13 | \$ 2.074,13 | \$ 2.074,13 | \$ 2.074,13 | \$ 2.074,13 | \$ 2.074,13 | \$ 2.074,13 | \$ 2.074,13 | \$ 24.889,60 |
| JEFE DE OPERACIONES | 1 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 17.729,30 |
| JEFE DE VENTAS | 1 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 17.729,30 |
| Servicios Básicos | 1 | \$ 260,00 | \$ 260,00 | \$ 260,00 | \$ 260,00 | \$ 260,00 | \$ 260,00 | \$ 260,00 | \$ 260,00 | \$ 260,00 | \$ 260,00 | \$ 260,00 | \$ 260,00 | \$ 260,00 | \$ 3.120,00 |
| Uniformes | 1 | | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Mantenimiento | 1 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 7.800,00 |
| Alicuota del edificio (limpieza, mantinimient | 1 | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 2.160,00 |
| Arriendo | 1 | \$ 680,00 | \$ 680,00 | \$ 680,00 | \$ 680,00 | \$ 680,00 | \$ 680,00 | \$ 680,00 | \$ 680,00 | \$ 680,00 | \$ 680,00 | \$ 680,00 | \$ 680,00 | \$ 680,00 | \$ 8.160,00 |
| Suministros de Oficina | 1 | \$ 190,00 | \$ 190,00 | \$ 190,00 | \$ 190,00 | \$ 190,00 | \$ 190,00 | \$ 190,00 | \$ 190,00 | \$ 190,00 | \$ 190,00 | \$ 190,00 | \$ 190,00 | \$ 190,00 | \$ 2.280,00 |
| Depreciación de Edificios | 1 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Depreciación de Equipos de Oficina | 1 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Depreciación de Muebles y Enseres | 1 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 15,00 | \$ 180,00 |
| Depreciación de Equipos de Computación | 1 | \$ 41,67 | \$ 41,67 | \$ 41,67 | \$ 41,67 | \$ 41,67 | \$ 41,67 | \$ 41,67 | \$ 41,67 | \$ 41,67 | \$ 41,67 | \$ 41,67 | \$ 41,67 | \$ 41,67 | \$ 500,00 |
| Depreciación de Equipos de Producción | 1 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Amortización | 1 | \$ 287,67 | \$ 287,67 | \$ 287,67 | \$ 287,67 | \$ 287,67 | \$ 287,67 | \$ 287,67 | \$ 287,67 | \$ 287,67 | \$ 287,67 | \$ 287,67 | \$ 287,67 | \$ 287,67 | \$ 3.452,00 |
| Gastos de Ventas | | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 1.800,00 |
| Publicidad | 1 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 1.800,00 |
| Gastos Financieros | | \$ - | \$ 199,25 | \$ 196,61 | \$ 193,94 | \$ 191,26 | \$ 188,56 | \$ 185,84 | \$ 183,10 | \$ 180,33 | \$ 177,55 | \$ 174,75 | \$ 171,92 | \$ 169,07 | \$ 2.212,19 |
| Intereses | 1 | \$ - | \$ 199,25 | \$ 196,61 | \$ 193,94 | \$ 191,26 | \$ 188,56 | \$ 185,84 | \$ 183,10 | \$ 180,33 | \$ 177,55 | \$ 174,75 | \$ 171,92 | \$ 169,07 | \$ 2.212,19 |
| TOTAL | | | \$ 12.939,01 | \$ 12.936,36 | \$ 12.933,70 | \$ 12.931,02 | \$ 12.928,32 | \$ 12.925,60 | \$ 12.922,86 | \$ 12.920,09 | \$ 12.917,31 | \$ 12.914,51 | \$ 12.911,68 | \$ 12.908,83 | \$ 155.089,29 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Anexo 13 Gastos Generales.

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Gastos de Administración | \$ 151.077,10 | \$ 193.163,82 | \$ 201.055,66 | \$ 208.771,06 | \$ 217.323,29 |
| GERENTE | \$ 51.485,00 | \$ 47.547,60 | \$ 49.497,05 | \$ 51.526,43 | \$ 53.639,01 |
| SECRETARIA | \$ 11.591,90 | \$ 35.745,70 | \$ 37.211,27 | \$ 38.736,94 | \$ 40.325,15 |
| CONTADOR | \$ 24.889,60 | \$ 28.235,40 | \$ 29.393,05 | \$ 30.598,17 | \$ 31.852,69 |
| JEFE DE OPERACIONES | \$ 17.729,30 | \$ 26.089,60 | \$ 27.159,27 | \$ 28.272,80 | \$ 29.431,99 |
| JEFE DE VENTAS | \$ 17.729,30 | \$ 30.381,20 | \$ 31.626,83 | \$ 32.923,53 | \$ 34.273,39 |
| Servicios Básicos | \$ 3.120,00 | \$ 3.247,92 | \$ 3.381,08 | \$ 3.519,71 | \$ 3.664,02 |
| Uniformes | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Mantenimiento | \$ 7.800,00 | \$ 8.119,80 | \$ 8.452,71 | \$ 8.799,27 | \$ 9.160,04 |
| Alícuota del edificio (limpieza, mantinimient | \$ 2.160,00 | \$ 2.248,56 | \$ 2.340,75 | \$ 2.436,72 | \$ 2.536,63 |
| Arriendo | \$ 8.160,00 | \$ 8.494,56 | \$ 8.842,84 | \$ 9.205,39 | \$ 9.582,81 |
| Suministros de Oficina | \$ 2.280,00 | \$ 2.373,48 | \$ 2.470,79 | \$ 2.572,10 | \$ 2.677,55 |
| Depreciación de Edificios | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Depreciación de Equipos de Oficina | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Depreciación de Muebles y Enseres | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 180,00 | \$ 180,00 |
| Depreciación de Equipos de Computación | \$ 500,00 | \$ 500,00 | \$ 500,00 | \$ - | \$ - |
| Depreciación de Equipos de Producción | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Amortización | \$ 3.452,00 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |
| Gastos de Ventas | \$ 1.800,00 | \$ 1.873,80 | \$ 1.950,63 | \$ 2.030,60 | \$ 2.113,86 |
| Gastos de Publicidad | \$ 1.800,00 | \$ 1.873,80 | \$ 1.950,63 | \$ 2.030,60 | \$ 2.113,86 |
| Gastos Financieros | \$ 2.212,19 | \$ 1.798,92 | \$ 1.346,89 | \$ 852,45 | \$ 311,63 |
| Gastos de Interés | \$ 2.212,19 | \$ 1.798,92 | \$ 1.346,89 | \$ 852,45 | \$ 311,63 |
| TOTAL | \$ 155.089,29 | \$ 196.836,54 | \$ 204.353,17 | \$ 211.654,11 | \$ 219.748,78 |
| DEPRECIACION ACUMULADA | \$ (680,00) | \$ (680,00) | \$ (680,00) | \$ (180,00) | \$ (180,00) |
| AMORTIZACION ACUMULADA | \$ (3.452,00) | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Anexo 14 Costos Operacionales

| RUBRO | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 | TOTAL |
|-----------------------------|----------|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Materia Prima | | \$ 1,50 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 5.400,00 |
| Materia Prima - (suveniers) | 300 | \$ 1,50 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 450,00 | \$ 5.400,00 |
| Mano de obra Directa | | \$ 11.450,48 | \$ 11.450,48 | \$ 11.450,48 | \$ 11.450,48 | \$ 11.450,48 | \$ 11.450,48 | \$ 11.450,48 | \$ 11.450,48 | \$ 11.450,48 | \$ 11.450,48 | \$ 11.450,48 | \$ 11.450,48 | \$ 11.450,48 | \$ 137.405,70 |
| GUIA DE TURISMO | 1 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 50.973,55 |
| PROMOTOR TURISTICO | 1 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 17.729,30 |
| LIMPIEZA | 1 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 1.477,44 | \$ 17.729,30 |
| CHOFER | 1 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 4.247,80 | \$ 50.973,55 |
| TOTAL | | | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 142.805,70 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Anexo 15

| RUBRO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Materia Prima | \$ 5.400,00 | \$ 5.621,40 | \$ 5.851,88 | \$ 6.091,80 | \$ 6.341,57 |
| Materia Prima - (suveniers) | \$ 5.400,00 | \$ 5.621,40 | \$ 5.851,88 | \$ 6.091,80 | \$ 6.341,57 |
| Mano de obra Directa | \$ 137.405,70 | \$ 128.498,65 | \$ 133.767,09 | \$ 139.251,55 | \$ 144.960,86 |
| GUIA DE TURISMO | \$ 50.973,55 | \$ 28.235,40 | \$ 29.393,05 | \$ 30.598,17 | \$ 31.852,69 |
| PROMOTOR TURISTICO | \$ 17.729,30 | \$ 30.381,20 | \$ 31.626,83 | \$ 32.923,53 | \$ 34.273,39 |
| LIMPIEZA | \$ 17.729,30 | \$ 53.448,55 | \$ 55.639,94 | \$ 57.921,18 | \$ 60.295,95 |
| CHOFER | \$ 50.973,55 | \$ 16.433,50 | \$ 17.107,27 | \$ 17.808,67 | \$ 18.538,83 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas

Anexo 16 Estado de Pérdidas y Ganancias mensual

| RUBRO | | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 |
|---|-----|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Ingresos | | | | | | | | | | | | | |
| Ventas Totales | | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 | \$ 25.788,00 |
| TOTAL DE INGRESOS | | \$ 25.788,00 |
| (-) Costos de Operación | | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 | \$ 11.900,48 |
| (=) Utilidad Bruta en Ventas | | \$ 13.887,53 |
| (-) Gastos de Administración | | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 | \$ 12.589,76 |
| (-) Gastos de Ventas | | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 | \$ 150,00 |
| (=) Utilidad antes de impuestos | | \$ 1.147,77 |
| (-) Gastos Financieros | | \$ 199,25 | \$ 196,61 | \$ 193,94 | \$ 191,26 | \$ 188,56 | \$ 185,84 | \$ 183,10 | \$ 180,33 | \$ 177,55 | \$ 174,75 | \$ 171,92 | \$ 169,07 |
| (=) Utilidad antes de participación a trabajadores | | \$ 948,52 | \$ 951,16 | \$ 953,82 | \$ 956,50 | \$ 959,20 | \$ 961,93 | \$ 964,67 | \$ 967,43 | \$ 970,22 | \$ 973,02 | \$ 975,85 | \$ 978,69 |
| (-) 15% Participación a trabajadores | 15% | \$ 142,28 | \$ 142,67 | \$ 143,07 | \$ 143,48 | \$ 143,88 | \$ 144,29 | \$ 144,70 | \$ 145,11 | \$ 145,53 | \$ 145,95 | \$ 146,38 | \$ 146,80 |
| (=) Utilidad antes de impuesto a la renta | | \$ 806,24 | \$ 808,49 | \$ 810,75 | \$ 813,03 | \$ 815,32 | \$ 817,64 | \$ 819,97 | \$ 822,32 | \$ 824,68 | \$ 827,07 | \$ 829,47 | \$ 831,89 |
| (-) 22% Impuesto a la renta | 22% | \$ 177,37 | \$ 177,87 | \$ 178,36 | \$ 178,87 | \$ 179,37 | \$ 179,88 | \$ 180,39 | \$ 180,91 | \$ 181,43 | \$ 181,95 | \$ 182,48 | \$ 183,02 |
| (=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO | | \$ 628,87 | \$ 630,62 | \$ 632,38 | \$ 634,16 | \$ 635,95 | \$ 637,76 | \$ 639,58 | \$ 641,41 | \$ 643,25 | \$ 645,11 | \$ 646,99 | \$ 648,87 |

Elaborado por: Paúl Saltos y Carlos Rojas