



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA DE ECONOMÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: ECONOMISTA

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA
TURÍSTICA EN LA TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL, PROVINCIA
DEL GUAYAS.”

TUTOR:

ECON. JOSÉ SERNAQUÉ ARMIJOS MSc.

AUTORAS:

HURTADO SALAZAR LAILA PATRICIA

VILLAO PALAS MARIELLA DEL ROCÍO

GUAYAQUIL, 2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Las señoritas Laila Patricia Hurtado Salazar y Mariella del Rocío Villao Palas, declaramos bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a las suscritas y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece por la ley de propiedad intelectual, su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito del **Estudio de Factibilidad para la Creación de una Operadora Turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, Provincia del Guayas.**

Autoras:

Laila Patricia Hurtado Salazar
C.I. 091289009-2

Mariella Del Rocío Villao Palas
C.I. 092363676-5

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA

OPERADORA TURISTICA.docx (D21737822)

Submitted: 2016-09-13 19:31:00

Submitted By: marivillaopalas@gmail.com

Significance: 5 %

Sources included in the report:

Tesis La Mana editado.doc (D14860964)

RECREACION-Y-ESPARCIMIENTO-ACUATICO-1.docx (D17247802)

PROYECTO JULIO (1)Eco turismo Garcés.docx (D14688336)

Tesis finalizada U.LV.R 14 de marzo2016.docx19.docx (D18883882)

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/Literal-f1-Formularios-o-formatos-desolicitudes-21.pdf>

<http://www.andes.info.ec/es/actualidad-turismo/3738.html>

<https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/30016>

<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/04/06/nota/2609571/turismo-sujeto-desarrollo-pais>

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/plan-estrategico.html>

<http://www.turismo.gob.ec/el-proyecto-turismo-en-el-golfo-revive-la-tradicion-fluvial-del-guayas/>

http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf

<http://www.turismo.gob.ec/turismo-genera-en-ecuador-405-820-mil-fuentes-de-trabajo/>

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7786>

<http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-pescador>

http://www.guayas.gob.ec/turismo/dmdocuments/consultoria/Cerrito_Morrenos.pdf

<http://visitaecuador.com/ve/noticias.php?idRegistro=40942>

Instances where selected sources appear:

50

REPOSITORIO



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA EN LA TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL, PROVINCIA DEL GUAYAS.

AUTOR/ES:

LAILA PATRICIA HURTADO SALAZAR.
MARIELLA DEL ROCÍO VILLO PALAS

REVISORES:

ECON. JOSÉ SERNAQUÉ ARMIJOS, MSC

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD:

CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA: ECONOMIA

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGS: 238

ÁREAS TEMÁTICAS:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

PALABRAS CLAVE:

FACTIBILIDAD – OPERADORA TURISTICA – CRECIMIENTO ECONÓMICO – SEGMENTACIÓN DE MERCADO – POSICIONAMIENTO.

RESUMEN:

EL ECUADOR HA SIDO CONSIDERADO UN DESTINO PRIVILEGIADO PARA HACER TURISMO, DEBIDO A SU DIVERSIDAD E IDENTIDAD PROPIA, POR ESO A TRAVÉS DEL TIEMPO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios, Señor por la divina voluntad que puso en mí tanto en el querer como el hacer, para culminar con esta labor que marcará parte de mi existencia como un ser digno.

A mi madre Sra. Patricia Salazar Ayala e hija Srta. Keyla Jiménez Hurtado por su apoyo incondicional en cada etapa del desarrollo de este estudio infundiendo fortaleza y denuedo.

Y al tutor Econ. José Sernaqué MSc, quien fue una guía y orientador hasta la culminación del estudio.

Mil Gracias,

LAILA HURTADO SALAZAR

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a tres personas más importante en mi vida, a mi Madre Teresa Palas Miranda, a mi Hermana mayor Yesenia Villao Palas; y a mi novio Bolívar Maposa Méndez; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. Por último a mi compañera de tesis, porque en esta tarea las dos hemos logrado la meta y al Tutor de tesis quién nos ayudó en todo momento, Econ. José Sernaqué Armijos MSc.

MARIELLA DEL ROCÍO VILLO PALAS

DEDICATORIA

A Jesucristo mi Salvador, mi soporte y guía en el andar de mi vida.

A los pilares de mi vida mi madre y mi hija, compañeras de luchas y batallas, mis fieles amigas.

Con amor

LAILA HURTADO SALAZAR

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios, a mi madre, a mi hermana y a mi novio. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mi madre, quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad, es por ella que soy lo que soy ahora, a mi hermana Yesi porque siempre ha estado conmigo en las buenas y en las malas apoyándome y aconsejándome a que siempre debo mirar hacia adelante, a mi Novio Bolívar porque ha estado siempre a mi lado dando ánimos y fuerzas para alcanzar mi objetivo deseado. Los amo con mi vida.

MARIELLA DEL ROCÍO VILLO PALAS.

RESUMEN EJECUTIVO

Desde hace años el Ecuador ha sido considerado un destino privilegiado para hacer turismo, debido a su diversidad e identidad propia, por eso a través del tiempo los diferentes gobiernos de turno han realizado muchos esfuerzos para promover al mundo esta particularidad turística y atraer la inversión extranjera y el aumento de divisas. El turismo es una actividad que atrae a millones de personas, ya sea por ser un medio de subsistencia o porque es una forma de goce de vacaciones, tiempo libre o de negocio, se estima que el turismo es el cuarto rubro económico más importante del País, solo después del banano, del camarón y del petróleo. El potencial turístico que posee la ciudad de Guayaquil, junto a la tendencia de los turistas nacionales y extranjeros que arriban en la Terminal Terrestre de Guayaquil, por tener nuevas experiencias en contacto con la naturaleza, lugares atractivos, la cultura y entre otras, son por esta razones importante la propuesta de crear una Operadora Turista en las instalaciones de la Terminal Terrestre de Guayaquil, que permita conocer las características de los paquetes turísticos, los servicios nuevos, novedosos y de calidad. El estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, representa una base fundamental para establecer las oportunidades de solucionar un problema social, de la localidad puesto que el turismo son oportunidades que se dan para invertir y abrir camino exitoso con un rumbo firme y un complemento esencial en el mejoramiento de la calidad de vida de todos los sectores aledaños.

Palabras claves: FACTIBILIDAD – OPERADORA TURISTICA – CRECIMIENTO ECONÓMICO – SEGMENTACIÓN DE MERCADO – POSICIONAMIENTO.

ABSTRACT

For years Ecuador has been considered a privileged destination for sightseeing, due to its diversity and identity. So over time various governments have made great efforts to promote the world this tourist particularity and attracting foreign investment and increasing foreign exchange.

Tourism is an activity that attracts millions of people, either as a means of livelihood or because it is a way to enjoy vacation, leisure or business, it is estimated that tourism is the fourth most important economic category only after bananas, shrimp and oil.

The tourism potential that the city of Guayaquil, along with the trend of domestic and foreign tourists arriving in the Bus Terminal of Guayaquil, to have new experiences in contact with nature, attractive places, culture, among others, are this important reasons the proposal to establish an Operator tourist on the premises of the Bus Terminal of Guayaquil, charting the characteristics of tourism packages, new, innovative and quality services.

The feasibility study for the creation of a tour operator in the Bus Terminal of Guayaquil, is a fundamental basis for opportunities to solve a social problem, the resort since tourism are opportunities given to invest and open successful path a steady course with an essential complement in improving the quality of life of all the surrounding areas.

Key word: FEASIBILITY - TOUR OPERATOR - ECONOMIC GROWTH - MARKET SEGMENTATION – POSITIONING.

INDICE GENERAL

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I | 3 |
| 1.1 TEMA | 3 |
| 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 3 |
| 1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 7 |
| 1.4 DELIMITACIÓN DE PROBLEMA | 7 |
| 1.5 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA | 9 |
| 1.6 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA | 11 |
| 1.7 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN | 12 |
| 1.7.1 OBJETIVO GENERAL | 12 |
| 1.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 12 |
| 1.8. IDEAS A DEFENDER..... | 12 |
| 1.9.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES | 14 |
| CAPÍTULO II | 15 |
| 2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 15 |
| 2.1 ESTADO DEL ARTE | 15 |
| 2.2.1 INTRODUCCIÓN..... | 15 |
| 2.2.1.1 TURISMO EN GUAYAQUIL..... | 25 |
| 2.6. BASES TEÓRICAS | 33 |
| 2.6.1 Concepto y definiciones | 33 |
| 2.6.2 Ventajas y Desventajas | 35 |
| 2.7 ECUADOR: OPERACIÓN TURÍSTICA | 36 |
| 2.8 MARCO CONCEPTUAL | 37 |
| CAPÍTULO III | 40 |
| 3. MARCO METODOLÓGICO | 40 |
| 3.1 INTRODUCCIÓN..... | 40 |
| 3.1.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN | 40 |
| 3.1.3 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN..... | 40 |
| 3.5. RECURSOS: FUENTES, CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS..... | 45 |
| 3.5.1.- FUENTES..... | 45 |
| 3.5.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | 45 |
| 3.6. TRATAMIENTO DE INFORMACION..... | 47 |
| 3.6.1 PROCESAMIENTO DE DATOS | 47 |
| 3.6.2. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS | 47 |
| 3.7 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS | 49 |
| 3.7.1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN ENERO DEL 2016..... | 49 |
| 3.8. CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS..... | 77 |
| CAPÍTULO IV | 78 |
| 4. LA PROPUESTA | 78 |
| 4.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA | 78 |
| 4.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA | 78 |

| | |
|--|------------|
| 4.3. OBJETIVO DE LA PROPUESTA..... | 79 |
| 4.4. OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA PROPUESTA..... | 79 |
| 4.4.1. HIPOTESIS DE LA PROPUESTA..... | 79 |
| 4.6.PARAMETROS GENERALES | 80 |
| | |
| 4.8.ESTUDIO NORMATIVO O LEGAL | 81 |
| 4.8.1. REQUISITOS Y REGLAMENTOS PARA EL FUNCIONAMIENTO | 81 |
| 4.8.2. LEY DE TURISMO | 81 |
| 4.8.3. REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO..... | 82 |
| 4.8.4. LA LEY DE COMPAÑÍAS | 83 |
| 4.8.6. BASE LEGAL PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA AGENCIA OPERADORA TURÍSTICA | 84 |
| 4.9.1. CONSTITUCIÓN DE LA OPERADORA TURISTICA..... | 85 |
| 4.9.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL | 87 |
| 4.9.3. VALORES QUE DEBEN PREDOMINAR EN LA OPERADORA TURISTICA EN LA TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL | 88 |
| 4.9.4. MISIÓN..... | 89 |
| 4.9.5. VISION..... | 89 |
| 4.9.6. OBJETIVO GENERAL | 89 |
| 4.9.7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 89 |
| MANUAL DE FUNCIONES | 92 |
| 4.9.7.3.1. PRESIDENTE EJECUTIVO..... | 92 |
| 4.9.7.3.2. GERENTE GENERAL | 92 |
| 4.9.7.3.3. SECRETARIA..... | 93 |
| 4.9.7.3.4. CONTADOR/A | 93 |
| 4.9.7.3.5. ÁREA DE INFORMACIÓN | 94 |
| 4.9.7.3.6. ASESORES DE VIAJES..... | 94 |
| 4.9.9.1. ANÁLISIS FODA | 95 |
| | |
| 4.11. ESTUDIO AMBIENTAL..... | 98 |
| 4.11.1. EVALUACION DE IMPACTOS | 98 |
| 4.11.1.1. POSIBLES IMPACTOS GENERADOS POR EL TURISMO..... | 98 |
| 4.11.2. MEDIDAS DE MITIGACION | 99 |
| 4.11.2.1. Políticas para reducir los impactos ambientales causados por los productos que ofrece la operadora turística “LAIMAR” | 99 |
| 4.11.2.2. Medidas para reducir los impactos causados al interior de la operadora turística “LAIMAR”..... | 99 |
| | |
| 4.12. ESTUDIO TÉCNICO..... | 101 |
| 4.12.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO..... | 101 |
| 4.12.2. MACRO LOCALIZACIÓN | 101 |
| 4.12.3. MICRO LOCALIZACIÓN | 102 |
| 4.12.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO | 102 |
| 4.12.6. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PROYECTO..... | 102 |
| 4.12.7. DIAGRAMA DE FLUJO..... | 103 |
| 4.12.8. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS | 103 |
| 4.12.10. INVERSIÓN INICIAL DE LA OPERADORA TURISTICA..... | 105 |
| 4.12.10.5 GASTOS EN EL PERSONAL..... | 109 |
| 4.12.10.6. ESTUDIO DE SERVICIOS Y OTROS GASTOS..... | 110 |

| | |
|--|------------|
| 4.12.11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | 110 |
| 4.13. ESTUDIO DE MERCADO..... | 111 |
| 4.13.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS..... | 111 |
| 4.13.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 111 |
| 4.13.3. ANALISIS DE MERCADO..... | 111 |
| 4.13.4.2. MERCADO OBJETIVO | 112 |
| 4.13.4.4. MERCADO DEL PROYECTO | 113 |
| 4.13.5. PUNTO CLAVE DEL PAQUETE TURISTICO..... | 113 |
| 4.13.6. COMPETENCIA..... | 114 |
| MANGLAR ROJO | 117 |
| 4.13.8. GUSTOS Y PREFERENCIAS DEL CLIENTE 1194.13.10. ITINERARIO | |
| DESCRIPTIVO DE LOS PAQUETES TURISTICOS..... | 120 |
| 4.14. ESTUDIO FINANCIERO | 134 |
| 4.14.1. POLITICAS PARA EL DESARROLLO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA OPERADORA TURISTICA “LAIMAR” Y SUS PROYECCIONES..... | 135 |
| 4.14.2. INVERSIONES DEL PROYECTO | 135 |
| 4.14.3. AMORTIZACIÓN DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES..... | 140 |
| 4.14.4. INGRESOS DE LA OPERACIÓN DEL PROYECTO | 141 |
| 4.14.5. UTILIDAD DE VENTAS | 142 |
| 4.14.6. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS Y GASTOS | 143 |
| 4.14.7. GASTOS ADMINISTRATIVOS..... | 146 |
| 4.14.8. GASTOS DE PUBLICIDAD | 147 |
| 4.14.9. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO | 148 |
| 4.14.10. BALANCE GENERAL..... | 149 |
| 4.14.11. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO | 150 |
| 4.14.12. FLUJO DE CAJA..... | 151 |
| 4.14.14. ANALISIS DE LOS INDICADORES DE RENTABILIDAD..... | 155 |
| 4.14.14.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN) | 156 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 159 |
| BIBLIOGRAFIA..... | 164 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | | |
|-------------------|--|----|
| Figura 1. | Cinco pilares de gestion turistica..... | 23 |
| Figura 2. | Edad..... | 49 |
| Figura 3. | Sexo..... | 50 |
| Figura 4. | Nivel de Instrucción academica..... | 50 |
| Figura 5. | Turistas Nacionales..... | 51 |
| Figura 6. | Turistas Extranjeros..... | 52 |
| Figura 7. | Frecuencia de arribo a la Terminal Terrestre de Guayaquil..... | 53 |
| Figura 8. | Trato que recibe el turista..... | 54 |
| Figura 9. | Informacion adquirida..... | 55 |
| Figura 10. | Motivo de visita en Guayaquil..... | 56 |
| Figura 11. | Tiempo planificado para quedarse en Guayaquil..... | 57 |
| Figura 12. | Gastos de viajes de los turistas..... | 58 |
| Figura 13. | Inconvenientes con el asesoramiento..... | 59 |
| Figura 14. | Conocimiento de alguna operadora turistica..... | 60 |
| Figura 15. | Utilizacion de una operadora turistica..... | 61 |
| Figura 16. | Necesidad de una operadora turistica..... | 62 |
| Figura 17. | Asesoramiento..... | 63 |
| Figura 18. | Servicio que ofrecera la operadora turistica..... | 64 |
| Figura 19. | Cumplimiento de los servicios que ofrecera la operadora..... | 65 |
| Figura 20. | Opciones que les ofrece la operadora turistica..... | 66 |
| Figura 21. | Variedad de servicio..... | 67 |
| Figura 22. | Dinero destinado a pagar por los servicios..... | 68 |
| Figura 23. | Importancia al escoger sel servicio de la operadora turistica..... | 69 |
| Figura 24. | Que dia haria turismo en Guayaquil..... | 70 |
| Figura 25. | Factores que considera importante al momento de escoger una operadora turistica..... | 71 |
| Figura 26. | Medios que se informa nuevos servicios en el mercado..... | 72 |
| Figura 27. | Cuantas veces al año usted toma vacaciones..... | 73 |
| Figura 28. | Cuantos dias descansa usted cuando toma vacaciones..... | 74 |
| Figura 29. | En sus vacaciones usted prefiere quedarse en casa o salir de viaje..... | 75 |
| Figura 30. | Cual es el gasto promedio cuando toma vacaciones..... | 76 |

| | | |
|-------------------|--|-----|
| Figura 31. | Distribucion de la operadora turistica LAIMAR..... | 91 |
| Figura 32. | Punto de equilibrio..... | 155 |

ANEXOS

- Anexo 1.** Guayaquil antiguo, Importancia del Turismo, Turismo en Ecuador, Turismo Fluvial en la ciudad de Guayaquil, Sitio web “Guayaquil es mi destino”, Logo de la Ruta del Pescador.
- Anexo 2.** Ley de Turismo
- Anexo 3.** Encuestas #1
- Anexo 4.** Encuestas # 2
- Anexo 5.** Validacion de la Propuesta
- Anexo 6.** Precios de los paquetes turisticos que ofrecera la Operadora Turistica LAIMAR
- Anexo 7.** Fotos en las instalacion del Terminal Terrestre de Guayaquil con los turistas nacionales y extranjeros encuestados
- Anexo 8.** Ley de Gestion Ambiental
- Anexo 9.** Certificado de la Redacción y Ortografía
- Anexo 10.** Glosario

ÍNDICE DE CUADROS

| | | |
|-------------------|--|----|
| Cuadro 1. | Operacionalización de las variables..... | 14 |
| Cuadro 2. | Beneficios Económico-Social del Turismo | 34 |
| Cuadro 3. | Costos Económicos y Socioculturales del Turismo | 35 |
| Cuadro 4. | Cronograma de actividades del proyecto de titulacion..... | 45 |
| Cuadro 5. | Presupuesto | 46 |
| Cuadro 6. | Edad | 49 |
| Cuadro 7. | Sexo | 50 |
| Cuadro 8. | Nivel de Instrucción academica..... | 50 |
| Cuadro 9. | Turistas Nacionales..... | 51 |
| Cuadro 10. | Turistas Extranjeros..... | 52 |
| Cuadro 11. | Frecuencia de arribo a la Terminal Terrestre de Guayaquil | 53 |
| Cuadro 12. | Trato que recibe el turista | 54 |
| Cuadro 13. | Informacion adquirida | 55 |
| Cuadro 14. | Motivo de visita en Guayaquil..... | 56 |
| Cuadro 15. | Tiempo planificado para quedarse en Guayaquil | 57 |
| Cuadro 16. | Gastos de viajes de los turistas | 58 |
| Cuadro 17. | Inconvenientes con el asesoramiento | 59 |
| Cuadro 18. | Conocimiento de alguna operadora turistica | 60 |
| Cuadro 19. | Utilizacion de una operadora turistica | 61 |
| Cuadro 20. | Necesidad de una operadora turistica | 62 |
| Cuadro 21. | Asesoramiento | 63 |
| Cuadro 22. | Servicio que ofrecera la operadora turistica | 64 |
| Cuadro 23. | Cumplimiento de los servicios que ofrecera la operadora..... | 65 |
| Cuadro 24. | Opciones que les ofrece la operadora turistica | 66 |
| Cuadro 25. | Variedad de servicio | 67 |
| Cuadro 26. | Dinero destinado a pagar por los servicios | 68 |
| Cuadro 27. | Importancia al escoger sel servicico de la operadora turistica | 69 |
| Cuadro 28. | Que dia haria turismo en Guayaquil | 70 |
| Cuadro 29. | Factores que considera importante al momento de escoger una operadora turistica..... | 71 |
| Cuadro 30. | Medios que se informa nuevos servicios en el mercado | 72 |

| | | |
|-------------------|--|-----|
| Cuadro 31. | Cuántas veces al año usted toma vacaciones | 73 |
| Cuadro 32. | Cuántos días descansa usted cuando toma vacaciones | 74 |
| Cuadro 33. | En sus vacaciones usted prefiere quedarse en casa o salir de viaje | 75 |
| Cuadro 34. | Cual es el gasto promedio cuando toma vacaciones..... | 76 |
| Cuadro 35. | Equipos de computación..... | 105 |
| Cuadro 36. | Muebles enseres y equipo de oficina..... | 106 |
| Cuadro 37. | Publicidad..... | 108 |
| Cuadro 38. | Determinación del precio Inversión en activos diferidos | 109 |
| Cuadro 39. | Sueldos y salarios | 109 |
| Cuadro 40. | Servicios básicos y otros gastos..... | 110 |
| Cuadro 41. | Detalle del monto de crédito..... | 156 |
| Cuadro 42. | Descripción de los paquetes turísticos de la operadora turística | 121 |
| Cuadro 43. | Determinación precio de venta | 131 |
| Cuadro 44. | Proveedores | 132 |
| Cuadro 45. | Inversión del proyecto | 136 |
| Cuadro 46. | Cuadro de accionistas | 137 |
| Cuadro 47. | Capital propio | 137 |
| Cuadro 48. | Tabla de amortización | 138 |
| Cuadro 49. | Amortización de activos intangibles..... | 140 |
| Cuadro 50. | Ingresos de la operación del proyecto | 141 |
| Cuadro 51. | Utilidad de ventas | 142 |
| Cuadro 52. | Costos de ventas | 143 |
| Cuadro 53. | Determinación de los costos y gastos | 144 |
| Cuadro 54. | Gasto..... | 145 |
| Cuadro 55. | Presupuesto del personal | 146 |
| Cuadro 56. | Gastos de publicidad..... | 147 |
| Cuadro 57. | Estado de resultado Proyectado | 148 |
| Cuadro 58. | Balance general..... | 149 |
| Cuadro 59. | Proyección de fuentes y usos de fondos | 150 |
| Cuadro 60. | Flujo de caja..... | 151 |
| Cuadro 61. | Punto de equilibrio..... | 151 |
| Cuadro 62. | Punto de equilibrio por paquetes turísticos..... | 154 |
| Cuadro 63. | Costo de oportunidad..... | 156 |

| | | |
|-------------------|----------|-----|
| Cuadro 64. | VAN..... | 157 |
|-------------------|----------|-----|

INTRODUCCIÓN

La esencia del presente estudio radica en la determinación de la factibilidad que pueda existir para llevar a cabo la creación de una Operadora Turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, Provincia del Guayas, y de esta manera conocer la rentabilidad que podría tener esta operadora turística en la instalación de la Terminal Terrestre. El estudio de esta tesis consta con los siguientes capítulos:

En el capítulo I, se crea el planteamiento del problema, aquí se especificó sus causas y efectos, se lo delimito y se establecieron los objetivos de la investigación, hipótesis el por qué se debe efectuar este estudio.

En el capítulo II, trata de la fundamentación teórica; conocimientos teóricos de dicho trabajo investigativo, estado de arte, marco legal en el cual se definirá los requisitos legales que se relación con tema investigado, bases teóricas, marco conceptual.

En el capítulo III tipo de investigación, la misma que es de tipo Explícita y Descriptiva, enfoque de la encuesta, población y muestra, recursos, fuentes, cronograma del estudio, recursos que se utilizaron para la investigación, tratamiento de información, procesamiento, análisis y presentación de los resultados obtenidos en las encuestas a los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la Terminal terrestre de Guayaquil.

Posteriormente en el capítulo IV describe la propuesta del proyecto en base a los resultados obtenidos, para el estudio de factibilidad de la creación de la Operadora Turística.

ca en la Terminal Terrestre de Guayaquil, se detallara los objetivos generales de la propuesta; objetivos específicos de la propuesta.

Se llevó a cabo el estudio normativo y legal, estudio ambiental, el estudio técnico donde estará conformado la operadora turística, un estudio de mercado el mismo que se establecerá base a los estudios previos; estados financieros, monto de inversión; costos, gastos, y sus proyecciones de los ingresos, con este análisis también se determinara los beneficios o pérdidas que se pueda incurrir en la ejecución de dicho proyecto.

Finalmente se presentará su impacto que pueda ocasionar al desarrollo local; conclusiones y sus respectivas recomendaciones luego de la realización del proyecto.

CAPÍTULO I

1.1 TEMA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA EN LA TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL, PROVINCIA DEL GUAYAS.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Durante décadas, el turismo ha sido considerado como un fenómeno económico y social. Desde un enfoque económico, el turismo ha tenido un alto porcentaje de crecimiento en los países que lo practican responsable y sustentablemente, llegando incluso a alcanzar o superar las exportaciones nacionales de petróleo, materias primas o productos industrializados según el caso de cada país, ha sido un gran aliado para ayudar a salir a flote a naciones en recesión o estancamiento económico. Y el descubrimiento de cada vez más destinos turísticos hacen que se pronostique que los ingresos por turismo seguirán creciendo de manera exponencial. (OMT, 2015).

El continente americano ha sido el de más alto crecimiento económico frente al resto de continentes. Aunque aún falta mucho por descubrir y desarrollar turísticamente, este continente ha sabido aprovechar al máximo su potencial turístico.

Actualmente el turismo latinoamericano se ha convertido en una política pública; una prioridad para los gobiernos de cada uno de los países involucrados, tanto en gestión como en presupuesto.

Desde hace años el Ecuador ha sido considerado un destino privilegiado para hacer turismo, debido a sus cuatro regiones naturales con diversidad e identidad propia. Por eso a través del tiempo los diferentes gobiernos de turno han realizado muchos esfuerzos para promover al mundo esta particularidad turística y atraer la inversión extranjera y el aumento de divisas.

La ciudad de Santiago de Guayaquil, situada a orillas del río Guayas, constituye cuna de una población pujante y progresista, que luego de saqueos de piratas, incendios y plagas ha surgido como el ave Fénix, amalgamada por matices culturales, religiosos y naturales. La semilla que germinó en la urbe actual es el actual Barrio Las Peñas ubicado en el Cerro Santa Ana, el más destacado, evoluciona en el Barrio Garay y alcanza su identidad comercial con el Barrio del Astillero.

Guayaquil, cabecera cantonal del cantón homónimo y capital de la provincia del Guayas, se encuentra entre las ciudades más grandes de América Latina. Es una de las ciudades más importantes en el comercio ecuatoriano, con influencia a nivel regional en el ámbito comercial, económico, financiero, político, cultural y de entretenimiento, lo que le ha permitido ganarse el apelativo de “*Capital Económica del Ecuador*”.

La Perla del Pacífico, como es reconocida a nivel internacional está en constante movimiento acelerado de una extensa gama de actividades, tales como industriales, comerciales, artesanales, financieros entre los más destacados, y actualmente las instituciones de gobierno seccional le apuestan a la promoción turística de la ciudad con proyectos tales como “*Guayaquil es mi destino*” en el cual se busca realzar las bondades turísticas y culturales (Anexo 1). Guayaquil, tiene mucho que ofrecer a turistas na-

cionales y extranjeros, de todas las edades y gustos. De manera general Guayaquil tiene atractivos históricos, de entretenimiento y culturales que ofrecer a sus visitantes.

Actualmente no existe un punto de información turístico dentro de las áreas de la Terminal Terrestre de Guayaquil, considérese además que este es un lugar que nunca duerme, y que es visitado a diario por 150.000 personas, de los cuales 90.000 (60%) son viajeros y 60.000 (40%) visitan el centro comercial, se estima que del número de viajeros el 90% de estos realizan viajes por motivos de trabajo, estudios y demás y el 10% son visitantes nacionales y extranjeros, quienes se constituyen en un segmento con demanda de información insatisfecha al no contar con un centro de direccionamiento dentro del Terminal Terrestre de Guayaquil por lo que se ven en la necesidad de recurrir a puntos no especializados de información tales como: guardias de seguridad, otros viajeros, personal del centro comercial del Terminal Terrestres de Guayaquil, etc.

La falta de información turística ocasiona un desperdicio de recursos por visitantes a todos los lugares de riqueza cultural, natural o social en la ciudad, se tiene cerca de un 10% de visitantes, cifra estimada por la Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UESS, 2015), se ve desmotivado y limitado en su estancia en la ciudad atenuando el nivel de competitividad de la ciudad a nivel turístico.

Como parte del problema se debe mencionar que a la falta de un área de comercialización de sus productos (paquetes turísticos) las cooperativas de transporte que operan en la Terminal Terrestre de Guayaquil, que carecen en su mayoría de personal capacitado para dar a conocer las bondades turísticas de la ciudad, no están en capacidad

de hacer conocer el legado cultural de Guayaquil, dejando de crear una imagen positiva del destino.

Se recalca que la M.I. Municipalidad de Guayaquil, conociendo de esta problemática y en conjunto con el proyecto “*Guayaquil es mi destino*” ha ubicado una oficina de promoción turística en el centro de la ciudad.

“Si necesita información turística sobre los atractivos que puede visitar en la ciudad, puede acercarse a las oficinas de la Empresa Pública Municipal de Turismo que trabaja en coordinación con la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, ubicada en la Calle 10 de Agosto y avenida Malecón Simón Bolívar, en el edificio” (Guayaquil es mi destino, 2014).

Este punto de información contribuye pero no merma la pérdida de turistas que llegan a la Terminal Terrestre de Guayaquil y desconocen incluso de este centro de información que es débilmente promocionado en la terminal, aun cuando su administración está a cargo de la Fundación Terminal Terrestre.

De acuerdo al Ministerio de Turismo, el ingreso por esta actividad en el 2014 ascendió a 1086,5 millones de dólares, estableciendo que por vía terrestre el porcentaje de ingreso es el 29%, esto es, alrededor de 315 millones de dólares anuales y de acuerdo al porcentaje por provincias, Guayas estaría afectando al 2% de ingresos, es decir 22 millones de dólares por la falta de información que el turista necesita para poder disfrutar del asueto que se tiene predestinado. (Diario El Universo, 2014).

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo contribuir para que la Terminal Terrestre de Guayaquil cuente con un punto de atención a los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la ciudad para evitar su retorno anticipado a los lugares de origen y lograr con ello disminuir el efecto multiplicador negativo derivados de la disminución de los ingresos del turismo?

1.4 DELIMITACIÓN DE PROBLEMA

En cuanto al área de interés, se enfoca a un sitio diseñado en las instalaciones de la Terminal Terrestre de Guayaquil para los clientes, donde el enfoque es dar información específica de los lugares donde se pueden realizar turismo mediante atención personalizada, formatos de medios de comunicación y demás recursos ubicados en lugares accesibles.

El alcance del proyecto es satisfacer las necesidades del usuario de acuerdo a su percepción razonable, manejar los estándares de calidad, mitigar los riesgos, atraer consumidores, ser aceptado en el mercado, crear fuentes de trabajo y creación de nuevas actividades turísticas.

En la determinación de los límites se considera la probabilidad de éxito la cual se fundamenta en una gestión sostenible con el compromiso de conseguir un servicio de ético, seguro y respetando al medio ambiente y a la sociedad a la que van destinados.

Por otra parte se relaciona el costo beneficio el mismo que mide el grado de desarrollo y bienestar que generara a la comunidad y a la vez se determina los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

También se establece el mandato de la organización que es el acuerdo bilateral entre la operadora turística LAIMAR y los diferentes proveedores sean estos, hoteles, hosterías, clubes, etc., en la cual los proveedores autorizan a la operadora turística actuar en su nombre en cuestiones relacionadas con el proyecto.

Se establecerá también las competencias y especialización de la organización basado en un liderazgo dinámico y visionario y la voluntad para asumir riesgos confiando en las competencias de sus colaboradores.

Se tomará en cuenta la política macroeconómica fundamentando en el crecimiento económico, la inflación y las tasas nacionales de empleo y desempleo del país, con miras a formar parte de las empresas generadoras de fuentes de trabajo.

Como parte del análisis de riesgos y planificación se tomaran en cuenta las variables macroeconómicas como el riesgo país y tipo de cambio, como parte del proyecto se consideraran actividades o planes realizados por otros proyectos/organizaciones ya activos en el medio, también riesgos sociales y ambientales; plazos y sostenibilidad; y, recursos disponibles.

DELIMITACIÓN ESPACIAL

La terminal Terrestre de Guayaquil está ubicada en la intersección de las Avenida Benjamín Rosales y Avenida de Las Américas, entre el Aeropuerto José Joaquín de Olmedo y la Terminal Río Daule de la Metro vía, su edificio principal se llama "Edificio Dr. Jaime Roldós Aguilera".

DELIMITACIÓN TEMPORAL

Las autoras centraron su investigación en las instalaciones de la Terminal Terrestre de Guayaquil, de la Provincia del Guayas en la que pueden sacar provecho a largo plazo a través de la creación de una Operadora Turística para el mercado local guayaquileño y potencialmente atender a las turistas nacionales y extranjeros que requieren de una información adecuada para su estadía en nuestra ciudad. El proyecto tiene un lapso de exploración de conocimientos de seis meses para dilucidar resultados y las conclusiones apropiadas para los turistas beneficiados.

1.5 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Tomando en consideración que el Ecuador es un país que busca potencializar su turismo a nivel mundial como una de las fuentes más importantes de ingreso nacional, es importante contar con profesionales en el área turística cada más preparados para asumir y resolver retos que activen una economía local o nacional si es necesario. Junto con la reactivación de la economía local, el beneficio específico es también para otros involucrados, entre ellos, los mismos turistas que acceden a los servicios de la operadora propuesta.

En la presente investigación se busca además ofrecer una idea innovadora, ya que en el proceso de sustentación teórica no se ha evidenciado un proyecto parecido que busque alcanzar los objetivos del presente trabajo investigativo.

Y para los diseñadores y ejecutores de la propuesta, el beneficio es de carácter profesional porque sirve como oportunidad de aplicación de conocimientos científicos re-

cibidos en las aulas, y por último sirve como idea de negocio digna de ser analizada y adoptada como fuente de ingreso personal.

La meta del presente trabajo es crear un vínculo entre los lugares de recreación y el hombre, para desarrollar así un turismo sostenible.

Una misión adecuada del destino turístico puede facilitar ventajas significativas de los costos de promoción y mercadeo.

Lo que se busca es lograr una competitividad mediante cambio en modelos estratégicos empresariales y públicos siendo estos (precios y paquetes promocionales contra precios y paquetes reales; como, el conocimiento del manejo adecuado de los destinos turísticos.

La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.

“La Comisión de la OTM para las Américas en su 60ª reunión ha indicado que Ecuador tiene una historia exitosa en el sector turístico, es un país en el cual el turismo sostiene a muchas familias y se han comprometido a trabajar en conjunto con la OMT, a fin de apoyar a Ecuador en el proceso de planificación para la rehabilitación de un turismo sostenible en la costa ecuatoriana y la promoción turística en la región.”

Además, subrayaron su absoluta confianza en la recuperación de Ecuador y en el desarrollo turístico, afirmando que Ecuador continuará creciendo con mucho éxito co-

mo importante destino de las Américas y mantendrá al turismo como fuente principal para el desarrollo del país.

1.6 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

En el centro Comercial de la Terminal Terrestre de Guayaquil no se cuenta con una Operadora Turística que sirva de guía para poder tener actividades de ocio en la ciudad de Guayaquil, es así que al llegar los visitantes/turistas, desconocen la manera de obtener información de cómo llegar a los diferentes lugares para visitar la ciudad, como también se desconoce lugares de hospedaje, restaurantes y demás centro de turismo.

¿Cómo influye la insuficiencia de información turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil?

¿De qué manera incide la carencia de una Operadora Turística adecuada en la comercialización de paquetes turísticos?

¿Cómo afecta al visitante o viajero el escaso conocimiento de estrategias para optimizar su producción?

Actualmente la Terminal Terrestre no cuenta con un servicio de una Operadora Turística que satisfaga la necesidad de información a los turistas y de mantenerse esta situación en el mediano plazo los turistas que arribaren y retornen a sus terruños contarán sus experiencias sobre la deficiencia de la citada terminal terrestre de contar con guías turísticos – de carácter privado- y con ello se perdería el gran potencial de nuevos turistas que arribarían a la ciudad de Guayaquil para vivir las mismas experiencias que sus familiares y amigos.

1.7 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 OBJETIVO GENERAL

Estudiar la factibilidad técnica-financiera para la creación de una operadora turística que brinde y preste servicios a los turistas nacionales y extranjeros que arriban por la Terminal Terrestre de Guayaquil.

1.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir el marco teórico que sustente la creación de una operadora turística.
- Idear un marco metodológico para la obtención de información que permita determinar niveles de demanda y precios.
- Analizar la factibilidad financiera de la creación de una operadora turística.

1.8. IDEAS A DEFENDER

- La creación de una Operadora Turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil contribuye a la prestación de servicios a los turistas nacionales y extranjeros brindándoles informada adecuada.
- La definición del marco teórico permite abordar la estructura del estudio técnico y financiero que sustente la creación de la operadora turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil.
- La elaboración del marco metodológico permite conocer los tipos de turistas que arriban a la ciudad de Guayaquil y con ello determinar la demanda y la oferta de paquetes turísticos.

- El análisis financiero permitirá determinar la factibilidad de la creación de la Operadora en beneficio de los turistas nacionales e internacionales brindándoles información y constituyéndose en potenciales clientes a ofertarles los paquetes turísticos.

1.9 IDENTIFICACION DE LAS VARIABLES

1.9.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Cuadro 1. Operacionalización de las variables

| Variable | Tipo | Concepto | Dimensiones | Indicadores |
|---|---------------|--|--|--|
| Estudio de factibilidad económico, financiero y técnico | Independiente | Factibilidad económica Evaluación que demuestre que el negocio puede ejecutarse y mantenerse, mostrando los resultados como parte de una planeación que involucra una permanente rentabilidad. | Ventas Costos y gastos de operación Utilidad a distribuir Punto de equilibrio | Las ventas quinquenales superan los \$ 5'500.000=. Los costos de ventas más los gastos de operación no exceden los \$ 5'300.000=. La utilidad a distribuir en el quinquenio supera el 4%. El punto de equilibrio se alcanza con ventas medias ponderadas inferior a 260 unidades. |
| | | Factibilidad Financiera Identifica y mide cuáles son las posibilidades reales que tiene un proyecto de estar a flote y de generar, desde la perspectiva financiera, riqueza. | Rentabilidad sobre el capital propio. Valor actual neto Tasa interna de retorno | La rentabilidad anual supera el 100% del capital propio. El VAN supera los \$ 100.000= La TIR supera el 60%. |
| | | Factibilidad Técnica Estudia los procesos tecnológicos, de infraestructura y geográfica, aplicada a proyectos nuevos basados en la evaluación de los recursos disponibles en base de la experiencia del proyectista y de los recursos financieros del inversionista. | Localización | La operadora turística arrendará un local ubicado en el lado A de la planta baja de la Terminal Terrestre de Guayaquil. |
| Creación de la Operadora Turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil. | Dependiente | Empresa que oferta paquetes y servicios a los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la ciudad de Guayaquil a través de la Terminal Terrestre con la finalidad de satisfacer sus necesidades de información y prestación de servicios turísticos. | Prestación de servicios turísticos. | Más del 40% de los turistas que arriban a la ciudad de Guayaquil a través de la Terminal Terrestre utilizan los servicios de la operadora turística. |

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 ESTADO DEL ARTE

2.2.1 INTRODUCCIÓN

En el desarrollo de su tesis Benalcázar & Ramírez (2010), plantean que un turista nacional o extranjero que esté pensando en visitar la ciudad de Guayaquil, en plan de turismo, se hace, entre otras, las siguientes preguntas: ¿El sitio a visitar reúne las comodidades para un placentero descanso y/o diversión? ¿En qué lugar me hospedaré? ¿El lugar seleccionado cuenta con los servicios básicos? ¿Qué costos se manejan? ¿Cuál es la accesibilidad y comunicación? (BENALCÁZAR & RAMÍREZ, 2010).

Estudios recientes de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil (2015) sobre el turismo que se genera en la ciudad y las oportunidades de desarrollo que esto representa han llevado a la creación de nuevos canales generadores de esta actividad como lo es ahora los cruceros, en donde ya se han iniciado gestiones de operadoras para impulsar la identidad cultural de la ciudad.

“El 71% de los turistas llega a la Guayaquil por iniciativa propia.... El 98% de los turistas encuestados aseguran que recomendarían a Guayaquil como un destino turístico”. (M.I. Municipalidad de Guayaquil, 2015).

acuerdo a estudio realizado por Oleas Cabañilla (2014) se busca la factibilidad de implementar una empresa especializada en la guianza turística en la ciudad de Guayaquil, quien luego de realizar los estudios pertinentes determinó la necesidad y factibili-

dad de emprendimientos similares, con el sustento de valores culturales de la ciudad así como profesionales (Oleas Cabanilla, 2014).

Un aporte importante proporcionan Barreno y Bautista (2015) con su análisis del impacto económico y social del turismo voluntario en Guayaquil, que básicamente se enfoca en el aporte de personajes extranjeros lo cual paradójicamente es atractivo para personal nacional y es interesante para los voluntarios de otros países, lo cual representa un incremento de visitas turísticas sin realizar una importante inversión. (Barreno Mora & Bautista Guaranda, 2015).

Se destaca además el interés del Gobierno provincial en promover el turismo local no solo en la ciudad de Guayaquil sino además hacerlo extensivo a los demás cantones, es así que en el 2012 Santana, con el auspicio de la Gobernación realizó un análisis de factibilidad de desarrollo de un destino turístico comunitario a la Comuna “*Cerrito de los Morreños*” con el objetivo adicional del desarrollo de esta población generando empleo y atrayendo el turismo para dinamizar la economía de la comuna. (Santana, 2012).

La Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UESS) en convenio con autoridades locales, luego de realizar estudios de evaluación de movilidad turística determinan que el 54% de los turistas que llegan a la ciudad son extranjeros y el 46% de otras partes del país, de los cuales el 71% llega por iniciativa propia con una estadía promedio de cinco días. (UESS, 2015).

El énfasis en el fomento del turismo lo realizan también los sectores hoteleros quienes contribuyen mediante patrocinio a proyectos como los municipales y del Ministerio

de Turismo, ya que el incremento en la afluencia turística representa también una reactivación en el mercado hotelero.

“Tenemos que poner a Guayaquil en el mapa, con mejor nivel de jerarquía de visita para que se vuelva competitivo. Va bien, pero le hace falta lo que están armando el Municipio y este Ministerio para apoyar el desarrollo de la ciudad”. (Tamariz, 2014)

El uso de canales de información está direccionándose además a la tecnología móvil, dado a que la tenencia de estos dispositivos tiene una importante participación en la ciudad, por ello Ramírez en estudios investigativos y de desarrollo busca fusionar la tecnología celular para la promoción de la ciudad en el estudio *“Guía de información turística para la ciudad de Guayaquil por medio de un dispositivo Blackberry”* (Ramírez Araujo & Benalcázar Moncayo, 2010).

En estudios paralelos se busca promover el desarrollo de comunidades aledañas a la ciudad dato que los turistas arriban en su mayoría por la TTG y tienen opciones turísticas cercanas, como es el caso de la Isla Santay. Hidalgo, Villafuerte y Ortiz (2015) proponen un *“Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para el área nacional de recreación Isla Santay en Ecuador”* lo cual en congruencia con la propuesta de la Gobernación con su proyecto en El cerrito de Los Morreños considera a Guayaquil un potencial apalancador turístico para la provincia (Hidalgo, Villafuerte Muñoz, & Ortiz Novillo, 2015).

Finalmente, y con una estrategia agresiva de posicionamiento turístico, cultural e inclusive gastronómico de la ciudad, en el 2014, la M.I. Municipalidad de Guayaquil a

través de la Empresa Pública Municipal de Turismo y promoción Cívica organiza ferias gastronómicas conocidas como “*Huecas*” consideradas Destino turístico de Guayaquil, obteniendo una masiva acogida por la población local y externa. (Alcaldía de Guayaquil, 2015)

Para respaldo estadístico de la información presentada se muestra el crecimiento del turismo mundial a través de los años y las proyecciones para los próximos años (OMT, 2015):

La llegada de turistas internacionales a escala mundial ha pasado de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 527 millones en 1995 y 1.133 millones en 2014. De forma análoga, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han pasado de 2.000 millones de dólares de los EE.UU. en 1950 a 104.000 millones en 1995 y 1.425.000 millones en 2014.

En 2015, está previsto que el crecimiento siga a un ritmo sostenido de entre el 3% y el 4% a escala mundial.

Por regiones de la OMT, las mejores perspectivas para 2015 corresponden a las regiones de Asia y el Pacífico y las Américas (ambas entre +4% y +5%), seguidas de Europa (entre +3% y +4%). En África (entre +3% y +5%) y Oriente Medio (entre +2% y +5%), las perspectivas son positivas, pero más inciertas e inestables.

Ahora, desde un punto de vista social, el turismo ha servido para enriquecer y diversificar las culturas de cada país así también como para generar e incrementar más fuentes de trabajo que mejoren los ingresos y calidad de vida de los habitantes que hacen del turismo su forma de vida. (OMT, 2015).

En la actualidad, más de mil millones de turistas atraviesan las fronteras internacionales cada año. Estos millones de turistas han hecho del turismo un sector económico de primera dimensión que aporta el 10% del PIB mundial y el 6% del total de las exportaciones, estas cifras reflejan el potencial del turismo y su capacidad para hacer frente a algunos de los desafíos más imperiosos del mundo actual como lo son el desarrollo socioeconómico, el desarrollo inclusivo y la conservación del medio ambiente.

La industria de los viajes y el turismo es la tercera industria más grande del mundo, esta industria emplea a seis veces más personas que la fabricación de automóviles, cinco veces más que la fabricación de productos químicos y cuatro veces más que la minería.

Es una industria grande que crea empleo y genera prosperidad y que sigue creciendo de forma sostenible, en resumen se trata de un crecimiento económico y creación de empleo.

Para los próximos años se tratará al turismo como un enfoque de coalición dentro de la industria para trabajar por un bien común.

En el 2014, el continente americano recibió 13 millones más de turistas internacionales que el resto del mundo, y elevando a 181 millones el total de llegadas.

Los ingresos por turismo internacional en la región continental llegaron a los 274.000 millones de dólares lo que significa un incremento del 3% en términos reales.

La región incrementó su cuota de llegadas mundiales hasta un 16%, mientras que su cuota de ingresos ascendió hasta el 22%.

El crecimiento de la región lo lideró América del Norte (+9%), responsable de dos tercios de las llegadas internacionales de las Américas, gracias sobre todo a la escalada de las llegadas a México (+20%) y los fuertes resultados de los Estados Unidos (+7%), el principal destino de la región y el segundo mayor del mundo.

Las llegadas a América del Sur aumentaron un 5% en 2014, gracias al empuje de Argentina (+13%), Ecuador (+14%) y Colombia (+12%), mientras Paraguay (+6%), Chile (+3%) y Perú (+2%) crecían a un ritmo más moderado.

Cabe indicar que de acuerdo a la economía emergente que han sufrido los países latinoamericanos, se crea el incentivo de visitar lugares inhóspitos, distintos y exóticos, que provocan el surgimiento de nuevos destinos turísticos en América del Norte y esto se traduce en un aumento del turismo internacional no solo entre continentes, sino más bien en un crecimiento de turismo interno y de turistas provenientes del mismo continente y de países vecinos.

Si bien es cierto hay muchos países que se mantienen desde décadas en el posicionamiento del turismo internacional, aún quedan en Latinoamérica países con gran potencial de desarrollar, gestionar y promover. Son cinco los países más destacados en promoción turística, por su innovación y su crecimiento turístico, ellos son: Brasil, México, Perú, Panamá y Colombia. (OMT, Web oficial, 2015)

Gracias al desarrollo de destinos turísticos se están construyendo cimientos que no se basan en copiar ideas y conceptos, ni se sostienen en la creación de tangibles e in-

tangibles, sino más bien en bases propias que se han realizado con el tiempo, los medios y los conocimientos necesarios para la construcción de este sector económico importante en un país, llevando a cabo mediante labores, predisposición y objetivos del gobierno, la colaboración de la empresa privada, el trabajo en equipo de la empresa pública con la privada, con el objetivo de obtener grandes recompensas inmediatas y grandes recompensas a futuro si todo está bien gestionado.

La historia de la evolución del turismo en el Ecuador se desarrolló en 1930 en el gobierno de Isidro Ayora, quien crea un reglamento para el ingreso de viajeros al país, y al mismo tiempo mediante delegaciones crea promociones e informaciones turísticas en embajadas y consulados. Luego en el gobierno del general Alberto Enríquez Gallo (octubre 1937 – agosto 1938) se dicta la Ley de Turismo, que consistía en la entrega de una cedula a los visitantes que le permitían movilizarse libremente dentro del país, y a la vez tenían muchos beneficios como exoneraciones tributarias en hoteles y posadas (Ricit, 2012, p. 19).

En 1940 empieza la operación en las líneas aérea domestica con la empresa Sociedad Ecuatoriana Alemana de Transportes Aéreos conocida como SEDTA, ofreciendo vuelos entre las ciudades de Guayaquil y Cuenca, bajo el slogan: “*La ciudad ha empezado a gozar de este gran servicio, y con la cooperación y entusiasmo de sus habitantes anotaremos cifras. Vuele usted por el hermoso cielo ecuatoriano*”. Los aviones operados por esta empresa aterrizaron en Cuenca guiados solamente como se hacía en la época: por la frecuencia de las radios, a falta de radares de alta tecnología. SEDTA, fue una subsidiaria de la Deutsche Lufthansa, aerolínea alemana que desde su fundación en 1926 acaparó el mercado alemán convirtiéndose en un negocio muy rentable. (DIARIO EL TELÉGRAFO, 2015)

Años más tarde, en 1947, aparece otra gran empresa, que sería la primera empresa en realizar vuelos entre Quito, Loja, Cuenca, Guayaquil, Manta y Esmeraldas fue Panagra la cual inició promocionando un paquete turístico de 21 días por Sudamérica, logrando incluir al Ecuador dentro de este. PANAGRA a través de formación y experiencia, logró impulsar la idea de ciertos empresarios hacia la creación de la primera agencia de viajes en el Ecuador, llamada Ecuadorian Tours. (YUVI, 2008)

Desde esa fecha a la actualidad muchas otras empresas turísticas han surgido y con ellas la necesidad del apoyo de otras industrias relacionadas al turismo como alimentación, movilización, seguridad, hospedaje. Y también fueron apareciendo empresas que se dediquen a la logística de coordinar que estos servicios adicionales estén a disposición del turista en el momento preciso que los necesite, por lo cual surgieron las operadoras de turismo.

Cifras más recientes que se tiene de la evolución económica del turismo en Ecuador, indican que en el 2008, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los 924 millones, 16 millones más que en el 2007, lo cual representó un 2% de crecimiento. (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2014)

Entre las principales motivaciones de los turistas para venir a visitar el Ecuador están: visitar lugares como Galápagos, Quito, la selva o la Ruta del Sol (en la provincia de Santa Elena), llegar a campeonatos de surf, convenciones religiosas, eventos específicos o simplemente incluyen al país en su ruta de paso al hacer turismo por Sudamérica. (DIARIO EL UNIVERSO, 2014)

El gobierno nacional a través de las entidades gubernamentales competentes en tema de turismo, ha planteado varios proyectos, planes maestros que buscan entre objetivos, descubrir nuevos lugares dignos y promocionar nacional e internacionalmente, identificar problemas y soluciones en servicios e infraestructura para ofrecer la mejor calidad a turistas, Crear una cultura e identidad nacional de “Ecuador Potencia Turística”, entre otros.

La entidad rectora del turismo en Ecuador, es el Ministerio de Turismo. En su portal oficial (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2015) indica cinco pilares de gestión turística, como parte del Plan Estratégico para convertir al país en “Potencia Turística”, plan que es incluido en el Plan Nacional del Buen Vivir para el periodo 2013 -2017, como un sector estratégico para atraer inversión extranjera y reforzar el cambio de la matriz productiva.

En la siguiente figura se presentan los cinco ejes que forman parte de este Plan Estratégico, y que están en relación de acción-reacción, son: seguridad, calidad, destinos y productos, conectividad y promoción.

Figura 1. Cinco pilares de Gestión Turística



Es así que, por ejemplo, las acciones para reforzar y promocionar la seguridad policial, la atención médica, el hospedaje, generarán confianza en los turistas que estén motivados en visitar nuestro país.

Acciones para mejorar la calidad de servicios, alimentos, conocimiento, generará fidelidad en el turista.

El descubrimiento e innovación de nuevos destinos, productos y servicios turísticos ampliará la oferta turística y generará un turismo consciente. El aumento de la conectividad entre rutas terrestres, telefonía, internet, compras por internet, generará eficiencia en la prestación de servicios turísticos.

La diversificación y masificación de campañas promocionales y publicitarias a través de los medios de comunicación, ferias, eventos, congresos, programas, generará el aumento de la demanda de los turistas.

Al respecto, el país cuenta con una agenda propia que incluye ferias y eventos en: dentro del país, países vecinos, Latinoamérica, EEUU y Canadá, Europa, Asia y otros. (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2015)

La actividad turística en el Ecuador genera 405.820 mil fuentes de trabajo directas e indirectas en las áreas de alojamiento y servicios de alimentación, de acuerdo con los resultados de las Encuestas Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo en el Ecuador, INEC 2015. De esta cifra, 272.808 son mujeres y 133.012 son hombres. (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2015).

2.2.1.1 TURISMO EN GUAYAQUIL

Empezando desde la historia de sus orígenes, es posible realizar un recorrido por Guayaquil Antiguo, envuelto en aventuras que involucran su fundación por parte de los españoles, incendios, refundación, asentamiento definitivo, caciques insignia de la ciudad, poetas ilustres, héroes de la independencia, muestras fotográficas. Todo aquello se puede encontrar en los museos y biblioteca de la ciudad.

Luego se puede disfrutar de toda una infraestructura actual de centros comerciales, malecones al pie del Salado, subidas a cerros Santa Ana y del Carmen, paseos dirigidos al interior del casco comercial, paseos fluviales.

A lo anterior no puede faltar el disfrute de toda una industria gastronómica diversa como sus habitantes, ya que como toda ciudad cosmopolita, en Guayaquil hay habitantes de casi todas las provincias del Ecuador lo que ha venido a enriquecer su cultura y gastronomía apetecida por propios y extraños.

Para preservar y fortalecer la imagen de la ciudad, y al igual que lo ha hecho a nivel nacional, el Gobierno Nacional posee también proyectos para potencializar los atractivos turísticos de Guayaquil y sus alrededores.

Una muestra de ello, es el de promover el turismo en el Golfo de Guayaquil, considerado un “*tesoro turístico*”, a través de la campaña “*Turismo en el Golfo*”, que entró en funcionamiento el 25/07/2015, ya que en él se puede apreciar entre otros entretenimientos: rutas fluviales, observación de delfines, aves y paseos por comunidades de pescadores. Este proyecto beneficiará también a poblaciones cercanas a Guayaquil co-

mo: Durán, Isla Santay, Balao, Posorja, entre otros. (AGENCIA PÚBLICA DE NOTICIAS DEL ECUADOR Y SURAMÉRICA, 2015).

El objetivo principal de esta campaña consiste en recuperar la navegación del río Guayas, desde un punto de vista turístico y ampliar para la ciudad de Guayaquil un destino adicional a su portafolio de destinos turísticos, para los turistas nacionales y extranjeros. El Golfo de Guayaquil es el principal fenómeno geográfico de la costa del Pacífico sur y uno de los más importantes sistemas hídricos del Pacífico Sur del Continente. (MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, 2015)

Cabe resaltar que este proyecto emblemático de la ciudad, es el resultado de una combinación de esfuerzos inter institucionales entre el Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, Empresa pública de Parques Urbanos y Espacios Públicos, Ferrocarriles del Ecuador y la Comunidad de San Jacinto de Santay.

Los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la ciudad de Guayaquil en busca de este y otros atractivos turísticos, de forma general buscan entre otros aspectos, un equilibrio razonable entre costos y calidad en los servicios de: seguridad, hospedaje, movilización, alimentación, información de interés y guía en paseos turísticos.

Pero al momento de ofrecer esos servicios en la ciudad, surgen ciertos problemas que dificultan que los mismos lleguen de la mejor calidad al turista consumidor.

En la actualidad se puede verificar que los usuarios de un celular Black Berry son cada vez menos, puesto que la tecnología Android le ha arrebatado muchos espacios, lo que dificultaría la aplicación de dicha propuesta.

Este análisis lleva a tomar muy en cuenta el uso de la tecnología sustentable en la presente propuesta, para que con el pasar el tiempo y el surgimiento de nuevas tendencias, la misma no quede desactualizada, sin uso y sin beneficio.

Al respecto, vale mencionar también que ya existen en el mercado tecnológico varias aplicaciones móviles para diferentes tipos de celulares que se pueden descargar de manera gratuita de los portales de las empresas que las promueven.

Ejemplo de ello es la aplicación móvil promocionada por la M.I. Municipalidad de Guayaquil, donde se puede encontrar información básica y actualizada de los puntos turísticos con los que cuenta nuestra urbe.

Aun así, esta aplicación queda debiendo extensa información y servicios necesarios para el turista nacional o extranjero en lo referente a la manera más cómoda y segura de movilizarse, pasear y hospedarse dentro de la ciudad. Existen otros estudios que analizan rutas turísticas importantes aún sin mucha promoción ni empuje. Ejemplo de ello es la ruta del pescador que inicia en el cantón Guayaquil y recorre varios puntos en la vía a la costa: Puerto Hondo, Bosque Protector, Cerro Blanco, Parque El Lago, y continúa por varios destinos turísticos conocidos por ser netamente de pescadores como: Balneario Villamil Playas, Puerto Engabao, Playa El Pelado, etc. MANZUR, (2012).

En este recorrido, (MANZUR, 2012) notó los siguientes problemas:

Falta de capacitación a comuneros locales en temas turísticos, siendo superados por empresarios del entorno de la ciudad que promueven esta ruta y se benefician de ella por contar con más recursos operativos para ello.

Falta de promoción de operadores turísticos locales entre los turistas nacionales y extranjeros, aunque de alguna manera el Gobierno Provincial del Guayas les ha dado su apoyo promocional y económico para desarrollar esta ruta como fuente de ingresos para los comuneros que la habitan y hasta hacen una mención de ella en el portal web Guayas Turístico que promueven. (PREFECTURA DEL GUAYAS, 2015)

Y por último señalan que también existe falta de información escrita y publicitaria que promueva la ruta: folletos, mapas turísticos, así como stands informativos en centros comerciales.

Como propuesta de solución al problema detectado, el autor plantea la creación de una operadora turística de nombre “*Playas Touring*” que ofrecería diferentes tipos de paquetes turísticos (MANZUR, 2012) con costos accesibles para los usuarios. Además presenta todos los requisitos y recursos necesarios para la creación y correcto funcionamiento de la operadora turística y es aquella información válida para el desarrollo del presente proyecto.

Cabe resaltar que las entidades gubernamentales tanto locales como nacionales están muy interesados en promover el turismo nacional en sus diferentes formas a través de la difusión de información como el apoyo a iniciativas de emprendimientos que refuercen sus esfuerzos en este aspecto y esto será tomado como una gran oportunidad a aprovechar.

2.3. EMPRENDIMIENTO

Schumpeter percibía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones, “la función de los emprendedores es refor-

mar o revolucionar el patrón de la producción al explorar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico del hombre que intenta producirlo”.

El sector turístico es una de las puntas de lanza de la economía, pese a su carácter tradicional, no podía quedar apartado de la senda del emprendimiento y la innovación.

Los recursos turísticos dan cuenta de un lugar, objeto o acontecimiento que podría brindar experiencias únicas para los turistas nacionales y extranjeros que arriban en la Terminal Terrestre de Guayaquil, el emprendimiento puede hacer uso de un conjunto de recursos turísticos y ofrecer un itinerario en el marco de la estadía en la ciudad de Guayaquil; por ejemplo el emprendimiento podría brindar el asesoramiento e información de los distintos lugares turísticos que tiene la ciudad de Guayaquil, la degustación de platos típicos, observación de la naturaleza, entre otros.

Sitios naturales, agrupan diferentes áreas naturales que por sus atributos son considerados parte importante del potencial turístico, como locaciones para practicar diversas actividades según su perfil.

Acontecimiento, programas, en los cuales agrupan eventos organizados actuales o tradicionales, que atraen a los turistas nacionales o extranjeros como espectadores.

Tradiciones como las costumbres, leyendas, arte y gastronomía de la ciudad de Guayaquil, que los turistas nacionales y extranjeros desconocen.

2.4. NICHOS DE MERCADO

Según, (Philip Kotler), es un grupo con una definición más estrecha que el segmento de mercado, por lo regular es un mercado pequeño cuyas necesidades no están siendo bien atendidas, *“los clientes que constituyen el nicho tienen un conjunto de necesidades, en alguna medida, singular y complejo; están dispuestos a pagar un servicio de aquella empresa que mejor satisfaga sus necesidades, si el practicante del mercadeo que trabaja con nichos pretende obtener el éxito, tendrá que especializar sus operaciones, de lo contrario a otros competidores les resultara fácil atacar al líder del nicho”*.

Es un pequeño segmento del mercado en el cual los turistas nacionales y extranjeros, tienen características y necesidades homogéneas que no están siendo satisfechas por el mercado, es decir una pequeña parte de la población con intereses distintos a los del resto de la sociedad, esto representa una oportunidad de explorar ese segmento del mercado con un productos o servicio innovador que satisfaga las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros que arriban en la Terminal Terrestre de Guayaquil.

De acuerdo a la tendencia turística y las potencialidades de desarrollo en la ciudad de Guayaquil, se han identificado 4 nichos turísticos como son el Parque Samanes, Parque Histórico, Jardín Botánico, Malecón del Salado.

Para poder llevar a cabo el desarrollo de oportunidades en el turismo, los actores y empresarios de la Región han manifestado los siguientes requerimientos:

Mayor interés, compromiso y acciones concretas relacionadas con la actividad turística de las autoridades regionales y provinciales, expresado en:

Planificación territorial y ordenanzas municipales que regulen el sector turístico - incluyendo el control sobre los asentamientos humanos ilegales, la basura y vandalismo de sitios naturales y patrimoniales.

Seguridad de las inversiones privadas a largo plazo, con leyes y políticas claras y sanciones efectivas.

- Mejoramiento de infraestructura vial y señalización.
- Fiscalización de calidad y precios de servicios turísticos.
- Información turística online a través de los sitios web de las municipalidades y presencial por medio de oficinas en cada Municipalidad.
- Generación de mayores fondos de financiamiento dirigidos a emprendimientos turísticos.
- Desarrollo de una identidad turística, a nivel regional.
- Puesta en valor y conservación de los atractivos naturales y culturales de la región.
- Difusión y posicionamiento turístico de los destinos y ofertas turísticas.
- Educación ambiental para promover la identidad local y la valoración del patrimonio regional.

- Mayor esfuerzo y recursos del sector privado dirigido a: creatividad e innovación en el desarrollo y promoción de sus ofertas turísticas.

2.5 MARCO LEGAL

El marco legal muestra los fundamentos sobre las cuales los organismos definen y establecen la magnitud y el entorno los temas concernientes con la honestidad de la misma, es menester indicar que para la investigación se debe contemplar El “*Proyecto de Ley Orgánica del Turismo*” que tiene como objetivo crear un marco legal que permitirá la organización y funcionamiento del Sistema Nacional de Turismo. La actividad turística cumple un papel protagónico y estratégico para la diversificación socioeconómica y del desarrollo sustentable y sostenible del Ecuador y facilitará el desarrollo del turismo mediante una debida coordinación entre los sectores inmersos, cuyo accionar privilegiara la protección de los derechos del buen vivir. Asamblea Nacional Proyecto de Ley Orgánica de Turismo publicada en el Registro Oficial No. 733 de 27 de diciembre del 2002).

En la actualidad las disposiciones legales que regulan la conformación y gestión de entes turísticos se fortalecen en pro de potenciar esta actividad considerando la riqueza económica que representan las actividades turísticas.

El artículo 54 de la citada ley prescribe que el Ministerio de Turismo en aplicación de las políticas nacionales y sectoriales de desarrollo territorial en el ámbito turístico, respetando los derechos de la naturaleza y la promoción de un turismo, será el organismo competente para declarar, con sujeción al Plan Nacional de Desarrollo, las zonas o regiones deprimida con potencial turístico, y en general identificar, aquellas que me-

rezcan especial acceso a los incentivos reconocidos por esta ley, su Reglamento y en general otros cuerpos legales que reconozcan incentivos de cualquier otra naturaleza a favor del sector.

Por otro lado, la Fundación Terminal Terrestre de Guayaquil, administradora de la Terminal Terrestre de Guayaquil Jaime Roldós Aguilera, cuya misión es la de “*facilitar una experiencia integral de viajes y compras con calidad, calidez y economía*”. Con la visión de ser en corto plazo una de las mejores de América con un modelo de autogestión. (TTG, 2015).

“La FUNDACIÓN TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL, es una persona jurídica, sin fines de lucro, de acción social y cívica, cuyo objeto consiste, principalmente, en la administración, transformación y mejoramiento de la Terminal Terrestre de esta ciudad” (TTG, 2015)

2.6. BASES TEÓRICAS

2.6.1 Concepto y definiciones

Definir el concepto de turismo ha sido todo un proceso de desarrollo de pensadores que se remonta al año 1942 cuando los profesores de la Universidad de Berna, W. Hunziker y K. Krapf, definían el turismo como:

“La suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”. (HUNZIKER & KRAPF, 1942).

Este concepto ha ido evolucionado a través de la historia hasta llegar a la definición más aceptada en la actualidad y proporcionada por la Organización Mundial de Turismo:

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.” (OMT, Collection of tourism expenditure statistics, 1995)

Con el pasar del tiempo, el turismo se ha vuelto para ciertos países sobre todo los no petroleros, en una política de estado que han ido desarrollando y potencializando a nivel mundial.

Para operar comercialmente el turismo nacen las agencias de viajes, y como consecuencia de estas, surgen las operadoras turísticas diferenciándose la una de la otra.

Teniendo entonces como agencias de viajes como tiendas minoristas en donde su labor está vinculada con la venta de pasajes o boletos recibiendo una comisión entre el 8 y 10%.

Un Operador Turístico es una compañía mayorista que se encarga de la contratación de los servicios de alojamiento, restaurantes, transportación y los vende al viajero en varias ocasiones armando paquetes vacacionales.

2.6.2 Ventajas y Desventajas

Por otro lado, hay autores que hacen varios análisis respecto a la evolución del turismo a nivel mundial, por ejemplo, (JAFARI, 2005) en la revista especializada Política y Sociedad del Departamento de Turismo de la Universidad de Wisconsin-Stout realiza un análisis del turismo a nivel mundial en los ámbitos económico y sociocultural.

En el cuadro # 2 se presentan los beneficios económicos y sociales del turismo según Jafari (2005) .

Cuadro 2. Beneficios Económico-Social del Turismo

| Beneficios Económicos | Beneficios Socioculturales |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> * Crea empleo <li style="padding-left: 20px;">A tiempo completo <li style="padding-left: 20px;">Estacional <li style="padding-left: 20px;">A tiempo parcial <li style="padding-left: 20px;">Baja cualificación * Genera divisas * Usa la infraestructura existente * Usa productos locales * Facilita el desarrollo económico * Complementa otras actividades económicas * Tiene efectos multiplicadores | <ul style="list-style-type: none"> * Mejora la educación * Promueve el entendimiento internacional y la paz * Puede reducir <li style="padding-left: 20px;">Barreras lingüísticas <li style="padding-left: 20px;">Barreras socioculturales <li style="padding-left: 20px;">Barreras raciales <li style="padding-left: 20px;">Barreras políticas <li style="padding-left: 20px;">Barreras religiosas * Refuerza el mantenimiento de la cultura y el patrimonio * Promueve el cosmopolitismo y la participación en la comunidad global * Mejora la apreciación de la cultura propia |

Fuente: (JAFARI, 2005)

Asimismo, Jafari refiere que todo beneficio trae consigo un costo que asumir, clasificando tales costos como de carácter económico y socio-culturales y que se presentan en el cuadro # 3:

Cuadro 3. Costos Económicos y Socioculturales del Turismo

| Costes Económicos | Costes Socioculturales |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> * Causa inflación * Aumenta importaciones superfluas * Crea estacionalidad y contribuye al desempleo * Susceptible a cambios, rumores, epidemias, fluctuaciones económicas * Desarrollo desequilibrado * Dependencia exterior * Crea efectos de demostración * Destruye recursos y crea polución visual | <ul style="list-style-type: none"> * Contribuye a crear barreras de comunicación * Genera estereotipos * Puede inducir xenofobia * Polución social * Mercantilización de comunidades y de su cultura, religión, artes y demás * Debilita la estructura familiar * Contribuye a la prostitución * Puede incrementar la delincuencia * Puede generar conflictos en ls comunidades de acogida |

Fuente: (JAFARI, 2005)

2.7 ECUADOR: OPERACIÓN TURÍSTICA

Lo que se busca es emprender en un breve, aunque objetivo, diagnóstico de la actividad turística ecuatoriana; en consecuencia, intentando sacar a la luz errores cometidos en el desarrollo de este renglón productivo; evidenciar aquellos problemas actualmente enfrentados sin aparente final, algunos; y peor todavía, no asumidos con el conocimiento requerido por su importancia en la economía turística nacional.

También se expresan conceptos de forzosa y necesaria aplicación a nuestra realidad, los cuales van a exigir, constantemente, a lo largo de su redacción, una reiterativa conjugación, en los diferentes tiempos y modos del verbo “*deber*”, como sinónimo de obligatoriedad, apremio, necesidad, insuficiencia o compromiso; requerimientos demandantes de la recuperación de una memoria perdida, dispersa en el colectivo gremial.

Sin embargo necesaria para la sana operación turística con sus viejas y nuevas deudas y obligaciones, no solo las estatales, sino que las suyas propias, personificadas en cada uno de los bienintencionados gremios, y, además, en los entes formadores; no hay otro afán que el de extraerlas del conocimiento subconsciente, encauzándolas hacia su evaluación consciente, a su proyección hacia el plano productivo, redituable; y, en esencia, llevan el ánimo de evidenciar problemas que nadie parece atisbar, pues, tenemos en el *turismo la enorme oportunidad de mejorar las condiciones de trabajo de la población, y por lo mismo las económicas.*

Todo esto sin necesidad de pasar sobre los derechos de nadie, como suele suceder en otros procesos productivos, especialmente los de alta rentabilidad. Con las presentes manifestaciones se pone de relieve aquella necesidad de un salvataje, que requerirá de

la ayuda de todos los actores, coyunturales poseedores de la capacidad de enderezarlas hasta convertirlas en esa “*mágica*” fórmula querida y buscada muchas veces con esperanzas perdidas.

La meta de Ecuador es hacer del turismo la primera fuente de ingresos no petroleros. Una particularidad que tiene el turismo para el desarrollo es que emplea mano de obra no calificada, cuya contratación es más difícil en otras industrias, por lo que existen nuevas visiones como el turismo comunitario que puede transformar la vida de los pobladores y mejorar sus condiciones de vida.

2.8 MARCO CONCEPTUAL

En un sentido amplio el turismo es un sector con miras a nivel mundial para mejorar el desarrollo económico, una oportunidad de incrementar plazas empleos en distintas áreas, así mismo la OMT, como organización internacional del turismo, aboga por un turismo que aporte al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas, las actividades turísticas que de éste se desprenden, son el conjunto de acciones que se realizan para lograr el usufructo económico deseado, en pro del desarrollo local, este desarrollo es interaccionado, en otras palabras es local y global a la vez ya que expresa una peculiar relación entre ambas realidades, con implicancias económicas, sociales y culturales.

En la obra “*Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*” (OMT, 2001) se hace referencia de lo importante que es la aplicación de una metodología para

todos los estudios desarrollados en el ámbito turístico, la obra define a la investigación turística como:

“La formulación de preguntas, la sistemática colección de información para responder esas preguntas y análisis de los datos con el fin de obtener pautas de comportamiento, relaciones y tendencias que ayuden al entendimiento del sistema, a la toma de decisiones o a la construcción de predicciones bajo el abanico de varios escenarios alternativos del futuro.”

Frente a esta definición, la relevancia de la investigación en el ámbito turístico resulta indispensable partiendo del hecho que la actividad turística es dinámica, valiéndose del desarrollo de la tecnología de la información en la sociedad del conocimiento .

La investigación turística permite conocer la realidad local, conocer el impacto que tiene el turismo de la ciudad a través de datos verificados, obtenidos por diversos datos logrados a través de la observación, el estudio de campo, y demás métodos y técnicas aplicadas en la investigación.

Al enfocar al turismo como una fuente generadora y dinamizadora de acciones económicas, sociales y culturales, se debe definir al marketing, según Philip Kotler como: *“ la actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos mediante procesos de intercambio”*, en este aspecto el estudio del Marketing turístico también es relevante para el trabajo investigativo realizado , aporta significativamente al tema central, el turismo, ya que hace posible las transacciones de valores dadas por diferentes actividades comerciales que se generan sean estas en

agencias de viajes, hoteles, paquetes turísticos, rutas turísticas, entre otras que se pueden vincular de manera directa o indirecta.

Esta manera se puede definir también a los operadores turísticos como los agentes promotores del turismo, actores indispensables de la temática para divulgar las ofertas, promociones y demás productos turísticos de la pequeña y mediana empresa, es así como a OMT los define y de igual manera respalda el trabajo que se presenta en la presente investigación, potencializan los recursos turísticos, sean estos en pro de la empresa pública o privada con la intención de mejorar la productividad turística que no es otra cosa que el resultado obtenido del hecho turístico. Se hace imprescindible la gestión del operador turístico, ya que hace posible la realización del turismo, tomando en consideración la participación directa y las necesidades de las empresas, de los turistas y de los recursos. Los operadores de turismo crean competitividad en el mercado turístico ya que emplean marketing, a la vez promueven diversas actividades turísticas que serán llevadas a cabo por el turista.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo del presente proyecto se realizó un estudio exhaustivo, recopilando gran cantidad de información, para avalar con mayor exactitud y veracidad la toma de decisiones, en el estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, en el análisis de encuestas, se pudo constatar las necesidades y falta de información que necesita el turista nacional y extranjero al arriban a la ciudad de Guayaquil.

3.1.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación realizada es de tipo descriptiva, ya que a través de ella se detallan las propiedades, características, rasgos importantes y tendencias de los turistas que visitan la ciudad de Guayaquil.

3.1.3 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque de la investigación es de tipo cualitativo, ya que emplea como técnica la observación directa, la aplicación del método descriptivo de forma inicial, puesto que se realizó un estudio de campo en el escenario turístico, la Terminal Terrestre, la interrelación entre los investigados e investigadores en el lugar en donde se desarrolla la investigación hace posible describir la actitud de los turistas que ingresan a la ciudad de Guayaquil.

3.1.4 METODOLOGÍA

El marco metodológico es el conjunto de acciones destinadas a describir y analizar el fondo del problema planteado, a través de procedimientos específicos que incluye las técnicas y observaciones y recolección de datos, determinando como se va a realizar el estudio de investigación. De acuerdo con el problema los métodos de investigación utilizados son el deductivo e inductivo, analítico y sintético, descriptivo y estadístico.

3.1.4.1. MÉTODO DEDUCTIVO

Permitirá analizar parte de verdades previamente establecidos como principio general, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez del mismo. Este método se lo utilizó en el muestreo estadístico, en la obtención de datos por parte de los encuestados para determinar los aspectos relevantes en el proyecto investigado como muestra representativa del universo.

3.1.4.2 MÉTODO INDUCTIVO

Permitirá analizar problemas actuales a partir de los cuales se extraen conclusiones de carácter general, es muy importante por lo cual fundamenta la formulación de las hipótesis, la investigación de leyes científicas y las demostraciones. Este método se utilizó en la observación y al escuchar hechos interrelacionados con la investigación, es decir, se la empleó en el estudio técnico y de mercado para conocer la oferta y la demanda existente.

3.1.4.3. MÉTODO ANALÍTICO – SINTÉTICO

Este método permite detallar todo en segmentos, es decir, separar un todo en sus elementos para observar las causas y los efectos, el cual nos permite conocer más de cerca el objetivo del estudio, porque va de lo concreto a lo abstracto. El presente trabajo hace uso de este método porque se encarga de estudiar las variables y propone una hipótesis que se quiere probar.

3.1.4.4. MÉTODO DESCRIPTIVO

Se ocupa de la descripción de datos y características de la población en estudio. La finalidad es la obtención de datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos similares, se con los fenómenos que ocurren naturalmente en el campo de la investigación, que de acuerdo a la investigación es la Terminal Terrestre de Guayaquil.

3.1.4.5. MÉTODO ESTADÍSTICO

Método estadístico como herramientas estadísticas para el análisis y procesamiento de datos, que estarán ilustrados en gráficos circular, utilizando los programas de Word y Excel de Microsoft Office, en las preguntas que se diseñó como tipo cerradas, cuyo análisis estará enfocada en función del marco teórico y los objetivos de la investigación, para en el cual así se pueda evaluar las estrategias de factibilidad de mercado para la creación de una Operadora Turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, y así promover el turismo en la ciudad de Guayaquil.

Cuyo análisis que hemos realizado para la creación de la Operadora Turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, que estará orientada para ofrecer una adecuada atención y a su vez a la venta de los paquetes turísticos, es favorable ya que se puede determinar que un 48% de los turistas encuestados son personas que visitan la ciudad por turismo, en la cual obtendremos una demanda de turistas que estarán satisfecho con la creación de dicha operadora.

3.1.5. TÉCNICAS

La técnica de investigación utilizada fue la encuesta, por ser aquella que ofrece datos cuantitativos a través de las respuestas de los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil que son los principales involucrados en la problemática, y son los beneficiados en la potencialidad de la propuesta de los autores.

3.1.6. INSTRUMENTOS

Se utiliza como instrumento el cuestionario debidamente estructurado en preguntas cerradas, y cuyo formato se presenta en los Anexos # 3 y 4.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

De acuerdo a la población objetivo, 54'000.000 de personas ingresan o arriban anualmente a la Terminal Terrestre de Guayaquil, de las cuales 25'200.000 corresponden a los viajeros y visitantes y 2'100.000 de esta misma característica visitan diariamente los que se encuentran entre las edades de 18 a 75 años siendo estos turistas nacionales y extranjeras. (Fundación Terminal Terrestre de Guayaquil, 2015).

3.3. ENCUESTA

Para empezar el proceso de investigación cuantitativa se plantean encuestas que están constituidos por 20 preguntas cerradas, las cuales nos ayuda a conocer los problemas de información y preferencias de todos los turistas nacionales e internacionales que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil.

3.4 DETALLE DE FÓRMULA

n = Tamaño de la Muestra

N = Población total o universo

Z = porcentaje de fiabilidad

p = probabilidad de ocurrencia de un evento.

q = probabilidad de no ocurrencia de un evento

e = Error de muestreo

Población 2'100.000 personas diarias, al año 25'200.000 todas las que ingresan al Terminal Terrestre.

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

$$n = \frac{25200000 * (1.96)^2 * (0.5 * 0.5)}{0.05^2 * (25200000 - 1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{25200000 * (3.84)(0.25)}{(0.0025)(25199.999) + (3.84)(0.25)} \quad n = \frac{25200000 * 0.96}{62999.99 + 0.96}$$

$$n = \frac{24192000}{63000.95} \quad n = 383,99$$

$$n = 384$$

Es decir, la muestra representativa será de 384 turistas nacionales y extranjeros que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil, a los que se les debe aplicar la encuesta.

3.5. RECURSOS: FUENTES, CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO PARA LA RE-COLECCIÓN DE DATOS

3.5.1.- FUENTES

En esta investigación se aplicó fuentes de información de carácter primario a través de encuestas, tomando como muestra a los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil, Provincia del Guayas, para obtener información acerca de cuáles son sus inconvenientes a la hora de visitar la ciudad.

3.5.2.- RECURSOS

| | |
|------------------------------|--------------|
| Impresiones de las encuestas | Transporte |
| Esféricos | Alimentación |
| Pendrive | |

3.5.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

En este cronograma se estipula una secuencia organizacional de las actividades realizadas para la elaboración del presente trabajo de Titulación, comprendiendo hora, fecha en el tiempo que implicó desarrollarse desde el inicio del proyecto de investigación hasta su finalidad.

Cuadro 4. Cronograma de actividades del proyecto de titulación

| CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO DE TITULACION | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|------------|---------|----|----|----|-----------|----|----|----|-----------|----|----|----|-------|----|----|----|---------|----|----|-------|----|----|----|-------|----|----|----|------|----|----|----|-------|----|----|----|-------|----|----|----|--------|---|--|--|------------|--|--|
| Actividades | Meses | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Septiembre | Octubre | | | | Noviembre | | | | Diciembre | | | | Enero | | | | Febrero | | | Marzo | | | | Abril | | | | Mayo | | | | Junio | | | | Julio | | | | Agosto | | | | Septiembre | | |
| | 4S | 1S | 2S | 3S | 4S | 1S | 2S | 3S | 4S | 1S | 2S | 3S | 4S | 1S | 2S | 3S | 4S | 1S | 2S | 3S | 1S | 2S | 3S | 4S | 1S | 2S | 3S | 4S | 1S | 2S | 3S | 4S | 1S | 2S | 3S | 4S | 1S | 2S | 3S | 4S | | | | | | | |
| Anteproyecto | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capítulo 1 | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Capítulo 2 | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | |
| Capítulo 3 | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| Capítulo 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | |
| Conclusión/ Recomendación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Trabajo Finalizado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

3.5.4. PRESUPUESTO

El siguiente presupuesto se realiza en base a los materiales que fueron necesarios utilizar para la elaboración y desarrollo del presente proyecto de investigación hasta la finalización del mismo:

Cuadro 5. Presupuesto

| CONCEPTO | COSTO |
|-------------------|------------------|
| RESMA DE PAPEL | \$ 8,00 |
| IMPRESIONES | \$ 120,00 |
| ANILLADO | \$ 18,00 |
| EMPASTADOS | \$ 80,00 |
| CONEXIÓN INTERNET | \$ 145,00 |
| PENDRIVE | \$ 16,00 |
| ESFERICOS | \$ 1,00 |
| TRASPORTE | \$ 10,00 |
| ALIMENTO | \$ 15,00 |
| CD Y ETIQUETA | \$ 15,00 |
| TOTAL | \$ 428,00 |

Elaborado por: Las autoras

3.6. TRATAMIENTO DE INFORMACION

3.6.1 PROCESAMIENTO DE DATOS

El proceso de recolección y análisis de datos con la aplicación del instrumento metodológico de las encuestas, los factores que inciden en la investigación y la opinión del investigador se toma como muestra específicamente a los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil, provincia del Guayas, buscando obtener un acercamiento adyacente a la realidad existente en la prenombrada empresa y hallar una perspectiva de evolución que permita generalizar la estrategia, y así de este modo sea posible de aplicarse a cualquier sector económico que tenga una actuación similar a la del estudio actual.

La obtención de la información se llevó a cabo a través de la respuesta por parte de los turistas nacionales y extranjeros que arriban en la Terminal Terrestre de Guayaquil, ya que es ahí donde se encuentra la problemática. Para ello, las autoras acudieron a dicha instalación para conocer las opiniones de los turistas.

3.6.2. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Una vez que se recolectaron los datos con la aplicación del instrumento metodológico de las encuestas se realizó la depuración de los datos para establecer mis estrategias de ventas y toma de decisiones, se procedió a contarlos y agruparlos de acuerdo con las investigaciones realizadas a los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil.

Posteriormente se procedió a la tabulación manual y de cuyos resultados se elaboraron las tablas y gráficos estadísticos mediante la utilización de la hoja electrónica de Excel, correspondientes a las encuestas e interrogantes determinadas en la investigación y que permiten la representación visual y la facilidad en la comprensión de los diferentes niveles que garantizan la investigación del estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil.

Las encuestas se las aplicó a los turistas nacionales y extranjeros que arribaron a la Terminal Terrestre de Guayaquil, el día domingo 24 de enero del 2016, en el horario de las 09h00 a las 16h00, y posteriormente se aplicaron nuevas encuestas los días sábado 21 y domingo 22 de mayo del 2016, en el horario de las 09h00 a las 16h00, y el día Miércoles 25 de mayo del 2016, en el horario de las 10h00 a las 18h00, para determinar y aclarar algunas interrogantes y dudas que tenían los turistas al arribar a la Terminal Terrestre de Guayaquil, acerca de nuestros servicios y paquetes turístico que ofrecerá la Operadora Turística.

En cada una de las pregunta se analiza e interpreta los resultados.

3.7 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

3.7.1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN ENERO DEL 2016.

1.-Datos del encuestado.

Cuadro 6. Edad

| Rango de Edades | # Encuestados | % |
|-----------------|---------------|-------------|
| 18 - 23 | 131 | 35% |
| 24 - 29 | 108 | 29% |
| 30 - 35 | 77 | 20% |
| 36 - 41 | 46 | 12% |
| 42 - 47 | 12 | 3% |
| 48 - 53 | 4 | 1% |
| 54 - 59 | 4 | 1% |
| 60 - 65 | 4 | 1% |
| 66 - 71 | 0 | 0% |
| 72 - 77 | 0 | 0% |
| TOTAL | 384 | 100% |

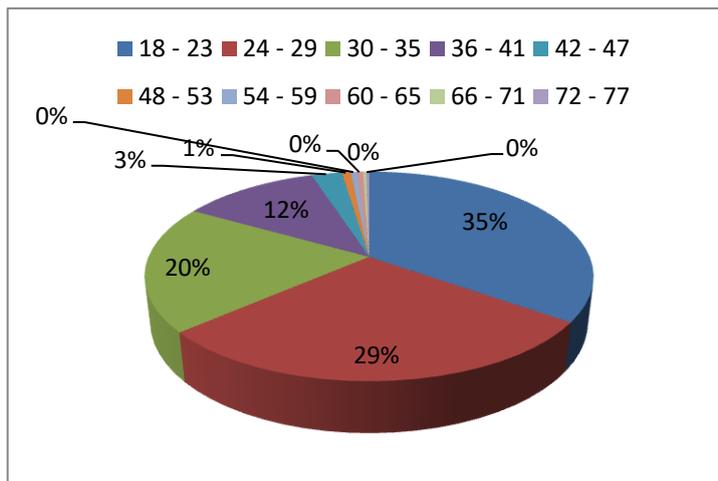


Figura 2. Edad

Entre los turistas encuestados se encontró que el 35% tenía de 18 a 23 años, seguido por un 29% en el rango de 24 a 29 años, con un 20% entre 30 a 35 años, y el 12 % restante en el rango de 36 a 41 años.

Cuadro 7. Sexo

| Sexo | #Encuestados | % |
|------------------|---------------------|-------------|
| Femenino | 200 | 52% |
| Masculino | 184 | 48% |
| Total | 384 | 100% |

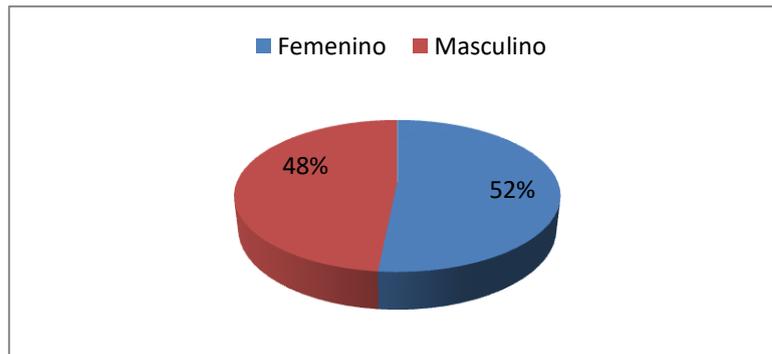


Figura 3. Sexo

El 52% de la muestra investigada corresponde a mujeres y el 48% a hombres

Cuadro 8. Nivel de instrucción académica

| Instrucción | # Encuestados | % |
|--------------------|----------------------|-------------|
| Primaria | 27 | 7% |
| Secundaria | 223 | 58% |
| Superior | 134 | 35% |
| TOTAL | 384 | 100% |

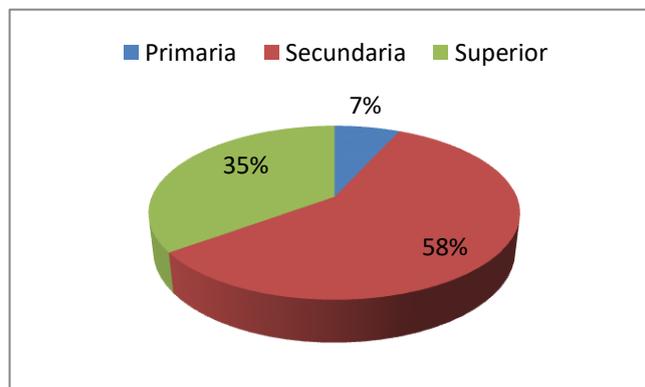


Figura 4. Nivel de instrucción académica

En términos académicos se determinó que el 58% de los turistas investigados cuentan con un nivel de instrucción secundaria, seguido de un 35% con instrucción superior; en tanto que el 7% declaran contar con instrucción primaria.

2.- ¿Si es turista nacional de qué provincia proviene?

Cuadro 9. Turistas Nacionales

| Provincias | # Encuestados | % |
|----------------|---------------|-------------|
| Guayas | 30 | 19% |
| Manabí | 50 | 32% |
| Santa Elena | 22 | 14% |
| El Oro | 7 | 5% |
| Los Ríos | 11 | 7% |
| Loja | 3 | 2% |
| Esmeraldas | 3 | 2% |
| Pichincha | 10 | 6% |
| Ambato | 5 | 3% |
| Riobamba | 7 | 5% |
| Cañar | 3 | 2% |
| Bolívar | 2 | 1% |
| Tungurahua | 2 | 1% |
| TOTALES | 155 | 100% |

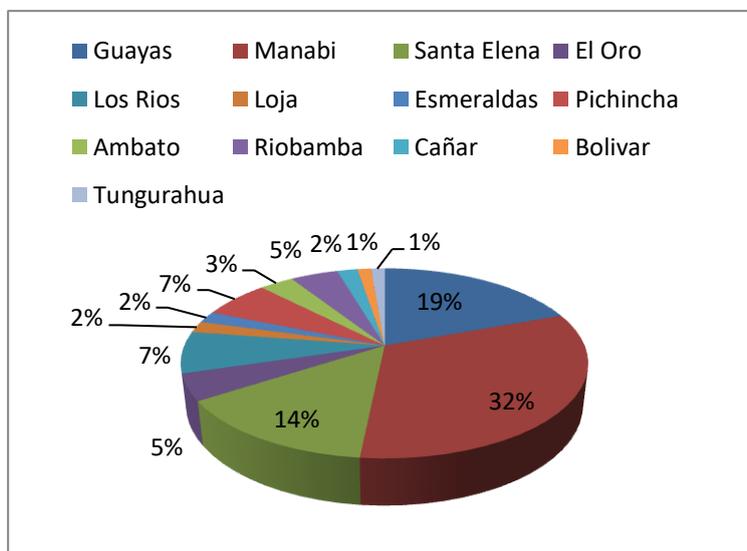


Figura 5 . Turistas Nacionales

El mayor porcentaje de turistas nacionales que arriban a la ciudad de Guayaquil a través de la terminal terrestre proceden de la provincia de Manabí en un 32%, seguido de un 19% de turistas provenientes de otros cantones de la provincia del Guayas, y, en tercer lugar, con un 14% turistas provenientes de la provincia de Santa Elena. El 35% restante proceden de otras provincias como se detalla en el cuadro # 9.

3.- ¿Si es turista extranjero de que País proviene?

Cuadro 10. Turistas Extranjeros

| Países | # Encuestados | % |
|----------------|---------------|-------------|
| México | 3 | 1% |
| Uruguay | 3 | 1% |
| Canadá | 5 | 2% |
| Perú | 9 | 4% |
| E.E.U.U. | 8 | 4% |
| Colombia | 75 | 33% |
| Argentina | 45 | 20% |
| Australia | 2 | 1% |
| Paraguay | 5 | 2% |
| Panamá | 5 | 2% |
| Venezuela | 1 | 0% |
| España | 3 | 1% |
| Chile | 58 | 26% |
| Irlanda | 1 | 0% |
| Alemania | 4 | 2% |
| TOTALES | 227 | 100% |

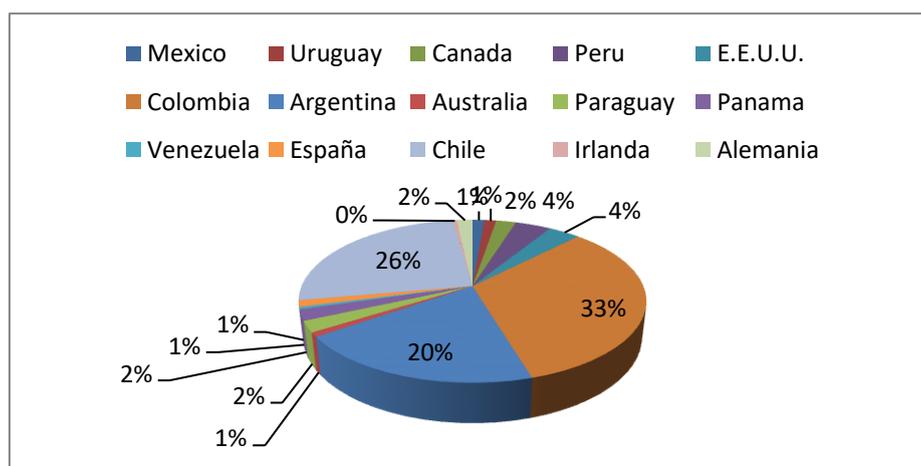


Figura 6. Turistas Extranjeros

De los turistas extranjeros que arriban a Guayaquil a través de la terminal terrestre mayoritariamente se observa que el 33% son colombianos, el 26% chilenos, y el 20% argentinos.

4.- ¿Con qué frecuencia arriba usted a la Terminal Terrestre de Guayaquil?

Cuadro 11. Frecuencia de arribo a la Terminal Terrestre de Guayaquil

| Frecuencia de arribo | # Encuestados | % |
|-----------------------------|----------------------|-------------|
| Muy Poco | 29 | 8% |
| Habitualmente | 224 | 58% |
| Siempre | 103 | 27% |
| Rara Vez | 18 | 5% |
| Nunca | 10 | 3% |
| TOTALES | 384 | 100% |

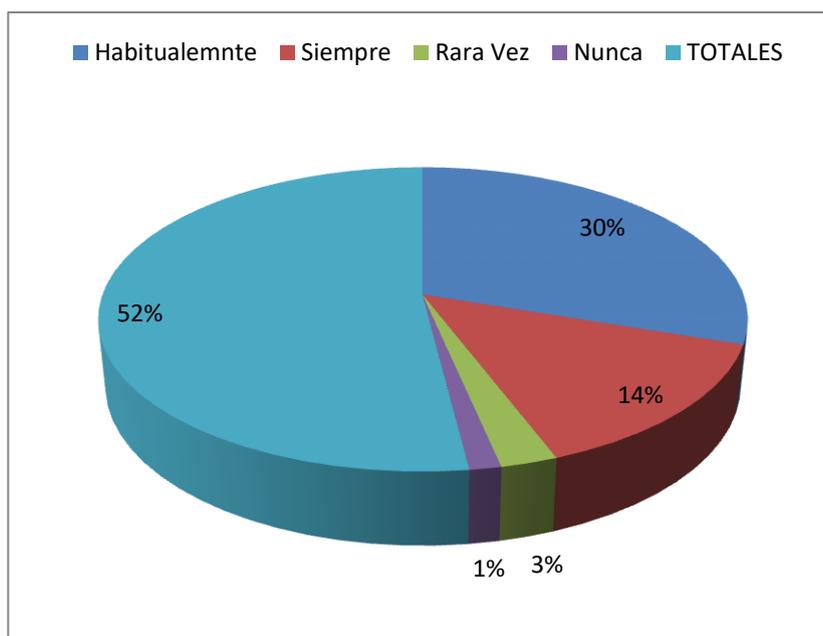


Figura 7. Frecuencia de arribo a la Terminal Terrestre de Guayaquil

Del total de la población nacional y extranjera encuestada se determina que el 58% arriban habitualmente a la Terminal Terrestre de Guayaquil, seguido por el 27% que siempre llegan, un 8% muy poco, rara vez un 5%, y nunca un 3%.

5.- ¿Cómo valora usted el trato que recibe por parte del personal que labora en el área de información de la Terminal Terrestre de Guayaquil?

Cuadro 12. Trato que recibe los turistas por parte del personal de la Terminal Terrestre de Guayaquil

| Trato | # Encuestados | % |
|----------------|----------------------|-------------|
| Bueno | 100 | 26% |
| Regular | 102 | 27% |
| Malo | 182 | 47% |
| TOTALES | 384 | 100% |

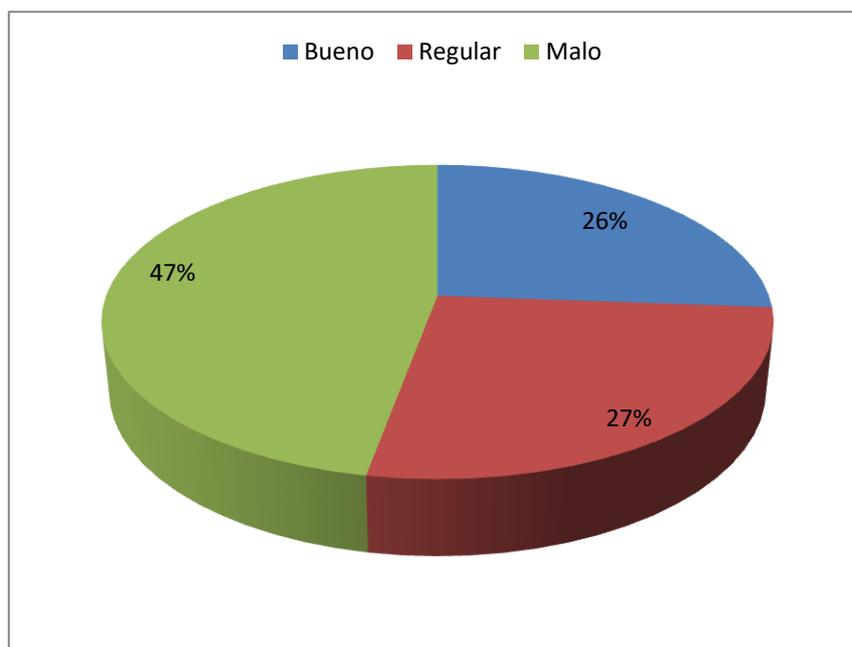


Figura 8. Trato que recibe los turistas por parte del personal de la Terminal Terrestre de Guayaquil

El 47 % de los turistas califican de mala la calidad de la información que brinda el personal de esa área de la Terminal Terrestre de Guayaquil, en tanto que el 27% la califica de regular, y únicamente el 26 % la califica de buena.

6.- ¿Cómo considera usted, la información adquirida por parte del personal que labora en la Terminal Terrestre sobre el turismo en la ciudad de Guayaquil?

Cuadro 13. Información adquirida

| Información adquirida | # Encuestados | % |
|------------------------------|----------------------|-------------|
| Bueno | 79 | 21% |
| Regular | 123 | 32% |
| Malo | 182 | 47% |
| TOTALES | 384 | 100% |

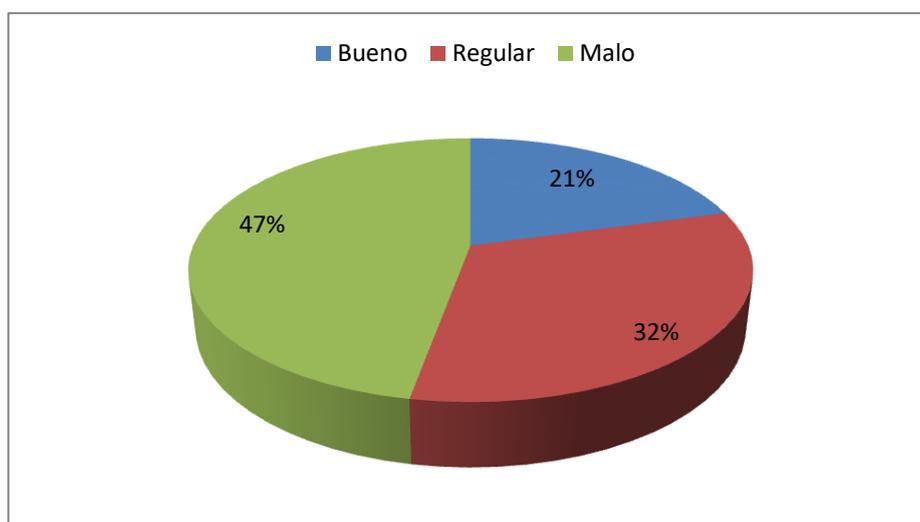


Figura 9. Tiempo de Información

El 47% de los turistas encuestados consideran que la información otorgada por parte del personal de la Terminal Terrestre es mala, seguido de un 32% es regular y un 21% es bueno.

7.- ¿Por qué motivo visita Guayaquil?

Cuadro 14. Motivo de visita a Guayaquil

| Motivo de visita | # Encuestados | % |
|------------------|---------------|-------------|
| Negocio | 58 | 15% |
| Estudios | 15 | 4% |
| Turismo | 184 | 48% |
| Visita Familiar | 27 | 7% |
| Otros | 100 | 26% |
| TOTALES | 384 | 100% |

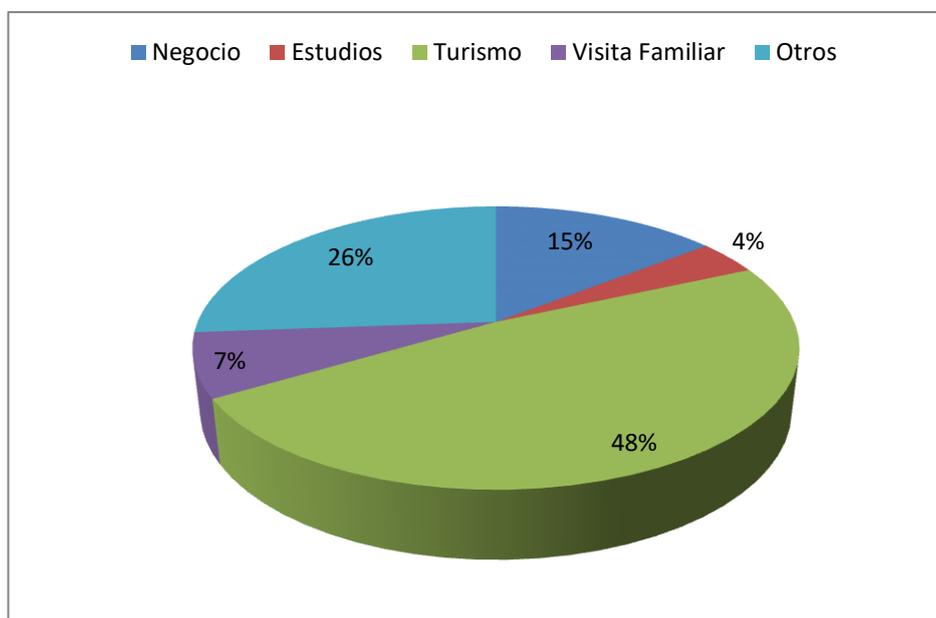


Figura 10. Motivo de visita a Guayaquil

El 48% de las personas encuestadas declaran que visitan Guayaquil por turismo y el 15% por negocios.

8.- ¿Cuánto tiempo usted tiene planificado para quedarse en Guayaquil?

Cuadro 15. Tiempo planificado para quedarse en Guayaquil.

| Alternativas | # Encuestados | % |
|----------------|---------------|-------------|
| 1 a 2 Días | 90 | 49% |
| 3 a 4 Días | 29 | 16% |
| 5 a 6 Días | 17 | 9% |
| 6 a 7 Días | 38 | 21% |
| 7 a 8 Días | 10 | 5% |
| TOTALES | 184 | 100% |

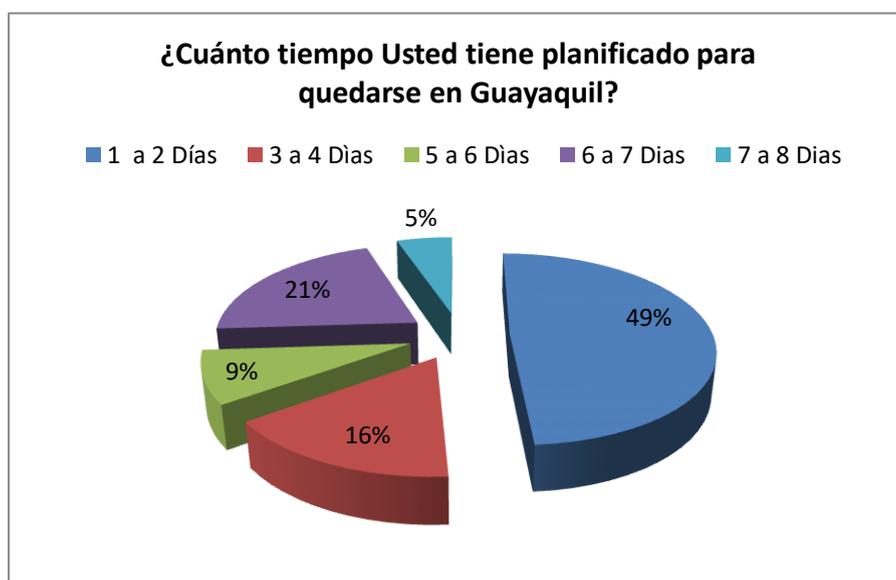


Figura 11. Tiempo planificado para quedarse en Guayaquil

El 49% de los turistas encuestados tienen planificado en quedarse en Guayaquil de 1 a 2 días para disfrutar su tiempo de ocio y descanso, el 21% de 6 a 7 días, el 16% de 3 a 4 días, el 9% de 5 a 6 días, y en un 5% de 7 a 8 días.

9.- ¿Cuánto gasta usted en su viaje por alojamiento, alimentación, entretenimiento y guía?

Cuadro 16. Gasto de viajes de los turistas nacionales y extranjeros

| Gastos de viaje | # Encuestados | % |
|-----------------|---------------|-------------|
| \$100 – 150 | 10 | 5% |
| \$150 – 200 | 27 | 14% |
| \$200 – 250 | 19 | 10% |
| \$250 – 300 | 15 | 7% |
| \$300 – 350 | 67 | 39% |
| \$350 - + | 48 | 25% |
| TOTALES | 184 | 100% |

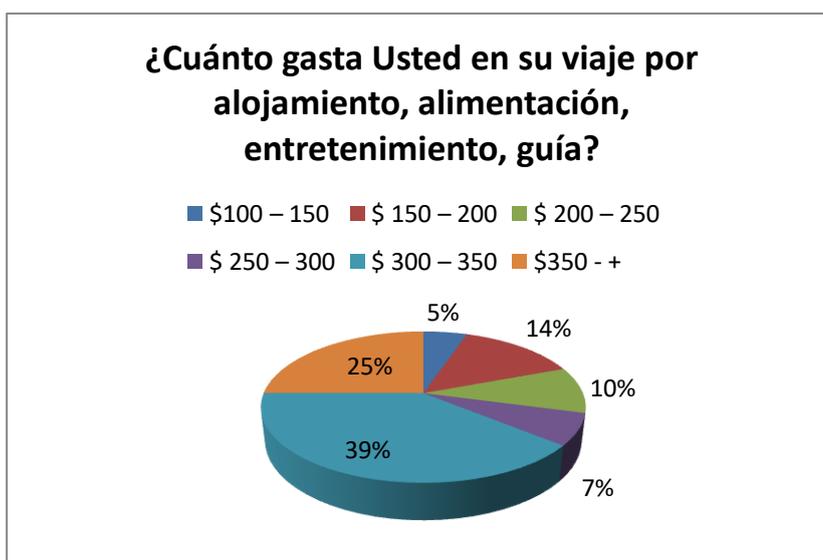


Figura 12. Gasto de viajes de los turistas nacionales y extranjeros

El 39 % de las personas encuestadas considera que puede invertir entre \$300 y \$350 dólares por un viaje placentero, lleno de confort, seguido por un 25% señala que gastaría entre \$350 o más dólares; un 14% considera entre \$150 a \$200 dólares; de \$250 a \$300 dólares están dispuestos a gastar un 7% y finalmente el 5% consideran que gastarían entre \$100 a \$150 dólares.

10.- ¿Tiene usted inconveniente con el asesoramiento de transporte, alojamiento, traslado al llegar a la Terminal Terrestre de Guayaquil?

Cuadro 17. Inconveniente con el asesoramiento de transporte, alojamiento al llegar a la Terminal Terrestre de Guayaquil.

| Inconvenientes | # Encuestados | % |
|----------------|---------------|-------------|
| Si | 35 | 19% |
| No | 149 | 81% |
| TOTALES | 184 | 100% |

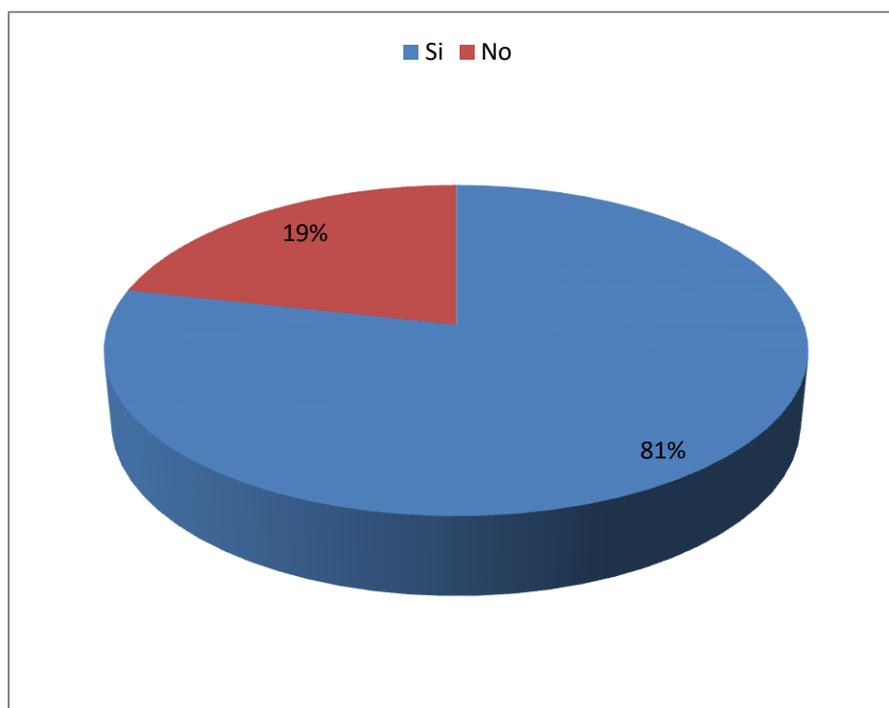


Figura13. Inconveniente con el asesoramiento de transporte, alojamiento al llegar a la Terminal Terrestre de Guayaquil.

El 81% de los turistas encuestados tienen inconveniente con el asesoramiento de transporte, alojamiento y traslado al arribar a la Terminal Terrestre de Guayaquil, y el 19% no tienen esa dificultad para su llegada.

11.- ¿Conoce usted alguna Operadora Turística aquí en la Ciudad de Guayaquil?

Cuadro 18. Conocimiento de alguna operadora Turística en la ciudad de Guayaquil

| Conocimiento de operadora turística | # Encuestados | % |
|-------------------------------------|---------------|-------------|
| Si | 17 | 9% |
| No | 167 | 91% |
| TOTALES | 184 | 100% |

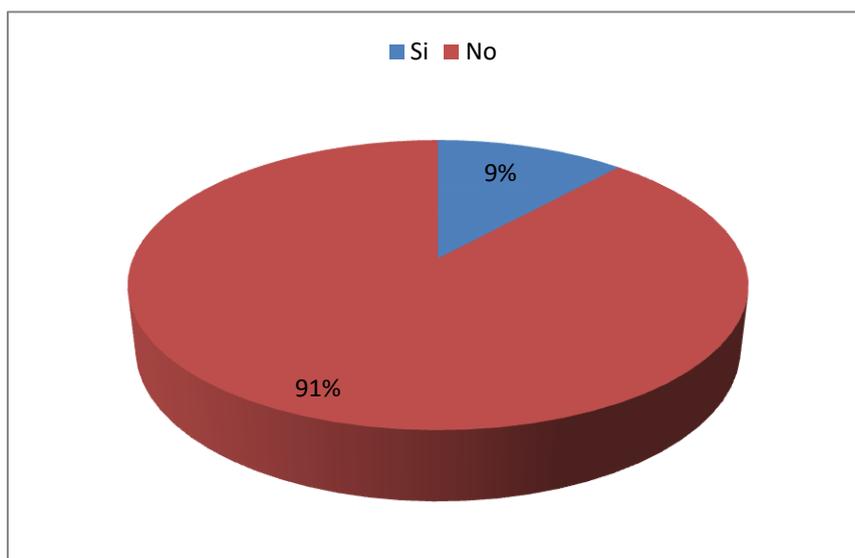


Figura 14. Conocimiento de alguna operadora Turística en la ciudad de Guayaquil

El 91% de las personas encuestadas manifestaron desconocer sobre alguna operadora turística en la ciudad; y, únicamente el 9% de ellos refirieron sí conocer sobre la misma.

12.- ¿Alguna vez ha utilizado una Operadora Turística?

Cuadro 19. Utilización de una operadora turística.

| Utilización de una operadora turística | # Encuestados | % |
|--|---------------|-------------|
| Si | 15 | 8% |
| No | 169 | 92% |
| TOTALES | 184 | 100% |

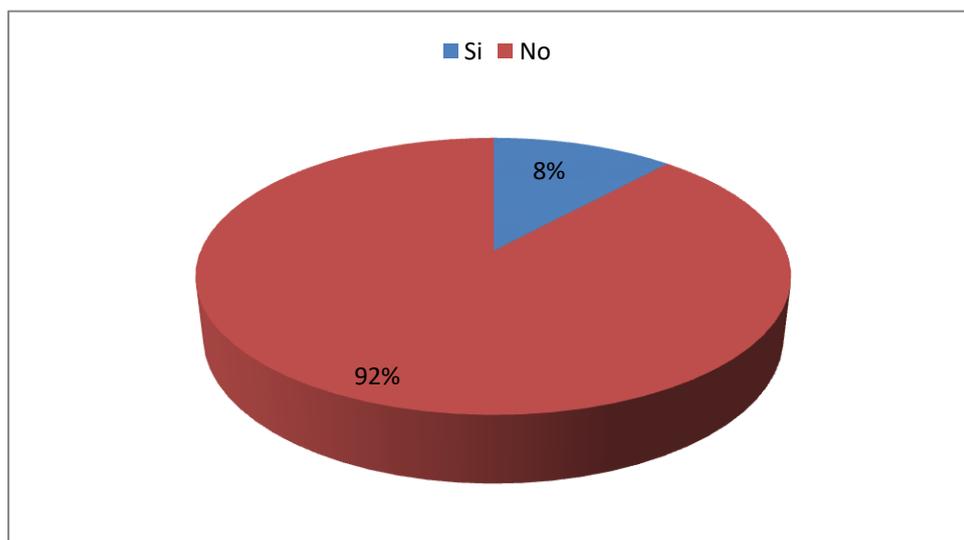


Figura 15. Utilización de una operadora turística.

El 92% de los turistas encuestados, refieren no haber utilizado los servicios de una operadora turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil para su arribo o estadía en nuestra Ciudad, en tanto, que el 8% de éstos si lo han hecho.

13.- ¿Considera usted que es necesario el funcionamiento de una Operadora Turística en las instalaciones de la Terminal Terrestre de Guayaquil?

Cuadro 20. Necesidad de una operadora turística.

| Necesidad de una operadora turística | # Encuestados | % |
|---|----------------------|-------------|
| Si | 182 | 99% |
| No | 2 | 1% |
| TOTALES | 184 | 100% |

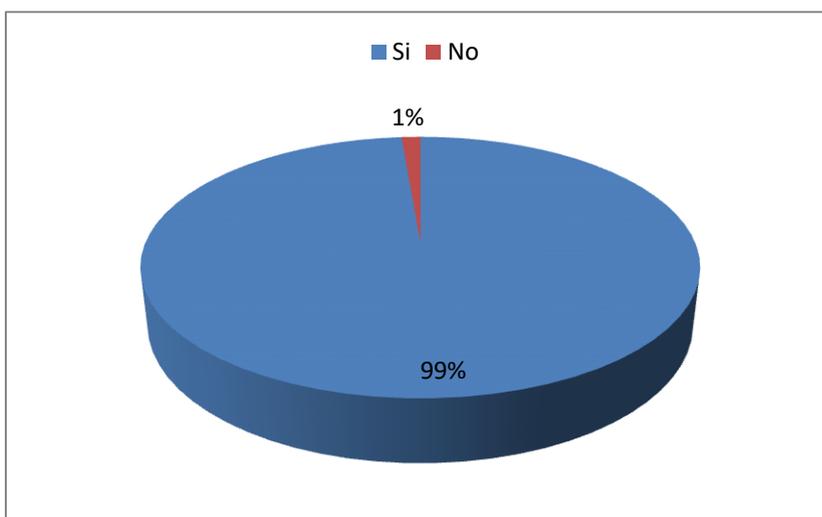


Figura 16. Necesidad de una operadora turística.

El 99% de los encuestados se pronuncian afirmativamente sobre la conveniencia del funcionamiento de una operadora turística en la instalación de la Terminal Terrestre de Guayaquil y tanto solo el 1% se pronunció negativamente.

14.- ¿Cree usted que una Operadora Turística le ayudaría con su estadía en la Ciudad de Guayaquil?

Cuadro 21. Asesoramiento con la ayuda de la operadora turística

| Asesoría de estadía | # Encuestados | % |
|---------------------|---------------|-------------|
| Si | 172 | 93% |
| No | 12 | 7% |
| TOTALES | 184 | 100% |

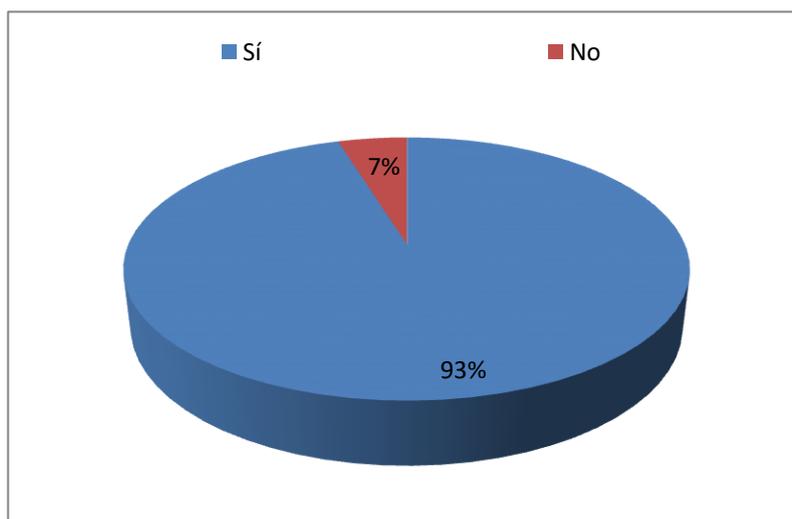


Figura 17. Asesoramiento con la ayuda de la operadora turística

El 93% de los turistas encuestados opinan que la existencia de una Operadora Turística al interior de la Terminal Terrestre de Guayaquil facilitaría su estadía en la ciudad de Guayaquil, y el 7% opinaron lo contrario.

15.- ¿Usted contrataría los servicios de una Operadora Turística para recorrer los lugares de Guayaquil?

Cuadro 22. Servicios que ofrecerá la operadora turística

| Servicios de la operadora turística | # Encuestados | % |
|-------------------------------------|---------------|-------------|
| Si | 169 | 92% |
| No | 15 | 8% |
| TOTALES | 184 | 100% |

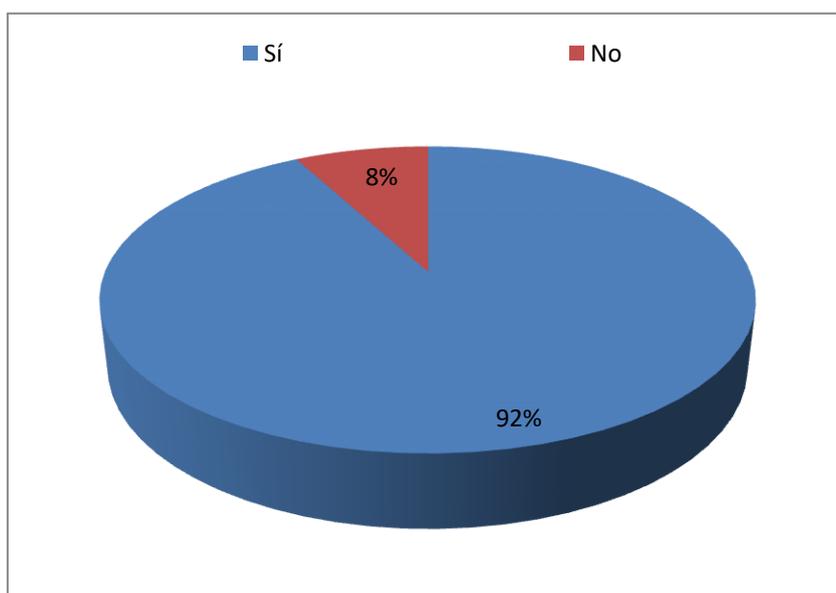


Figura 18. Servicios que ofrecerá la operadora turística

El 92% de los turistas investigados manifiesta que contratarían los servicios de una operadora turística para recorrer los distintos lugares de la ciudad.

16.- ¿Le gustaría que se cumpliera con todo los detalles de los servicios ofrecidos por parte de las Operadoras Turística ya sea transporte, guías, entre otras?

Cuadro 23. Cumplimiento de los servicios que ofrece la operadora turística

| Servicios ofrecido de parte de la operadora turística | # Encuestados | % |
|---|---------------|-------------|
| Si | 176 | 96% |
| No | 8 | 4% |
| TOTALES | 184 | 100% |

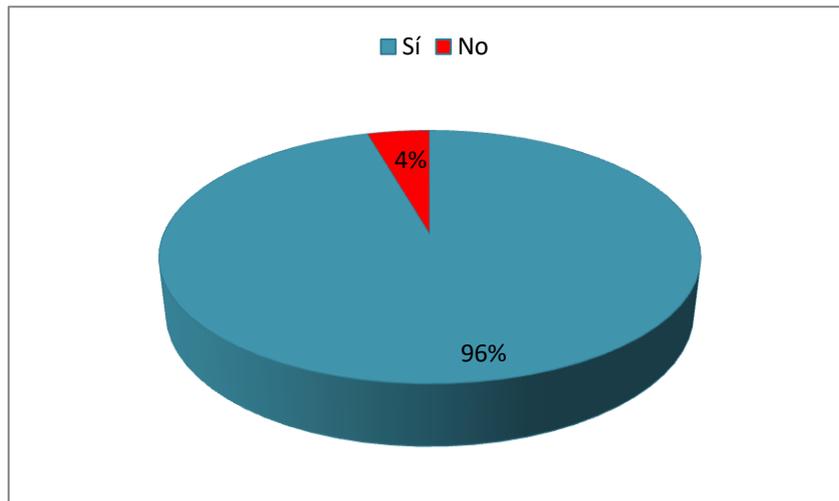


Figura 19. Cumplimiento de los servicios que ofrece la operadora turística

El 96% de los turistas encuestados está de acuerdo con que la operadora turística ofrezca los servicios como transporte, guía y entre otras.

17.- ¿Qué opciones le gustaría que la Operadora Turística le ofrezca?

Cuadro 24. Opciones que les ofrece la operadora turística a los turistas.

| Opciones que le gustaría al turista que ofrezca operadora turística | # Encuestados | % |
|---|---------------|-------------|
| Hospedaje | 125 | 15% |
| Alimento | 61 | 7% |
| Guía | 90 | 11% |
| Traslado | 57 | 7% |
| Masaje | 5 | 1% |
| Turismo | 205 | 25% |
| Deportes | 21 | 3% |
| Caminata | 39 | 5% |
| Seguridad | 224 | 27% |
| TOTALES | 827 | 100% |

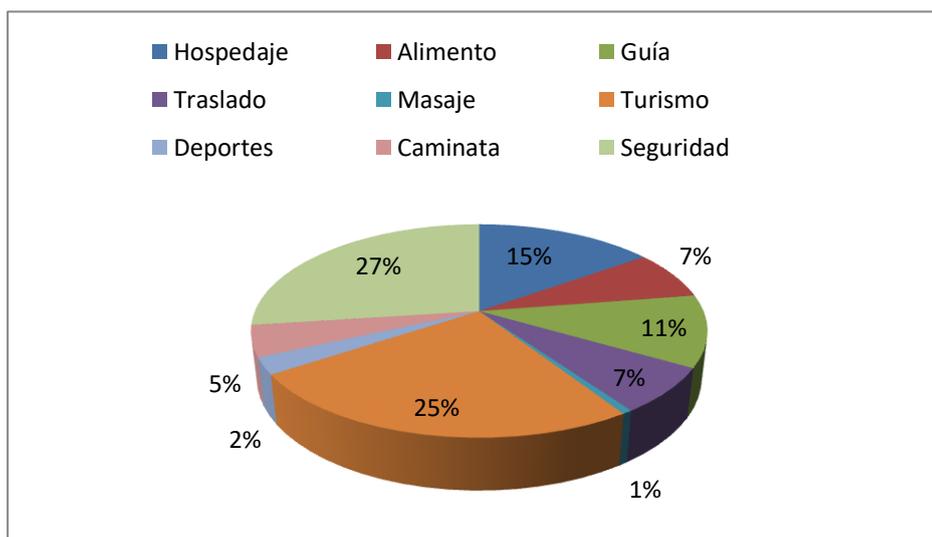


Figura 20. Opciones que les ofrece la operadora turística a los turistas.

En este cuadro no se cuenta la totalidad de la muestra de los 382 turistas nacionales y extranjeros, porque algunas personas escogieron más de una de las opciones y otras todas las opciones. El 27% de las personas encuestadas el factor más importante que escogieron fue la seguridad que ellos necesitan, cuando arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil, las siguientes opciones que escogieron lo podemos ver detallada en la figura # 20.

18¿Si existiera una Operadora Turística que ofrezca una variedad de servicios, teniendo un personal altamente capacitado y la compra de estos sea de una manera rápida, confiable y segura, utilizaría los servicios de esta Operadora?

Cuadro 25. Variedad de servicio que les gustaría al turista que ofreciera la operadora turística.

| Variedad de Servicios que ofrece la operadora turística | # Encuestados | % |
|---|---------------|-------------|
| Sí | 159 | 86% |
| No | 25 | 14% |
| TOTALES | 184 | 100% |

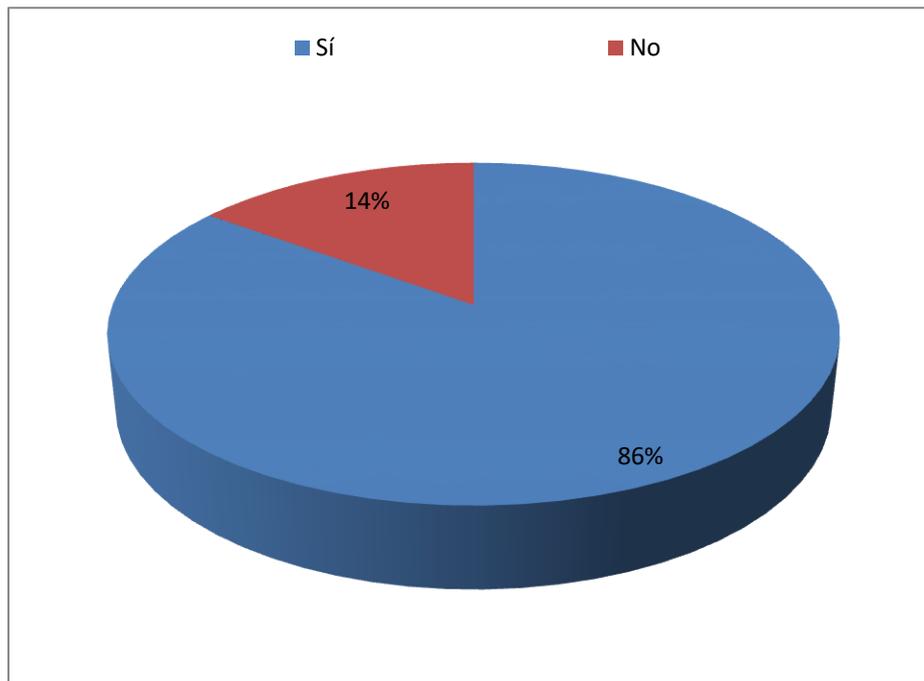


Figura 21. Variedad de servicio que le Gustaría al turista que ofreciera la operadora turística

Del total de los turistas encuestados, el 86% se pronuncia afirmativamente.

19.- ¿Cuánto dinero estaría usted dispuesto a pagar por los servicios de una Operadora Turística que ofrezca combos o paquetes de viaje?

Cuadro 26. Dinero destinado a pagar por los servicios que ofrezca la operadora turística.

| Dinero dispuesto a pagar por los servicios que la operadora turística les ofrezca | # Encuestados | % |
|---|---------------|-------------|
| \$150 – 200 | 98 | 53% |
| \$200 – 250 | 17 | 9% |
| \$ 250 – 300 | 29 | 15% |
| \$300 – 350 | 18 | 10% |
| \$ 350 – 400 | 11 | 6% |
| \$400 - + | 12 | 7% |
| TOTALES | 184 | 100% |

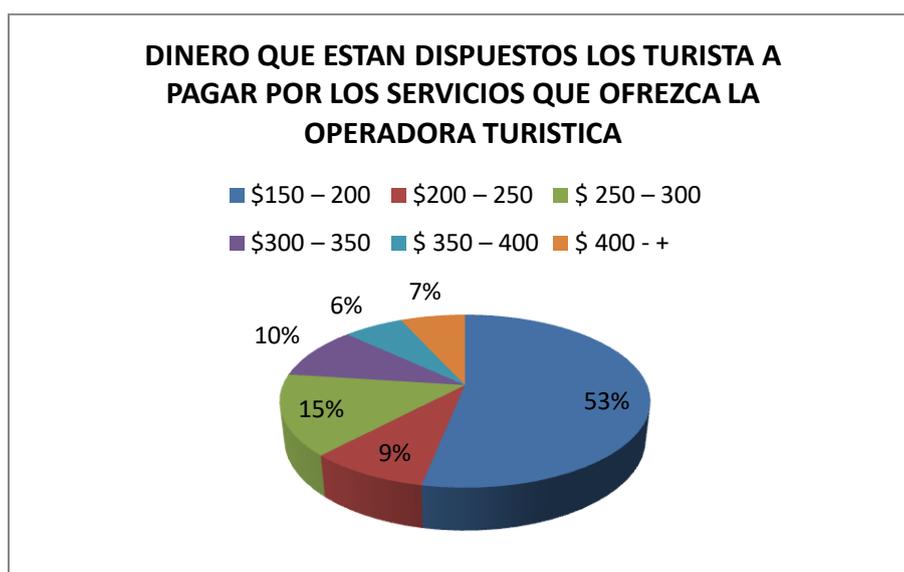


Figura 22. Dinero destinado a pagar por los servicios que ofrezca la operadora turística.

El 53% de los turistas encuestados están dispuestos a pagar por los servicios que ofrezca la operadora turística de \$150 a \$200 dólares, seguido de un 15% que piensan pagar \$250 a \$300, y el resto de opciones la podemos observar en la figura # 22.

20.- ¿Qué es lo más importante para usted al momento al escoger el servicio de esta operadora turística?

Cuadro 27. Importancia al escoger el servicio de la operadora turística.

| Importancia al momento de escoger el servicio de esta operadora turística | # Encuestados | % |
|---|---------------|-------------|
| Buena Atención | 33 | 18% |
| Buen Servicio | 28 | 14% |
| Por los Paquetes ofrecidos | 4 | 2% |
| Todos mercado | 119 | 65% |
| TOTALES | 184 | 100% |

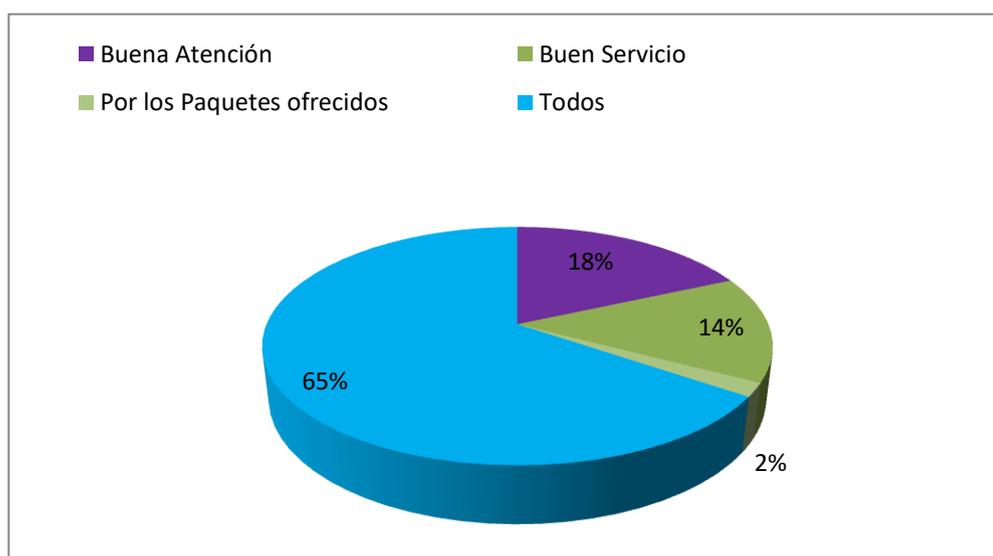


Figura 23. Importancia al escoger el servicio de la operadora turística

El 65% de los turistas encuestados que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil, eligieron todas las opciones.

3.7.2. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN MAYO.

Las encuestas se las aplicó a los turistas nacionales y extranjeros que arribaron a la Terminal Terrestre de Guayaquil los días sábado 21 y domingo 22 de mayo del 2016, en el horario de las 09h00 a las 16h00 y el día Miércoles 25 de mayo del 2016, en el horario de las 10h00 a las 18h00. En cada una de las pregunta se analiza e interpreta los resultados.

1.-Que día haría turismo en Guayaquil?

Cuadro 28. Que día haría turismo en Guayaquil

| DIAS | # ENCUESTAS | % |
|--------------|-------------|-------------|
| Lunes | 9 | 5% |
| Martes | 15 | 8% |
| Miércoles | 20 | 11% |
| Jueves | 25 | 14% |
| Viernes | 40 | 22% |
| Fin/semana | 75 | 41% |
| TOTAL | 184 | 100% |



Figura 24. Días que haría turismo en Guayaquil

El mayor porcentaje de turistas que arriban en la Terminal Terrestre de Guayaquil, con un 41%, les gustaría hacer turismo los fines de semanas.

2:¿Al momento de escoger una operadora turística, que factores considera?

Cuadro 29. Factores que considera importante al momento a escoger una operadora turística

| PREFERENCIAS | # ENCUESTAS | % |
|--------------|-------------|-------------|
| Precio | 85 | 46% |
| Calidad | 54 | 29% |
| Variedad | 45 | 24% |
| TOTAL | 184 | 100% |

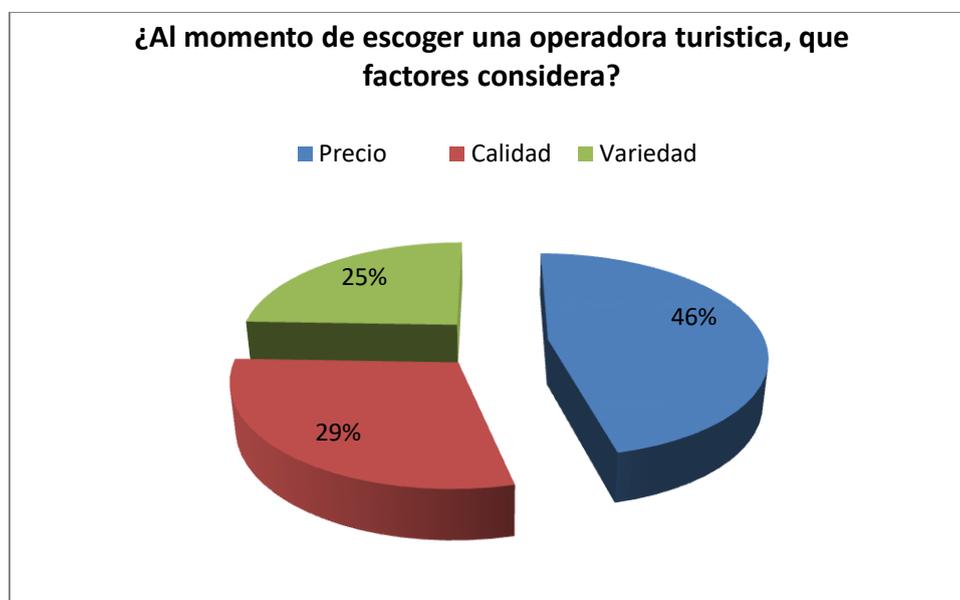


Figura 25. Factores que considera importante al momento a escoger una operadora turística

El 46% de los turistas que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil, al momento de escoger una operadora turística siempre se fijan en su precio, el 29 % en su calidad de servicio y un 25 % en su variedad que les ofrecen.

3¿Cuál es el medio por la cual usted se informa de nuevos servicios en el mercado?

Cuadro 30. Medios que se informan nuevos servicios en el mercado

| PREFERENCIAS | # ENCUESTAS | % |
|---------------------|--------------------|-------------|
| Televisión | 16 | 9% |
| Radio | 9 | 5% |
| Prensa escrita | 10 | 5% |
| Internet | 73 | 40% |
| Redes sociales | 49 | 27% |
| Referidos | 12 | 7% |
| Volantes | 15 | 8% |
| TOTAL | 184 | 100% |

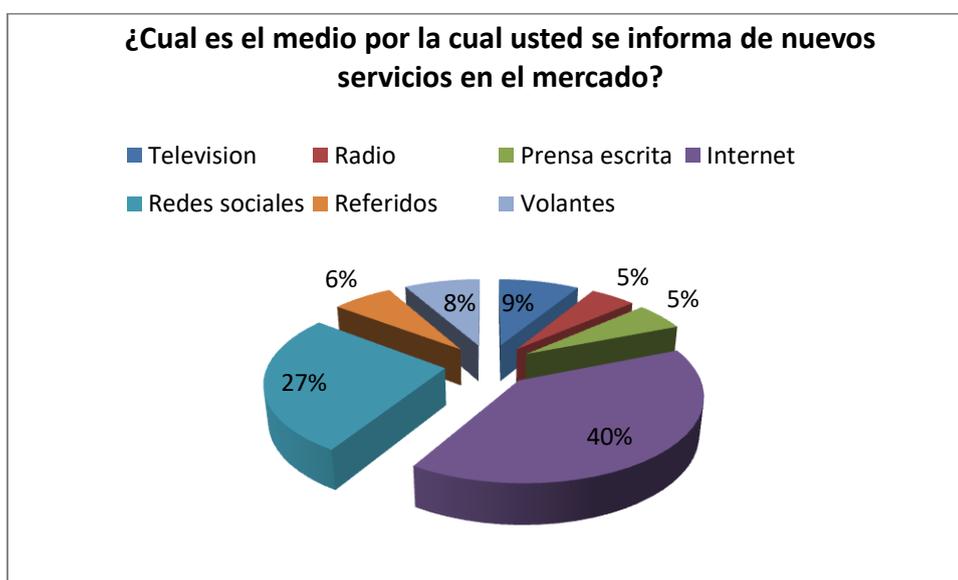


Figura 26. Medios que se informan nuevos servicios en el mercado

El 40% de los turistas nacionales y extranjeros se informa de nuevos servicios en el mercado vía internet, el 27% por las redes sociales, y las otras opciones las podemos ver reflejada en el cuadro # 30.

4¿Cuántas veces al año usted toma vacaciones?

Cuadro 31. Cuántas veces al año usted toma vacaciones

| ALTERNATIVAS | # ENCUESTAS | % |
|--------------|-------------|-------------|
| 1 vez | 105 | 57% |
| 2 veces | 39 | 21% |
| 3 veces | 16 | 9% |
| 4 veces | 14 | 8% |
| Más de 5 | 10 | 5% |
| TOTAL | 184 | 100% |

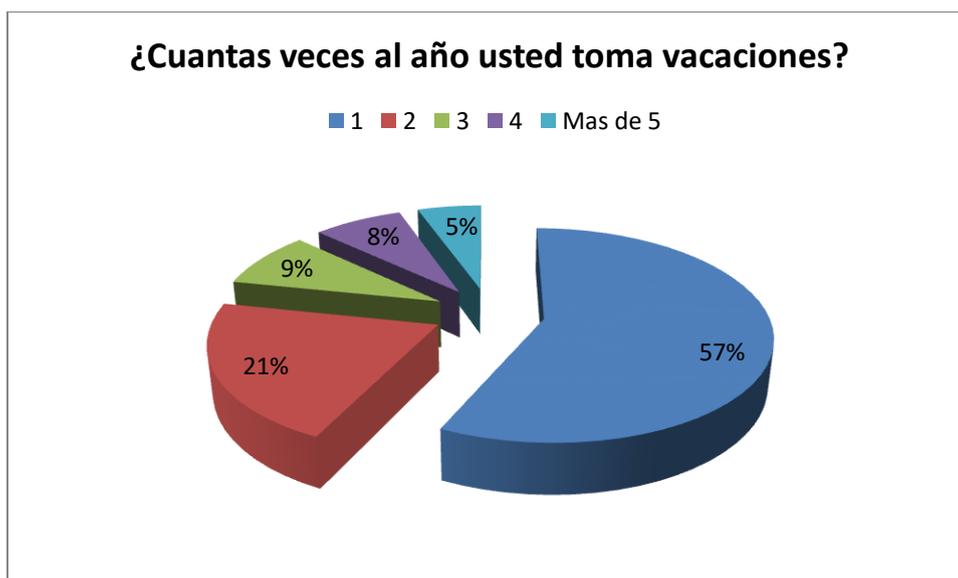


Figura 27. Cuántas veces al año usted toma vacaciones

El 57% de los turistas nacionales y extranjeros toman sus vacaciones una vez al año, el 21% toman sus vacaciones dos veces por año, y el restante se detalla en el cuadro # 31.

5¿Cuándo usted toma vacaciones, por lo general cuantos días descansa?

Cuadro 32. Cuantos días descansa usted cuando toma vacaciones

| ALTERNATIVAS | # ENCUESTAS | % |
|--------------|-------------|-------------|
| De 1 a 2 | 18 | 10% |
| De 3 a 4 | 22 | 12% |
| De 5 a 6 | 27 | 15% |
| De 7 a 8 | 24 | 13% |
| 10 días | 32 | 17% |
| 15 días | 61 | 33% |
| TOTAL | 184 | 100% |

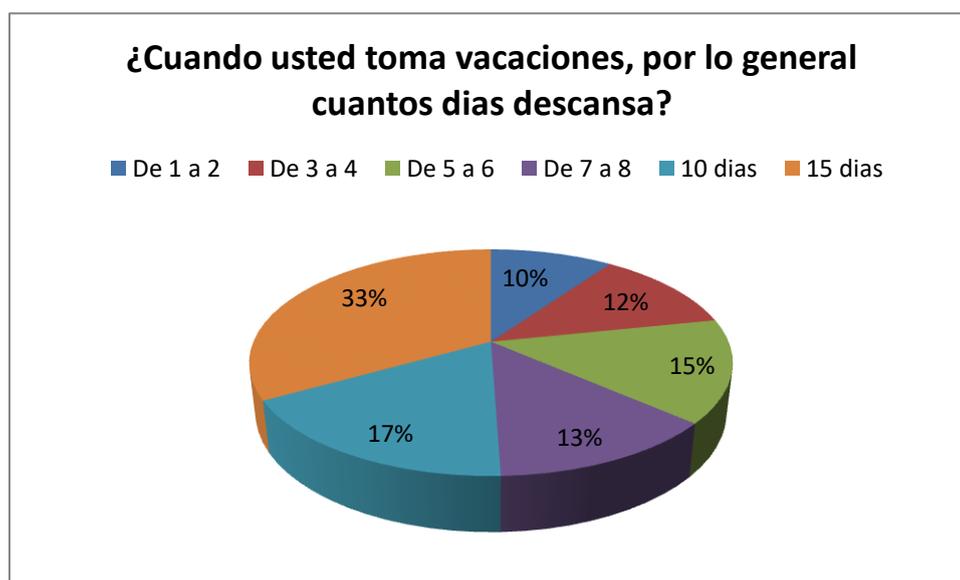


Figura 28. Cuantos días descansa usted cuando toma vacaciones

El 33% de los turistas investigados revelan que el tiempo de duración de sus vacaciones es de 15 días, el 17% de 10 días, un 15% entre 5 a 6 días, el 13% descansan de 7 a 8 días, y el restante de las opciones la detallamos en el cuadro # 32.

6¿En sus vacaciones, usted prefiere quedarse en casa o salir de viaje?

Cuadro 33. En sus vacaciones usted prefiere quedarse en casa o salir de viaje

| ALTERNATIVAS | # ENCUESTAS | % |
|----------------|-------------|-------------|
| En casa | 74 | 40% |
| Salir de viaje | 110 | 60% |
| TOTAL | 184 | 100% |



Figura 29. En sus vacaciones usted prefiere quedarse en casa o salir de viaje

El 60% de los turistas nacionales y extranjeros prefieren salir de viaje, y un 40% quedarse en casa.

7¿Cuál es el gasto promedio cuando toma vacaciones?

Cuadro 34. Cuál es el gasto promedio cuando toma vacaciones

| ALTERNATIVAS | # ENCUESTAS | % |
|---------------|-------------|-------------|
| \$20 - \$50 | 26 | 7% |
| \$60 - \$90 | 47 | 12% |
| \$100 - \$150 | 55 | 14% |
| \$160 - \$200 | 65 | 17% |
| \$250 - \$350 | 89 | 23% |
| Más de \$400 | 102 | 27% |
| TOTAL | 384 | 100% |



Figura 30. Cuál es el gasto promedio cuando toma vacaciones

El 27% de los turistas nacionales y extranjeros tienen un promedio de gasto en sus vacaciones más de \$400 dólares, seguido de 23% entre \$250 a \$350 dólares, y el resto de opciones la podemos observar en el cuadro # 34.

3.8. CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS

Las conclusiones a las que se arriban de los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas se resumen en:

El 48 % de los encuestados visitan Guayaquil por turismo y opinan favorablemente con la creación de la operadora. Este porcentaje de la población investigada constituye la demanda potencial de turistas a quienes con el personal adecuado tendrían asesoría en su estadía en la ciudad de Guayaquil.

De la demanda potencial investigada el 92% de los turistas estaría dispuesta a contratar los servicios de la operadora y cuyos gastos promedio oscilarían entre los USD\$ 150 a USD\$ 200 para su estadía en la ciudad de Guayaquil, y que incluye costos de transporte, alojamiento, alimentación entre otras gastos, basándose su elección en la calidad del servicio, atención, pero sobre todo el factor precio.

El 40% de los turistas nacionales y extranjeros se informan de nuevos servicios y paquetes que ofrece la operadora turista por vía internet, y gran parte de los turistas toman sus vacaciones una vez por año.

El estudio refleja que las principales actividades que los turistas están motivados se encuentran: los deportes, caminata para recorrer los lugares turísticos que cuenta la ciudad, con las garantías necesarias que brinde confianza y seguridad en los servicios, que lamentablemente hoy en día el mercado no las ofrece en su totalidad.

CAPÍTULO IV

4. LA PROPUESTA

4.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, provincia del Guayas.

4.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

En la actualidad en la Terminal Terrestre de Guayaquil, provincia del Guayas, no existe una Operadora Turística, que ofrezca los servicios de asesoramiento e información personalizada, paquetes turísticos, para los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil, siendo esto un factor primordial para la realización de este proyecto.

La creación de la Operadora Turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil trae consigo el informar a los visitantes los atractivos turísticos de la ciudad de Guayaquil, utilizando las cooperativas de transportes que ejercen sus actividades en dicha terminal, fortaleciendo el reto que mantiene el país de ser una potencia turística, a la vez que se crean nuevas fuentes de trabajo y la oportunidad de hacer crecer el turismo en la provincia del Guayas, haciendo un destino de excelencia a escala internacional.

El proyecto de las autoras tiene por objetivo atraer la inversión nacional y extranjera, mediante ofertas turísticas, garantizado el hospedaje, seguridad, tours, gastronomía y demás eventos a realizarse en la ciudad de Guayaquil, manteniendo el fortalecimiento de la oferta y el desarrollo sustentable de los espacios turísticos.

4.3. OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Elaborar el estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, provincia del Guayas.

4.4. OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA PROPUESTA

- Calcular los costos financieros para la creación de la Operadora Turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil.
- Determinar la rentabilidad de la Operadora Turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, considerando el potencial turístico nacional e internacional.

4.4.1. HIPOTESIS DE LA PROPUESTA

Con el estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, se podrá asesora e informar y ofrecerles paquetes turísticos a los turistas nacionales y extranjeros, que desean hacer turismo en la Ciudad de Guayaquil.

4.5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El contenido y flujo de la propuesta se basa en:

- Estudio del Mercado
- Impacto Ambiental
- Aspectos Económicos
- Financiamientos
- Rentabilidad

El estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, Provincia del Guayas, se encuentra en diferentes aspectos como los costos de mano de obra, muebles y enseres, equipo de computación, insumos y demás costos que deben ser analizados para considerar el rendimiento y beneficio de la operadora turística.

4.6. PARAMETROS GENERALES

Los parámetros generales son las condiciones con las cuales se va a trabajar para la estimación del estudio de factibilidad de la creación de una operadora turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil.

4.7. VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

Esta propuesta fue validada por la **Ing. En Marketing Gricelda América Pambabay Herrera**, con CI. **091256065-3**, quien señala que la propuesta guarda las condiciones para el conocimiento del estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, provincia del Guayas, la misma que se presenta en el (Anexo # 5).

4.8.ESTUDIO NORMATIVO O LEGAL

El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana y se halla facultado para promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente el receptivo y social como también la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas.

4.8.1. REQUISITOS Y REGLAMENTOS PARA EL FUNCIONAMIENTO

Normativa legal que ampara el desarrollo de la operación turística de las Agencias de viajes y operadoras de turismo. La normativa jurídica que ampara el desarrollo de la operación turística en el Ecuador se remite a un cuerpo legal que inicia con la Constitución de la República, Ley de Turismo, Reglamento General a la Ley de Turismo, Reglamento General de Actividades Turísticas, la Ley de Compañías.

4.8.2. LEY DE TURISMO

El artículo 3 prescribe que la iniciativa privada tiene como pilar fundamental del sector, la participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización. La iniciativa y la participación de las comunidades, con su cultura y tradiciones, preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, es un principio de la actividad turística.

En tanto que los artículos 4 al 7 prescriben que la operación constituye una actividad turística desarrollada por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual, es decir, no podrán ser ejercidas por aquellas personas jurídicas que no persigan fines de lucro.

Para el ejercicio de las actividades turísticas se requiere obtener el Registro de Turismo y la Licencia Anual de Funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio y se sujete a las normas técnicas de calidad vigentes.

El registro consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos previo al inicio de sus actividades y por una sola vez en el MINTUR, donde se establecerá la clasificación y categoría correspondiente conforme a la normativa prescrita en los artículos 8, 9 y 19 del citado reglamento.

4.8.3. REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO.

a) De la operación turística

El Reglamento General a la Ley de Turismo define a la operación turística como las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo Cultural, Turismo de Aventura, Ecoturismo, Turismo Rural, Turismo Educativo y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el MINTUR.

De igual forma el artículo 43 del citado reglamento prescribe que las empresas comerciales constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asociación con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esta actividad se considerará como parte del agenciamiento.

b) Del Registro Único de Turismo.

El Registro Único de Turismo es obligación de toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo al inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el Art. 5 de la Ley de Turismo, y consiste en la inscripción del prestador de servicios turísti-

cos en el catastro de servicios turísticos o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el MINTUR, y el pago por concepto de registro, se realizará una sola vez de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial.

El valor por concepto de registro será pagado una sola vez, siempre que se mantenga la actividad, en caso de que la actividad cambien se pagará el valor que corresponda a la nueva.

c) De la Licencia Anual de Funcionamiento.

Es la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrá operar y tendrá la vigencia durante un año y los sesenta días calendario del año siguiente y se constituye en el requisito previo a la operación, o al inicio y ejercicio de las actividades turísticas conforme a lo prescrito en el artículo 55.

4.8.4. LA LEY DE COMPAÑÍAS

El artículo 1 define al “contrato de Compañía” como aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades y se rige por las disposiciones de dicha Ley, así como por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

De las cinco especies de compañías de comercio previstas en la ley, la operadora turística se organizará jurídicamente bajo la forma de sociedad anónima, cuyo domicilio es la ciudad de Guayaquil que se inscribirá tanto en el Registro Mercantil como en la Cámara de

Turismo, así como la obtención del respectivo registro único de contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas.

4.8.6. BASE LEGAL PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA AGENCIA OPERADORA TURÍSTICA

Para el funcionamiento legal de la Operadora Turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil. Se partirá de la determinación de la Razón Social, incluyendo la marca turística representada a través del logotipo que permitirá el reconocimiento, posicionamiento y diferenciación de las demás operadoras.

4.9. LOGOTIPO

**OPERADORA TURISTICA
LAIMAR**



Vive el turismo.....a otro nivel

Para el funcionamiento legal de la compañía serán necesarios los siguientes trámites:

4.9.1. CONSTITUCIÓN DE LA OPERADORA TURISTICA

1.- Para la constitución de la operadora turística se realizaran los siguientes pasos:

- Nombre o razón social en la Superintendencia de Compañías.
- Obtención del RUC en el Servicio de Rentas Internas.
- A la superintendencia se entrega, formulario de RUC, cumplimiento de las obligaciones y existencia legal y datos generales.

2.- Registro en el MINTUR: El registro de la compañía se cumplirá con los siguientes requisitos:

- Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento de capital.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- Registro Único de Contribuyentes.
- Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va operar.
- Formulario de declaración del uno por mil sobre activos fijos.
- Listado de activos fijo
- Documentos personales del representante legal.

3. Obtención de la Licencia Anual de Funcionamiento en la Unidad de Turismo en la Terminal Terrestre de Guayaquil.

- Copia certificada de la escritura de constitución de la compañía, debidamente inscrita en el registro mercantil.
- Copia del RUC.
- Copia de documentos personales del representante legal.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Certificado de cancelación en el municipio por concepto de LUAF, la cantidad correspondiente para empresas de tipo dualidad.
- Declaración de los activos fijos para cancelar el impuesto del 1.5 por mil, lo establece en el art. 78, numeral 1 del Reglamento General a la Ley de Turismo referente a los procedimientos de recaudación, todos los establecimientos prestadores de servicios turísticos deberán pagar la contribución del uno por mil sobre activos fijos, cuyo pago se efectuará hasta el 31 de julio de cada año. (Anexo # 7 Formulario 1 por mil).

4. Renovación de la Licencia Anual de Funcionamiento en la Unidad de Turismo en la Terminal Terrestre de Guayaquil.

- Copia de documentos personales del representante legal en caso de que existiera cambios.
- Certificado de no adeudar al municipio.

- Certificado de cancelación en el municipio por concepto de LUAF (Licencia Única Anual de Funcionamiento), la cantidad correspondiente para empresas de tipo dualidad.

3. Beneficios sociales

Los beneficios sociales corresponden a aquellos derechos reconocidos a los trabajadores y que también son de carácter obligatorio que van más allá de las remuneraciones normales y periódicas que reciben por su trabajo. Dentro de los beneficios se menciona:

1. Afiliación a la Seguridad Social
2. Pago por horas extras y suplementarias.
3. Pago del décimo tercero y décimo cuarto sueldo:
4. Pago del fondo de reserva:
5. Vacaciones anuales remuneradas
6. Pago de la jubilación patronal
7. Licencia por paternidad
8. Licencia por maternidad; Pago del subsidio por maternidad
9. Pago de utilidades

4.9.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Políticas de Servicio

- La atención debe ser rápida y eficaz para los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil.
- No existirá exclusión por ningún cliente.

- Los reclamos y sugerencias de los turistas, serán tomados para el mejoramiento de los servicios ofrecidos.
- La operadora turística proveerá a sus clientes de información turística, difusión y venta material de propaganda.

El personal debe:

- Tener paciencia y experiencia en el área requerida.
- Ser respetuoso con los turistas, y mantener una buena comunicación.
- Ser participativo en las actividades que realice la operadora turística.
- La remuneración del personal será cancelado en dos partes, quincena y fin de mes.

4.9.3. VALORES QUE DEBEN PREDOMINAR EN LA OPERADORA TURISTICA EN LA TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL

- Puntualidad
- Honestidad
- Solidaridad
- Compromiso
- Lealtad
- Responsabilidad
- Respeto

La operadora turística se dedicará a mantener informado a los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil, sobre el turismo de la ciudad,

y a su vez a ofrecerles los paquetes turísticos atractivo e innovador que cause impacto en el consumidor.

4.9.4. MISIÓN

Ser una empresa líder en turismo, satisfaciendo las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil, brindándoles un servicio de excelente calidad.

4.9.5. VISIÓN

Posesionar a la operadora turística en la mente de los turistas como uno de los mejores aliados a la hora de planear su viaje de turismo o de negocio, para así lograr que la ciudad de Guayaquil se vuelva un destino turístico.

4.9.6. OBJETIVO GENERAL

Elaborar el estudio de factibilidad de la operadora turística “LAIMAR” en las instalaciones de la Terminal Terrestre de Guayaquil, como una empresa promotora del turismo en la ciudad de Guayaquil, para brindar nuevas opciones de paquetes turísticos, atraer turistas nacionales y extranjeros y generar rentabilidad sostenida a largo plazo.

4.9.7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir los principales sitios turísticos de la ciudad de Guayaquil.
- Efectuar el Estudio Técnico.
- Estructurar el Marco Administrativo.
- Realizar un Estudio de Mercado.

- Efectuar el Estudio Financiero

4.9.7.1. PRINCIPALES SITIOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Santiago de Guayaquil es una ciudad con una diversidad de escenarios para ser visitados con diferentes matices y atractivos unos enmarcados por el río Guayas y otros que enseñan su historia y muchos más que muestran su evolución siendo en la actualidad el malecón Simón Bolívar, el mismo que comprende un circuito turístico que conjuga con la arquitectura moderna y los legados históricos.

Se puede conocer el Barrio Las Peñas que es el más antiguo de la ciudad donde se realizó la fundación definitiva de la ciudad de Guayaquil, donde existen casa que mantienen la arquitectura de la época. Actualmente está tomando auge el Puerto Santa donde se observaran un nuevo sector comercial, residencial y turístico, se lo llama el nuevo icono turístico del Guayaquil Moderno, es el lugar más visitado por los turistas.

El malecón del Salado es otro atractivo turístico de la ciudad de Guayaquil donde se observa por las noches un juego monumental de luces de colores con mensajes llamativos, también se encuentra el puente ZIGZAG, lo nuevo y novedoso de este rincón guayaquileño-

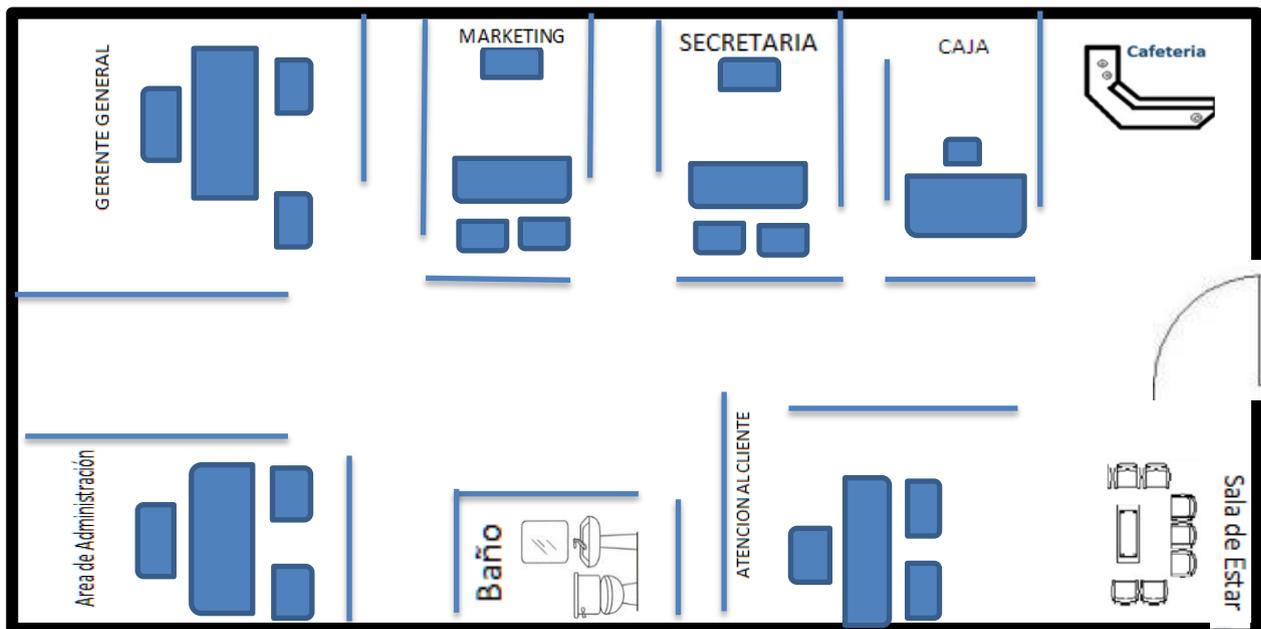
Para quienes les gusta la flora y fauna se puede visitar el jardín botánico o el parque histórico, sitios que muestran el encantador y futuro promicioso de la gran urbe porteña.

4.9.7.2. EL ESTUDIO TÉCNICO

Para que la operadora turística comience a prestar sus servicios a los turistas nacionales y extranjeros debe tener un ambiente agradable de manera que al ingresar el turista a las instalaciones sienta que es muy importante.

El espacio y obras físicas están en relación con las necesidades de equipos e insumos, requeridos en el proceso de diseño, así como del personal que los atenderá a los turistas nacionales y extranjeros, consta del departamento administrativo, atención al cliente, baño, una sala de estar y una cafetería.

Figura 31. Distribución de la Operadora Turística “LAIMAR”



4.9.7.3. EL MARCO ADMINISTRATIVO

MANUAL DE FUNCIONES

4.9.7.3.1. PRESIDENTE EJECUTIVO

- Ejecución de labores de dirección técnico – administrativas, programación y control de actividades administrativas, financieras, técnicas y legales de la Operadora Turística.
- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la Operadora Turística.
- Convocar y presidir las sesiones de Junta General de Accionistas.
- Presentar a la Junta General de Accionistas un informe anual de las labores de la Operadora Turística.
- Responsabilidad en la conducción de la Operadora Turística y el cumplimiento de políticas, objetivos y metas fijadas.
- Conocimiento en administración de empresas turísticas.
- En caso de ausencia temporal será reemplazado por el Gerente General de la Operadora Turística.
- Dominio del idioma inglés.

4.9.7.3.2. GERENTE GENERAL

- Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la Operadora Turística en ausencia del Presidente Ejecutivo.
- Presentar a la Junta General de Accionistas un informe anual de labores.
- Presentar ofertas a nombre de la Operadora Turística, en ferias y bolsas de turismo, concursos de precios y ofertas.

- Supervisar el trabajo de los funcionarios y empleados.
- Cumplir otras funciones que le asigne la Junta General de Accionistas.
- Responsabilidad en la conducción de cada uno de los departamentos de la Operadora Turística.
- En caso de ausencia temporal será reemplazado por quien designe la Juntas General de Accionistas.

4.9.7.3.3. SECRETARIA

- Dominio del idioma inglés.
- Redactar, transcribir y elaborar documentos que sea encomendado por los departamentos de la Operadora turística.

4.9.7.3.4. CONTADOR/A

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas de la operadora turística.
- Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable.
- Preparar y presentar las declaraciones tributarias del orden municipal y nacional.
- Presentar los informes que requiera el gerente general.
- Llevar el control de la cuentas por pagar.
- Emite cheques correspondientes a los proveedores y a los empleados por concepto de sueldos.
- Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.

4.9.7.3.5. ÁREA DE INFORMACIÓN

- Atender a los turistas con cordialidad y amabilidad.
- Dar una información adecuada a los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la terminal Terrestre de Guayaquil.
- Saber otros idiomas.
- Mantener limpio su área de trabajo.

4.9.7.3.6. ASESORES DE VIAJES

- Dar a conocer los paquetes turísticos que ofrecemos en la operadora turística.
- Dar a conocer los lugares y centros de distracción a los turistas.
- Explicarle y darle a conocer a los turistas nuestro encanto natural y cultural de la ciudad de Guayaquil.

4.9.8. ESTUDIO DE MERCADO.

Determina la viabilidad del proyecto, cuantificar el mercado, calcular su demanda potencial y de ventas, también se analiza las motivaciones y comportamientos de compra de los turistas nacionales y extranjeros que arriban en la Terminal Terrestre de Guayaquil, en lo cual incluirá en la medida posible una reflexión sobre la evolución futura que se espera del mercado.

4.9.9. ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero se analiza la capacidad de la operadora turística para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo, es la parte fundamental del estudio de factibilidad.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión.

Para realizar este estudio se ha utilizado información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento.

La viabilidad de lo propuesto consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo. En los períodos iniciales de un proyecto, la empresa debe incurrir en costos que otorgan beneficios en el futuro, como la publicidad, costos de organización. Pero debe haber una expectativa de obtener beneficios en el futuro.

4.9.9.1. ANÁLISIS FODA

Se refiere a la forma en que se utilizarán las fortalezas de la operadora turística, para aprovechar las oportunidades atractivas que ofrezcan el entorno o factores internos claves o matriz interna y externa o estrategias.

FORTALEZAS

- Excelente ubicación e infraestructura adecuada.

- Eficiencia en el servicio.
- Buena relación de precio y calidad de los paquetes turísticos.
- Atención personalizada y rápida.

OPORTUNIDADES

- Seremos una de las pocas operadoras turísticas que se dedica a la realización de este tipo de turismo en Guayaquil.
- Innovadores
- Amplio mercado laboral.

DEBILIDADES

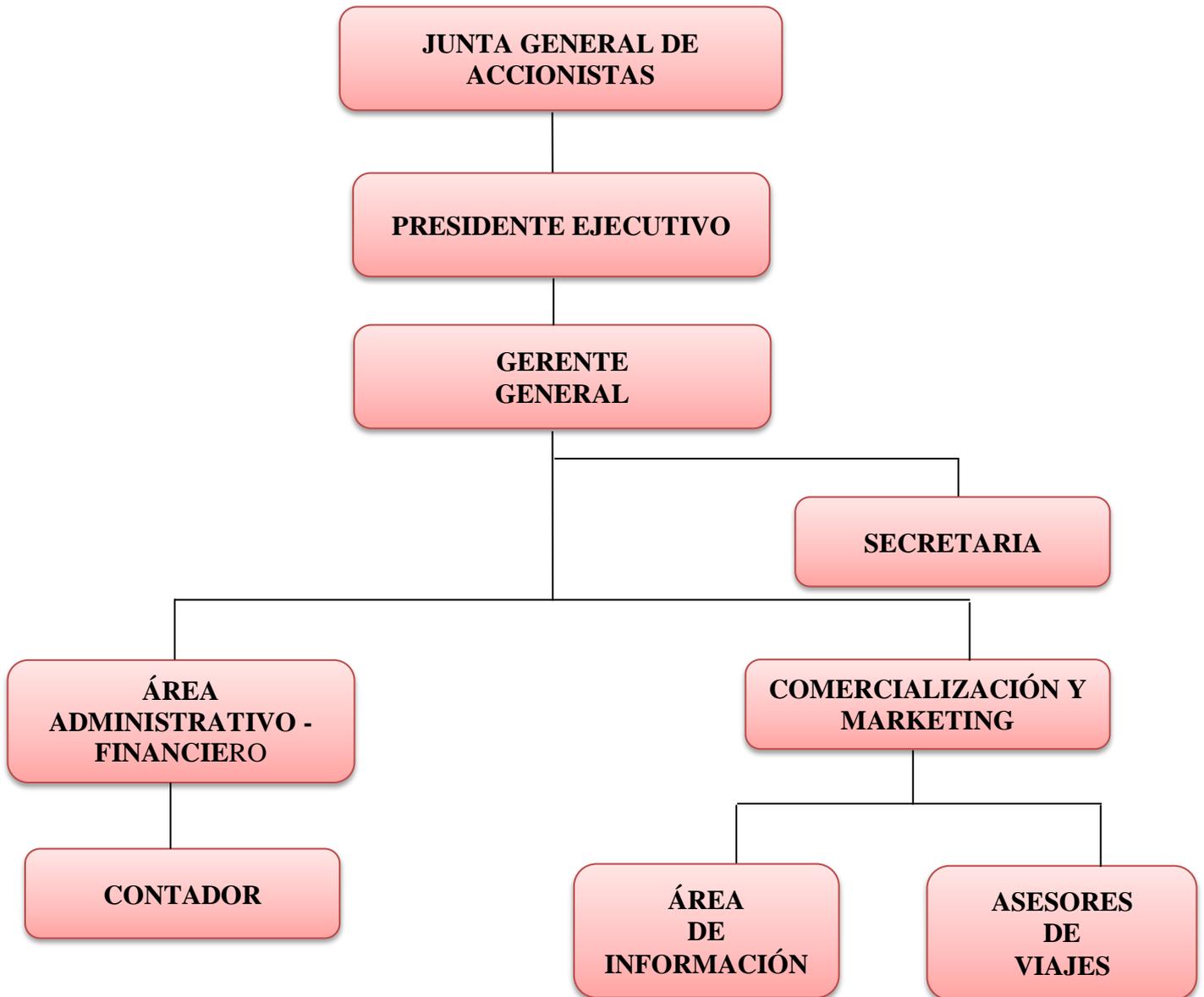
- Nuevos en el mercado.
- Marketing y promoción.
- Desaprovechamiento de herramientas tecnológicas y lentitud en su asimilación.

AMENAZAS

- Competencia.
- Precios más bajo por la competencia.
- Excesivo incremento en los impuestos

4.10. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL DE LA OPERADORA TURISTICA

En la Operadora Turística “LAIMAR”, se maneja de la siguiente estructura administrativa:



4.11. ESTUDIO AMBIENTAL

Son estudios que se realizan para predecir e identificar los impactos ambientales que podrían dar resultados favorables en el progreso del estudio de factibilidad con el ánimo de evitar resultados negativos ambientales que puedan darse en el medio, sean estos sociales, culturales, económicos, etc. Dentro del estudio de impacto ambiental en nuestro proyecto se han tomado en cuenta parámetros importantes como la identificación y valoración, los cuales nos permitirán establecer medidas para contrarrestar de una manera significativa que el proyecto pueda generar.

- Asegurar que los problemas a ocasionar al ambiente sean identificados en la etapa temprana del diseño, presentado opciones para tomar decisiones.
- Examinar en que forma pueden dañar las acciones humanas, a las comunidades y a otros proyectos de desarrollo.
- Propiciar la valoración económica de los efectos ambientales previstos y costo de su reducción.

4.11.1. EVALUACION DE IMPACTOS

4.11.1.1. POSIBLES IMPACTOS GENERADOS POR EL TURISMO

El ecoturismo demanda paisajes de gran belleza, zonas donde se puede apreciar la flora y fauna, y sobretodo lugares con alto interés natural, todo esto permite que se puedan desarrollar actividades turísticas que ayuden a apreciar dichos tesoros naturales, y como cualquier modalidad de turismo si no está planificada y controlada, puede destruirse el re-

curso del cual depende. Los posibles impactos más significativos que puede generar el turismo son:

- Afluencia excesiva, debido a la popularidad y promoción sobredimensionada del destino turístico.
- Alteración del paisaje natural (acumulación de desechos, erosión y compactación del suelo, deforestación).
- Contaminación de los recursos hídricos.
- Asentamientos ilegales e infraestructura turística no planificada.
- Poco control de las actividades recreativas que realizan los visitantes.

4.11.2. MEDIDAS DE MITIGACION

4.11.2.1. Políticas para reducir los impactos ambientales causados por los productos que ofrece la operadora turística “LAIMAR”.

- No arrojar basura en ninguno de los lugares especificados en los paquetes.
- Evitar fumar y encender fogatas en lugares no permitidos, constatar el completo apagado de colillas de cigarrillo, para evitar posibles incendios.

4.11.2.2. Medidas para reducir los impactos causados al interior de la operadora turística “LAIMAR”.

Los factores contaminantes que puede generarse durante el desarrollo de las operaciones de la operadora turística “LAIMAR” son los siguientes: ruido, olores, basura, desperdicio de agua potable, consumo excesivo de energía eléctrica entre otros.

Se considera que el impacto ambiental producido es leve, sin embargo la operadora turística deberá realizar las siguientes acciones mitigadoras y adoptarlas como políticas:

- Utilizar aromatizantes y desinfectantes naturales en barra o líquido, evitar el uso de aerosol ya que puede producir alergias y molestias respiratorias a los turistas a su ingreso a la operadora.
- Cuidar el desperdicio de agua potable cerrando las llaves de agua cada vez que sea utilizada y haciendo una inspección al finalizar la jornada de trabajo.
- Apagar completamente los equipos e instalaciones eléctricas al finalizar la jornada de trabajo mediante una inspección.

4.12. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico para la propuesta del estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, tiene como finalidad establecer el tamaño, la localización, la optimización de los recursos y la distribución de los espacios de la operadora, así como también, la ingeniería del proceso e inversiones durante su vida útil; con el propósito de generar las condiciones adecuadas, para que el servicio turístico ofertado sea efectivo.

4.12.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La determinación de la localización de la operadora turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, constituye una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible. Esto exige que su análisis se realice en forma integrada con las restantes variables del proyecto: oferta, demanda, competencia, entre otros.

4.12.2. MACRO LOCALIZACIÓN

Es importante realizar este análisis ya que nos permite vislumbrar las características, en donde se va a ubicar la operadora turística, así como también analizar las ventajas y las desventajas que puedan tener los sitios propuestos.



4.12.3. MICRO LOCALIZACIÓN

Es importante indicar que la operadora turística no afecta al medio ambiente, el cual se desarrollará sus actividades, evitando y minimizando los impactos que pueden ocasionar. Luego de este análisis, la operadora turística se ubicará en el las instalaciones de la Terminal Terrestre de Guayaquil, Provincia del Guayas, Avenida Benjamín Rosales y Avenida de Las Américas s/n, cuenta con todos los servicios básicos que favorecerá el desenvolvimiento de la operadora turística.

4.12.4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de ingeniería del proyecto se refiere a la operativa del proyecto es decir el qué, cómo y con qué se va producir. Debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles en la producción y comercialización del servicio ofrecido. Está relacionado, con el estudio legal, el estudio financiero y el estudio de mercado, los resultados del análisis de estas variables son determinantes en la evaluación del proyecto.

4.12.6. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PROYECTO

La operadora turística será una empresa que se dedique a la información, atención personalizada, a los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil, y a su vez a la comercialización de paquetes turísticos enfocados en el aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales, complementados con servicio de alojamiento, opciones para que el turista pueda conocer y disfrutar de la bondades que ofrece la ciudad de Guayaquil.

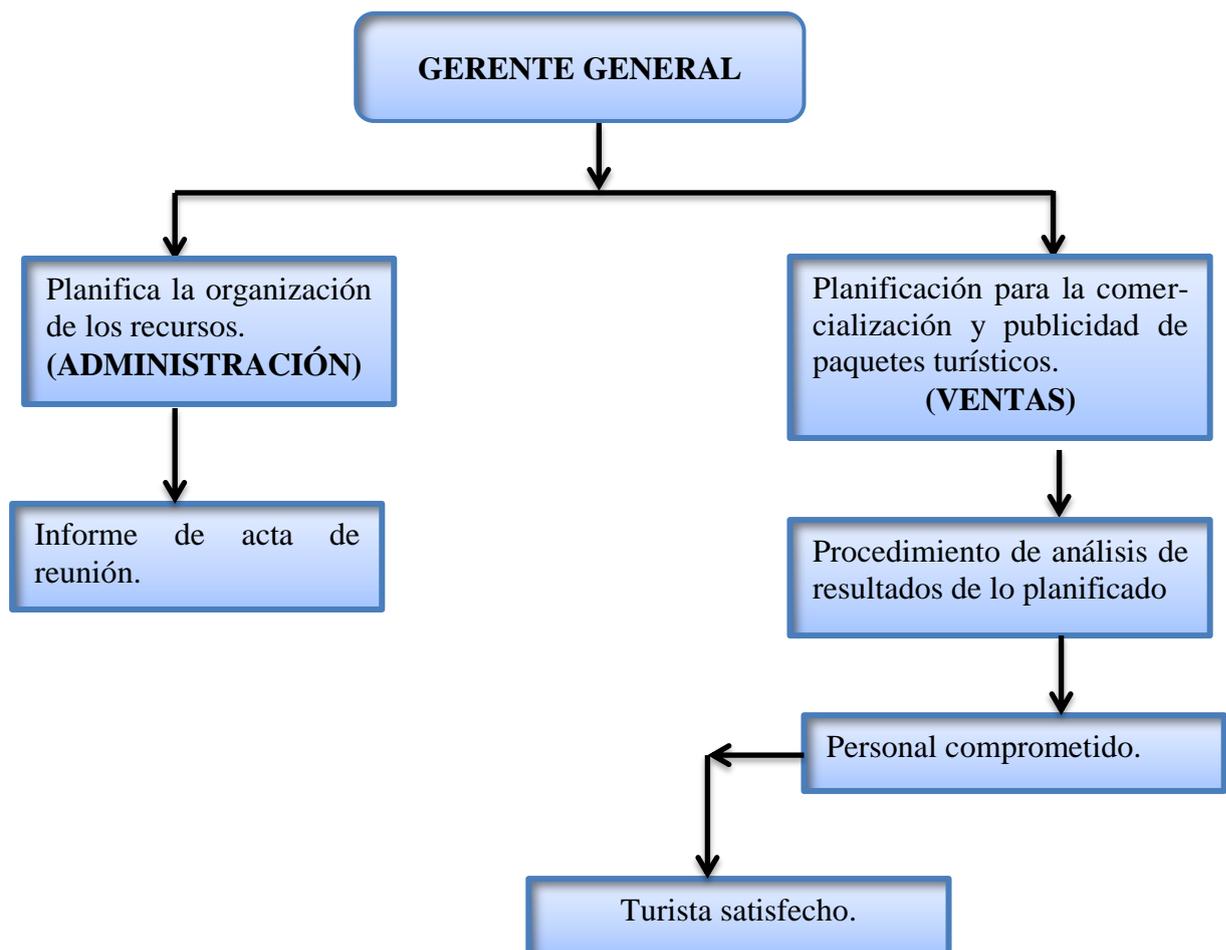
4.12.7. DIAGRAMA DE FLUJO

Para que la creación de la operadora turística tenga el éxito esperado, es necesario determinar a los que integraran la operadora y sus funciones designadas.

4.12.8. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

FLUJOGRAMA N° 1

PROCESO DE ACTIVIDADES DE LA OPERADORA TURISTICA "LAIMAR" EN LA TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL



Elaborado: Las autoras

4.12.9. ESTRUCTURA IMPOSITIVA Y LEGAL

Este criterio debe analizarse en la operadora turística, ya que en el desarrollo de proyectos turísticos se debe preservar el ecosistema, hay que tomar en cuenta las consideraciones legales y políticas que dan el marco de restricciones y oportunidades, al análisis tales como leyes sobre el nivel de contaminación, especificaciones de construcción, y en la agilidad en la obtención de permisos.

Para que la empresa entre a funcionar debe obtener los siguientes permisos:

- Ministerio de Turismo (registro).cuya tarifa es cero
- Ministerio de Turismo (licencia anual). Cuya tarifa es cero
- Ministerio de Salud (tasa por control sanitario y permiso de funcionamiento).\$240,00
- Bomberos \$ 30,00
- Sanidad y Patente Municipal \$80.00
- Cámara de turismo. \$150,00

Estos valores están reflejados en los gasto de constitución y organización. La operadora turística deberá cumplir con las siguientes obligaciones conforme a los plazos legales y reglamentarios luego que haya iniciado sus operaciones.

- Impuesto a la Renta.
- Impuesto al valor agregado (14%)
- Impuesto a los activos totales.
- Impuesto municipal por letreros y rótulos.

Disponibilidad de servicios básicos, como: electricidad, agua potable, líneas telefónicas, internet, entre otros. Disponibilidad de infraestructura física: el área seleccionada para establecer la operadora turística, brindará una buena imagen a los turistas nacionales y extranjeros, la cual contará con el espacio necesario, para a quienes acudan en busca de nuestros servicios.

4.12.10. INVERSIÓN INICIAL DE LA OPERADORA TURISTICA

La inversión inicial requerida para la operación de la sociedad “LAIMAR” en la Terminal Terrestre de Guayaquil es de **\$ 116.841.30** y, a su vez, requerirá de los siguientes equipos de computación, muebles y enseres, suministros, detallados a continuación.

4.12.10.1. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Sirve para llevar un control sobre los competidores y ofertas de los paquetes turísticos, base de datos de los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la terminal terrestre de Guayaquil. El detalle de los equipos requeridos se detalla en el cuadro #35.

Cuadro 35. Equipos de Computación

| Ítem | Cantidad | Precio Unitario | Precio Total |
|--------------------------------------|-----------------|------------------------|---------------------|
| Computadoras | 6 | \$ 750,00 | \$ 4.500,00 |
| Impresora / Copiadora tinta continua | 6 | \$ 450,00 | \$ 2.700,00 |
| TOTAL | | | \$ 7.200,00 |

Fuente: Computron

Elaboración: Las autoras

4.12.10.2. MUEBLES, ENSERES Y EQUIPOS DE OFICINA

Son aquellos equipos de oficina que facilitan el trabajo de los departamentos de la operadora turística, la cual comprende las herramientas que se necesita acorde al área de administración y en el área de ventas para mejorar las relaciones y funciones con los empleados para su labor diaria, especificamos en el siguiente cuadro # 36.

Cuadro 36. Muebles, enseres y equipos de oficina

| ítem | Cantidad | V/. Unitario | Total |
|-----------------------------|----------|--------------|---------------------|
| Teléfono | 1 | \$ 350,00 | \$ 350,00 |
| Calculadora/sumadora | 6 | \$ 80,00 | \$ 480,00 |
| Televisor | 2 | \$ 2.200,00 | \$ 4.400,00 |
| Acondicionador de aire | 2 | \$ 1.500,00 | \$ 3.000,00 |
| Caja registradora | 1 | \$ 250,00 | \$ 250,00 |
| Escritorios ejecutivos | 2 | \$ 350,00 | \$ 700,00 |
| Escritorios tipo secretaria | 4 | \$ 250,00 | \$ 1.000,00 |
| Sillas ejecutivas | 2 | \$ 180,00 | \$ 360,00 |
| Sillas tipo secretaria | 4 | \$ 120,00 | \$ 480,00 |
| Sillas de espera | 18 | \$ 35,00 | \$ 630,00 |
| Cafetera | 1 | \$ 65,00 | \$ 65,00 |
| Mueble para cafetería | 1 | \$ 500,00 | \$ 500,00 |
| Mesa de centro | 1 | \$ 300,00 | \$ 300,00 |
| Dispensador de agua | 1 | \$ 250,00 | \$ 250,00 |
| Archivadores aéreos | 5 | \$ 350,00 | \$ 1.750,00 |
| Archivadoras de 4 gavetas | 6 | \$ 250,00 | \$ 1.500,00 |
| Extintor | 1 | \$ 80,00 | \$ 80,00 |
| Enseres Varios | 1 | \$ 500,00 | \$ 500,00 |
| TOTAL | | | \$ 16.595,00 |

Elaborado por: Las autoras

4.12.10.3. PUBLICIDAD

Unas de las estrategias fundamentales es la de promocionar el servicio y el producto que ofrece la operadora turística, las relaciones interpersonales entre la gente de la empresa y el turista consumidor, producen el impacto desde el primer instante de la compra, buscar impresionar desde la imagen personal, el comportamiento amigable y una comunicación efectiva por partes de los asesores de viajes para que el turista nacional o extranjero se enamore del servicio que ofrece la operadora turística, sea un agente multiplicador de su experiencia de compra y que quiera nuevamente adquirir el servicio, con lo cual la operadora tendrá el mismo cliente.

La valla publicitaria tendrá el diseño y colores llamativos al interior y exterior de la operadora turística “LAIMAR”.

Una de las opciones valiosas será la publicidad por las redes sociales, para que se dé a conocer la operadora turística “LAIMAR”.

Comunicar a todos los amigos, familiares y amante al turismo y explicarle todas las bondades y servicios que ofrece la operadora turística, este también será unos de los motivos más importante de compra.

Cuadro 37. Publicidad

| Detalles | Características | Precio Total |
|--------------------------|---|---------------------|
| Marketing directo | | \$ 4.700,00 |
| Internet - Web | Publicación por 1 año, pág. principal, 8 links, tamaño 50 MB. | \$ 6.500,00 |
| Catálogos | Full color | \$ 1.800,00 |
| Tarjetas de presentación | Full color 1000 unidades | \$ 360,00 |
| Vallas publicitarias | Full colores llamativos | \$ 3.900,00 |
| TOTAL | | \$ 17.260,00 |

Fuente: Publicidades Imagen K

Elaboración: Las autoras

4.12.10.4. ACTIVOS DIFERIDOS

Son inversiones que se realiza sobre los activos intangibles, constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto, la cual incluye los costos de elaboración del proyecto, marcas y registros sanitarios, administrativos de la instalación de los servicios básicos, organización, los ítems principales en esta inversión son: patentes y permisos, gasto en puesta en marcha y gasto de organización, que da una totalidad de \$ 800.00 dólares, y se detallan el siguiente cuadro # 38.

Cuadro 38. Inversiones en activos diferidos

| INVERSIONES | TOTAL |
|---|------------------|
| Gastos estudio de factibilidad | \$ 300,00 |
| Gastos de Constitución y registro de la empresa | \$ 200,00 |
| Gastos de organización | \$ 300,00 |
| TOTAL | \$ 800,00 |

Elaborado por: Las autoras

4.12.10.5 GASTOS EN EL PERSONAL

El personal es considerado la parte medular de la operadora turística, porque es a través de ellos que se efectuarán las actividades para el logro de los objetivos tanto generales y específicos propuestos en este proyecto.

Cuadro 39. Sueldos y Salarios

| PRESUPUESTO DEL PERSONAL | | | | AÑOS % INFLACIÓN: REMUNERACIÓN BÁSICA | | | | |
|---------------------------------|------------|--------------------|------------------------|--|-----------------------|----------------------|-------------------|-----------------------------|
| Cargo | No. | Sueldos | Aporte Patronal | Total Mensual | Décimo Tercero | Décimo Cuarto | Vacaciones | REMUNERACIÓN MENSUAL |
| Gerente General | 1 | \$ 950,00 | \$ 115,43 | \$ 1.065,43 | \$ 79,17 | \$ 31,56 | \$ 39,58 | \$ 1.215,74 |
| Contador | 1 | \$ 750,00 | \$ 91,13 | \$ 841,13 | \$ 62,50 | \$ 31,56 | \$ 31,25 | \$ 966,44 |
| Secretaria | 1 | \$ 500,00 | \$ 60,75 | \$ 560,75 | \$ 41,67 | \$ 31,56 | \$ 20,83 | \$ 654,81 |
| Comercialización y Marketing | 1 | \$ 600,00 | \$ 72,90 | \$ 672,90 | \$ 50,00 | \$ 31,56 | \$ 25,00 | \$ 779,46 |
| Área de Información | 1 | \$ 550,00 | \$ 66,83 | \$ 616,83 | \$ 45,83 | \$ 31,56 | \$ 22,92 | \$ 717,14 |
| Asesores de Viajes | 1 | \$ 400,00 | \$ 48,60 | \$ 448,60 | \$ 33,33 | \$ 31,56 | \$ 16,67 | \$ 530,16 |
| TOTAL GASTO DE PERSONAL | | \$ 3.750,00 | \$ 455,64 | \$ 4.205,64 | \$ 312,50 | \$ 189,36 | \$ 156,25 | \$ 5.319,39 |

4.12.10.6. ESTUDIO DE SERVICIOS Y OTROS GASTOS

Facilita determinar cuáles son las necesidades y en qué cantidad se requieren para brindar un servicio de calidad, teniendo presente que el cliente es quien tiene la razón.

Cuadro 40. Servicios básicos y otros gastos

| Descripción | Valor anual en dólares |
|-----------------------|------------------------|
| Agua potable | \$ 455,00 |
| Luz eléctrica | \$ 2.150,00 |
| Internet | \$ 1.050,00 |
| Arriendo del Local | \$ 9.000,00 |
| Teléfono fijo / móvil | \$ 785,00 |
| TOTAL | \$ 13.440,00 |

Elaboración: Las autoras

4.12.11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cuadro 41. Cronogramas de actividades de la Operadora Turística "LAIMAR"

| OPERADORA TURISTICA "LAIMAR" | | | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|-------|-------|
| ACTIVIDAD | Semana 1 | Semana 2 | Semana 3 | Semana 4 | Mes 2 | Mes 3 |
| Inicio del proyecto | | | | | | |
| Otorgamiento del crédito | | | | | | |
| Constitución de la operadora | | | | | | |
| Arrendamiento del local | | | | | | |
| Adquisición de muebles - enseres y equipo de oficina | | | | | | |
| Adecuación de instalaciones | | | | | | |
| Publicidad de la operadora | | | | | | |
| Inauguración de la Operadora Turística | | | | | | |

4.13. ESTUDIO DE MERCADO

Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un servicio dentro del mercado. Es decir busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifica la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

4.13.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- Indagar las expectativas que tienen las personas por hacer turismo y las actividades que les gustaría realizar en la ciudad.

4.13.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la existencia de una necesidad insatisfecha que tienen los turistas nacionales y extranjeros al arribar a la Terminal Terrestre de Guayaquil.
- Estudiar la factibilidad de establecer una operadora turística que brinde un servicio de óptima calidad y a precios al alcance del turista nacional y extranjero.

4.13.3. ANALISIS DE MERCADO

Es un cálculo prudente del nivel de ventas esperado y que se utiliza principalmente para tomar decisiones de producción y flujos de efectivo. (Jaramillo, 2011).

Determina la viabilidad del proyecto, cuantificar el mercado, calcular su demanda potencial y de ventas, también se analiza las motivaciones y comportamientos de compra de los turistas nacionales y extranjeros que arriban en la Terminal Terrestre de Guayaquil, en lo cual incluirá en la medida posible una reflexión sobre la evolución futura que se espera del mercado.

4.13.4. TIPOS DE MERCADOS

El tipo de mercado a introducirse en la Terminal Terrestre de Guayaquil, es la incorporación de una Operadora Turística, que brinde a los turistas nacionales y extranjeros una asesoría adecuada y a su vez ofrecerles los paquetes turístico que ofrece la operadora para que su estadía en la ciudad sea placentera.

El tipo de mercado, que se impondrá está clasificado de la siguiente manera:

4.13.4.1. MERCADO POTENCIAL

Turistas nacionales y extranjeros que fluctúan entre los 18 y 75 años, que arriban en la Terminal Terrestre de Guayaquil, que desean un nuevo servicio y una atención personalizada y eficaz para su estadía en la ciudad de Guayaquil.

4.13.4.2. MERCADO OBJETIVO

- Mercado objetivo, es el grupo de personas que ingresan a diario a la Terminal Terrestre de Guayaquil, de las cuales son turistas nacionales y extranjeros entre las edades de 18 a 75 años que arriban a la ciudad.

4.12.4.3. MERCADO META

Es el grupo de turistas nacionales y extranjeros que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil, que se captará, servirá y se dirigirá los paquetes turísticos que ofrecerá la operadora turística “LAIMAR”,

4.13.4.4. MERCADO DEL PROYECTO

Para el proyecto de investigación, se establece que el mercado al cual se dirigen las autoras es a los turistas nacionales y extranjeros entre los 18 y 75 años que arriban en la Terminal Terrestre de Guayaquil, que desean conocer y adquirir información sobre el turismo en la ciudad de Guayaquil.

4.13.5. PUNTO CLAVE DEL PAQUETE TURISTICO

- La operadora turística “LAIMAR”, dispondrá con un personal altamente calificado, capacitado y disciplinado, de trato amable y eficiente, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil.
- Se brindará una información y asesoramiento adecuada sobre el turismo en la ciudad de Guayaquil.
- Se contará con proveedores de servicios de alojamiento responsable y comprometido con la excelencia del turista nacional y extranjero en su estadía en la ciudad de Guayaquil.

4.13.6. COMPETENCIA

La operadora turística “LAIMAR”, estará focalizada en la atención adecuada y personalizada al turista nacional y extranjero que arriba a la ciudad de Guayaquil a través de la Terminal Terrestre, para su estadía en la ciudad, a fin de posicionarla en el mercado.

Es muy importante, no perder de vista lo relacionado a los posibles competidores, el saber quiénes son, dónde estamos ubicados, que servicios se ofrece, cuál es la participación dentro del mercado; es parte de las estrategias de colocar en alto un servicio de calidad.

Esta información se toma de base para que la Operadora Turista LAIMAR tenga conocimiento de sus competencias en donde tendrá que competir en precios e innovaciones.

En la ciudad de Guayaquil, se encuentran 39 operadoras turísticas, entre las investigadas se detallan las siguientes:

GUANI TOURS OPERADORA DE TURISMO Y AGENCIA DE VIAJES.

Somos una empresa joven, la cual cuenta con personal altamente capacitado que provee servicios de planificación de viajes, circuitos, visitas y excursiones para turistas nacionales y extranjeros. Nuestra meta al igual que nuestro objetivo es el de brindar un servicio personalizado de una manera segura y eficiente.

De modo que, cuando visite nuestro hermoso país, gente amigable lo reciba con los brazos abiertos y experimente un viaje inolvidable. Nuestra oficina principal está localizada en

la ciudad de Guayaquil, una de las más importantes entradas al Ecuador. Desde aquí elaboramos viajes y brindamos servicios turísticos a cualquier parte del país. Estamos dispuestos a trabajar con agentes de viajes alrededor del mundo y convertimos en su proveedor de servicios turísticos aquí en Ecuador.

ADVENTOURS

Empresa líder en el ramo del turismo receptivo, ofreciendo altos estándares de calidad en el servicio y brindando recorridos y traslados turísticos dentro y fuera de la ciudad. Estando, a la vez, comprometidos en la búsqueda de mayores beneficios y valores agregados para nuestros clientes. Todo esto gracias a un crecimiento de forma planeada y sustentable ayudando así al crecimiento turístico de nuestro hermoso Ecuador. Proporcionar servicios de recorridos y traslados turísticos para todo aquel visitante, nacional o extranjero, que los requiera, de manera exclusiva y personalizada; explotando los recursos turísticos nacionales con calidad, acoplándonos a las necesidades de cada cliente, buscando siempre la mejor opción para lograr su satisfacción

CANSIONG TRAVEL

Es una agencia ecuatoriana que cuenta con muchos años de experiencia, por la cual nuestro principal propósito con el cliente es satisfacer sus necesidades y requerimientos, brindándole una excelente calidad de servicio junto con una estricta cultura de seguridad. Su objetivo es Asistir de forma integral al turista basados en estrictas normas de calidad y el más

avanzado y eficiente soporte tecnológico. Consolidarnos como una empresa multinacional líder en venta e innovación de exclusivos programas de viajes alrededor del mundo

ECUADOR EXPEDITIONS

Nace con el objetivo de dar a conocer a nuestros clientes una nueva forma de disfrutar del turismo Basándonos principalmente en: Confianza: Brindando a nuestros clientes seguridad puntualidad honestidad calidez y profunda entrega, para lo cual todo nuestro personal está altamente calificado y especializado en todas y cada una de sus actividades.

Estrategias: Nuestra estrategia principal es brindar la calidad de servicios con precios competitivos donde el cliente quede satisfecho de su servicio. Nos consideramos como especialistas del viaje a la medida, actividad que engloba todas las clases de presupuestos para su recorrido.

Competitividad: Nuestros servicios están basados de acuerdo al requerimiento del turista servicio de Hoteles, Transportes, transfer, ticket aéreos restaurantes buscando siempre la calidad en sus servicios y experiencia. Conscientes de nuestra capacidad, y profesionalismo, operamos nuestros propios productos brindando un servicio personalizado.

A quién va dirigido: Nuestro producto está dirigido a turistas nacionales y extranjeros sin límite de edad que gusten de la Naturaleza, de la aventura, que encanten haciendo cosas nuevas y actividades diferentes conociendo otros lugares, sus culturas, historias y religio-

nes, disfruten del simple hecho de viajar, para esas personas procuramos ser siempre innovadores dar el valor agregado a todas nuestras actividades haciendo del Ecuador un destino para visitar a nivel mundial.

Donde estamos: Nuestras oficinas se encuentran en Guayaquil, desde donde desarrollamos todas nuestras actividades, programamos paquetes de viajes y atendemos a nuestros clientes.

MANGLAR ROJO

Es una empresa especializada en turismo receptivo dentro del Ecuador. Le garantizamos satisfacción por medio de nuestros servicios turísticos que incluyen todo tipo de visitas guiadas, alojamiento, transporte aéreo y terrestre, tours cortos y de larga duración. Lo que usted necesita nosotros lo ofrecemos. El nombre comercial de nuestra empresa, Manglar Rojo, se creó en el 2003, con la finalidad de identificarnos con uno de los íconos más importantes de la hermosa costa ecuatoriana y a su vez unirnos a la protesta en contra de la tala indiscriminada del manglar.

En el Ecuador, es sobre todo, fuente de ingreso para muchas familias que dependen directamente de la conservación del hábitat de los cangrejos. Cuidar el ecosistema es la responsabilidad principal de los habitantes del planeta Tierra.

AGENCIA DE VIAJES MARCY TOUR

Marcy Tour es una empresa de turismo con 29 años de experiencia, nació como operadora de turismo. Cuentan con un grupo de profesionales y servicios de primer nivel, realizan Tours dentro de la ciudad con guías en idiomas como el español, inglés, alemán, francés, italiano, japonés, entre otros.

EXPEDISA

Empresa líder e innovadora en servicios turísticos de mayor reconocimiento en el mercado que supere las expectativas de los clientes nacionales e internacionales garantizando la calidad y agilidad hacia ellos a través de un equipo humano competente, responsable y eficiente que cuente con la cooperación de proveedores calificados.

Esta ciudad, la más numerosa del país y de gran importancia en su economía, ha sido transformada favorablemente en las dos últimas décadas. El recorrido se lo hará mayoritariamente caminando en el centro de la ciudad para tener la oportunidad de conocerla verdaderamente. Se visitan interesantes sitios tales como el Parque de las Iguanas –también conocido como el parque Seminario, el Municipio de la ciudad, la Torre Morisca, el Malecón 2000, el Barrio las Peñas, entre otros. Este tour tiene una duración aproximada de 3 horas.

4.13.7. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En cuanto a los competidores es un tema que no se puede ignorar, por lo que se han realizado investigaciones sobre los diferentes servicios que prestan las operadoras de turismo en Guayaquil, de donde el 78% son agencias de viajes que tienen por actividad la venta de pasajes aéreos al exterior sin considerar el turismo receptivo y el 20% son operadores turísticos, los verdaderos competidores, y el 2% ofertan paquetes al exterior.

Con lo ya investigado se contempla que la competencia existe en la ciudad de Guayaquil, pero no se explota un servicio diferente para brindar al turista donde sea atractivo, interesante y asequible, con miras a hacer la preferencia del mercado, logrando el éxito de la operadora turística.

4.13.8. GUSTOS Y PREFERENCIAS DEL CLIENTE

Mediante la encuesta realizada, el mayor porcentaje de turistas nacionales y extranjeros, les atrae en su tiempo libre conocer más a la ciudad, realizar turismo, conocer la cultura de Guayaquil, la gastronomía, las áreas recreativas, los centros comerciales y los atractivos lugares nocturnos que ofrece la ciudad, y en menores porcentajes algunas otras actividades.

4.13.9. PRODUCTO

Algunos de los aspectos del producto total, que tiene relevancia desde el punto de marketing de destinos turísticos es el siguiente:

- Las instalaciones y servicios del destino, son el conjunto de elementos que hacen que sean posibles y facilitan la estancia del turista en la ciudad de Guayaquil.
- La imagen del destino, es muy importante para el turista.
- La accesibilidad el conjunto de factores que influyen sobre los costos en términos de tiempo y dinero para llegar a un determinado destino.

4.13.10. ITINERARIO DESCRIPTIVO DE LOS PAQUETES TURISTICOS

Los paquetes turísticos que se ofrecerá en la operadora turística “LAIMAR”, con sus expectativas, diseños y elaboración, basándose a las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros que arriban en la Terminal Terrestre de Guayaquil, se han elaborado paquetes turísticos con itinerarios diferentes de acuerdo a los gustos y preferencias de las personas encuestadas, los cuales se detallan a continuación:

- **Paquete #1:** 1 noche / 2 días
- **Paquete # 2:** 3 noches / 4 días
- **Paquete # 3:** 4 noches / 6 días
- **Paquete # 4:** 6 noches / 7 días
- **Paquete # 5:** 7 noches / 8 días

Cuadro 42. Descripción de los Paquetes Turísticos de la Operadora “LAIMAR”

| OPERADORA TURISTICA “LAIMAR”  | |
|---|--|
| PAQUETE TURISTICO # 1 Duración: 1 noche / 2 días | |
| Días | |
| 1 | Desayuno en el hotel y distribución de habitaciones A las diez de la mañana recorrido turístico – Cabecera Cantonal Guayaquil Almuerzo Típico en el hotel Por la tarde visita al Barrio Las Peñas Retorno al hotel (alojamiento y cena) |
| 2 | Desayuno en el hotel Salida y recreación a Evento culturales Almuerzo Caminata por el Malecón del Salado Retorno al Hotel (alojamiento y cena) |
| Precio: \$ 156,36 | |
| El precio incluye: Transporte Alojamiento en habitaciones Alimentación (2 desayunos, 2 almuerzo y 1 cena) Todas las visitas incluidas en el programa | |
| En paquete no incluye: Valor de Entradas Propinas Ningún servicio no especificado en el programa. | |

| PAQUETE TURISTICO # 2 Duración: 3 noches / 4 días | |
|---|---|
| 1 | Desayuno en el hotel Visita al Malecón 2000 Almuerzo libre Visita a los Centros Comerciales de Guayaquil Cortesía noche de Peña + 1 Caipiriña Cena con platos típicos al escoger Descanso en el hotel |
| 2 | Desayuno en el Hotel Recorrido parque de las Iguanas almuerzo Paseo en botes Parque Samanes Merienda en el hotel Obra de Teatro en el Centro de Arte Retorno al Hotel |
| 3 | Desayuno en el hotel Recorrido al Cerro Santa Ana, en el cual se podrá comprar artesanías. Vista al Museo Centro Cultural Simón Bolívar Almuerzo en el hotel Caminata al Parque Histórico Retorno al hotel |
| 4 | Desayuno Recorrido al Bosque Protector Cerro Blanco Caminata al Parque Seminario Almuerzo en el Hotel Parque Ecológico Viernes Santos Retorno al hotel a empacar sus pertenencias |
| Precio: \$ 339,29 | |
| El precio incluye: Transporte Alojamiento en habitaciones Alimentación (4 desayunos, 4 meriendas y 3 cenas) Todas las visitas incluidas en el programa | |
| En paquete no incluye: Valor de Entradas Propinas Ningún servicio no especificado en el programa | |

PAQUETE TURISTICO # 3**Duración: 5 noches y 6 días**

| | |
|----------|--|
| 1 | Desayuno en el hotel Visita al Parque El Lago Almuerzo en el hotel Bulevar de la 9 de Octubre Peña Bar Descanso en el hotel |
| 2 | Desayuno en el Hotel Centro Recreacional y balneario Puerto Hondo Merienda en el Hotel Parque Seminario Retorno a las habitaciones |
| 3 | Desayuno en el Hotel Recreación en el Parque Forestal Caminata a la Torre Morisca o Reloj Publico Museo Julio Jaramillo Zona Rosa (opcional) Retorno al Hotel |
| 4 | Desayuno en el Hotel Recorrido Museo Nahim Isaías Cerro del Carmen se encuentra Monumento del Corazón de Jesús y el Vía Crucis. Almuerzo Caminata por la Plaza de San Francisco Peña bar en el hotel (opcional) Descanso |

| | |
|--|---|
| <p style="text-align: center;">5</p> | <p>Desayuno en el Hotel Recorrido Centro Cultural Simón Bolívar Almuerzo Recorrido Museo Presley Norton Zona Rosa (opcional) Retorno al Hotel</p> |
| <p style="text-align: center;">6</p> | <p>Desayuno en el hotel Recorrido Museo Municipal Almuerzo platos típicos al elegir Recreación en las piscinas del Hotel Empacar sus pertenencias y retorno a su ciudad o país de origen.</p> |
| <p>Precio: \$ 522,22 El precio incluye: Transporte Alojamiento en habitaciones Alimentación (6 desayunos, 6 meriendas y 5 cenas) Todas las visitas incluidas en el programa.</p> <hr/> <p>En paquete no incluye: Valor de Entradas Propinas Ningún servicio no especificado en el programa.</p> | |

| PAQUETE TURISTICO # 4 Duración: 6 noches / 7 días | |
|--|---|
| 1 | Desayuno en el Hotel Recreación en las piscinas e instalaciones del Hotel Almuerzo en el Hotel Recorrido al Museo Presley Norton Merienda en el hotel Karaoke y barra libre en el hotel (opcional) Descanso en el hotel |
| 2 | Desayuno en Hotel Caminata al Malecón 2000 Recorrido Museo Julio Jaramillo Recorrido al Museo Bombero Feliz Luque Plata Almuerzo de platos típicos Retorno y descanso en las habitaciones del hotel |
| 3 | Desayuno en Hotel Recorrido Museo Naval Contemporáneo Almuerzo en el Hotel Recorrido a la Plaza San Francisco Noche nocturna Paseo en el Barco el Morgan (opcional) Retorno en el Hotel |
| 4 | Desayuno en Hotel Recorrido en Bus Guayaquil Turístico Caminata Bosque Protector Cerro Blanco Almuerzo Noche de cine en el Centro Comercial San Marino Retorno al Hotel |
| 5 | Desayuno en Hotel Recorrido Centro Recreacional y Balneario Puerto Hon- do Almuerzo Retorno en el Hotel |

| | |
|--|---|
| <p style="text-align: center;">6</p> | <p>Desayuno en el Hotel Caminata Parque Histórico Recorrido al Museo de Julio Jaramillo Almuerzo Zona Rosa (opcional) Retorno al hotel</p> |
| <p style="text-align: center;">7</p> | <p>Desayuno en el Hotel Recorrido Malecón del Estero Salado y Plaza Rodolfo Baquerizo Moreno Almuerzo Empacar sus pertenencias y retorno a su ciudad o país de origen.</p> |
| <p>Precio: \$ 613,68 El precio incluye: Transporte Alojamiento en habitaciones Alimentación (7 almuerzos, 7 meriendas y 6 cenas) Todas las visitas incluidas en el programa.</p> <hr/> <p>En paquete no incluye: Valor de Entradas Propinas Ningún servicio no especificado en el programa.</p> | |

| PAQUETE TURISTICO # 5 Duración: 7 noches / 8 días | |
|--|--|
| 1 | Desayuno en el Hotel Paseo en el bus de Guayaquil Turístico Almuerzo en el hotel Disfrutar de la exquisita gastronomía de Guayaquil en el Centro de Convenciones Cena especial Noche de discoteca (opcional) |
| 2 | Desayuno en Hotel Recorrido Museo Naval Contemporáneo Almuerzo en el Hotel Recorrido a la Plaza San Francisco Noche nocturna Paseo en el Barco el Morgan (opcional) Retorno en el Hotel |
| 3 | Desayuno en el Hotel Recorrido Museo Nahim Isaías Cerro del Carmen se encuentra Monumento del Corazón de Jesús y el Vía Crucis. Caminata por la Plaza de San Francisco Almuerzo Peña bar en el hotel (opcional) Descanso |
| 4 | Desayuno en el Hotel Recorrido parque de las Iguanas almuerzo Paseo en botes Parque Samanes Merienda en el hotel Obra de Teatro en el Centro de Arte Retorno al Hotel |

| | |
|--|---|
| 5 | <p>Desayuno en el Hotel</p> <p>Caminata a la Torre Morisca o Reloj Publico</p> <p>Casa de la Cultura / Museo Carlos Cevallos Menéndez</p> <p>Almuerzo típico</p> <p>Recorrido Museo Municipal</p> <p>Retorno al Hotel</p> |
| 6 | <p>Desayuno en el Hotel</p> <p>Caminata Parque Histórico</p> <p>Recorrido al Museo de Julio Jaramillo</p> <p>Almuerzo</p> <p>Zona Rosa (opcional)</p> <p>Retorno al hotel</p> |
| 7 | <p>Desayuno en Hotel</p> <p>Caminata al Malecón 2000</p> <p>Recorrido Museo Julio Jaramillo</p> <p>Recorrido al Museo Bombero Feliz Luque Plata</p> <p>Almuerzo de platos típicos</p> <p>Retorno y descanso en las habitaciones del hotel</p> |
| 8 | <p>Desayuno en el Hotel</p> <p>Compras en EL Centro Comercial Mall del Sol</p> <p>Almuerzo</p> <p>Empacar sus pertenencias y retorno a su ciudad o país de origen.</p> |
| <p>Precio: \$ 705,14</p> <p>El precio incluye:</p> <p>Transporte</p> <p>Alojamiento en habitaciones</p> <p>Alimentación (8 almuerzos, 8 meriendas y 7 cenas)</p> <p>Todas las visitas incluidas en el programa.</p> <hr/> <p>En paquete no incluye:</p> <p>Valor de Entradas</p> <p>Propinas</p> <p>Ningún servicio no especificado en el programa.</p> | |

Elaborado por: Las autoras

Todos los paquetes turísticos están destinados a los turistas nacionales y extranjeros, que gusten de la cultura y tranquilidad que le brinda el turismo de la ciudad de Guayaquil, donde podemos encontrar diferentes lugares turísticos, lleno de historias, tradiciones y costumbres, que dan lugar al encanto visual del turista, adquiriendo paz e interés a cada paso que se dé.

4.13.11. DETALLE DEL PRECIO

Los precios establecidos van en relación, al estudio de la demanda y al análisis de costos de tal manera que sea posible competir en el mercado, es necesario indicar que los precios se ajustaran de acuerdo a las condiciones de los proveedores. (Anexo # 5)

En relación a las encuestas realizadas se han determinado los siguientes precios para cada paquete turístico establecido:

- **Paquete #1:** 1 noche / 2 días Valor \$156,36
- **Paquete # 2:** 3 noches / 4 días: Valor \$339,29
- **Paquete # 3:** 4 noches / 6 días: Valor \$522,22
- **Paquete # 4:** 6 noches / 7 días Valor \$613,68
- **Paquete # 5:** 7 noches / 8 días Valor \$705,14

4.13.12. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

El precio es un indicador de calidad para muchos consumidores, es un poderoso instrumento competitivo en los mercados que existen pocas regulaciones. Teniendo en cuenta la clase de paquetes turísticos ofrecidos y las condiciones actuales del mercado, los precios se fijaran con base en la estructura de costos de la empresa proveedora, sin descuidar los niveles de precios de la competencia.

El método utilizado para la fijación de precios para el primer año se basó en recargar un 20% sobre el costo de venta determinado para cada uno de los paquetes.

A partir del segundo año se al precio establecido en el primer año se incrementó en base al porcentaje de inflación proyectado para el período 2017-2020, debiéndose anotar que para los años 2017 y 2018 dicha tasa inflación fue basado en la competencia, ya que por lo general los clientes buscan precios similares.

Cabe indicar que al ser este un servicio directo no se necesitará de intermediarios, por ende el precio establecido será el que permanezca al momento del cálculo de los ingresos en el estudio financiero. En el siguiente cuadro se presenta los precios de venta para los diferentes paquetes ofertados para el primer año:

Cuadro 43. Determinación del precio de venta

| NO. | Duración del paquete turístico | Precio por Paquete |
|------------|---------------------------------------|---------------------------|
| 1 | 2 días /1 noches | \$ 156,36 |
| 2 | 4 días / 3 noches | \$ 339,29 |
| 3 | 6 días / 5 noches | \$ 522,22 |
| 4 | 7 días/ 6 noches | \$ 613,68 |
| 5 | 8 días / 7 noches | \$ 705,14 |

Elaborado por: Las autoras

4.13.13. PROVEEDORES

Los proveedores de los servicios en el presente estudios son los que proporcionan los servicios turísticos y que realizan las actividades de una manera organizada y regulada por las instituciones pertinentes.

Los servicios que se utilizarán son el alojamiento, la alimentación, la guía y actividades culturales programadas.

Cuadro 44. Proveedores

| Servicio | Hotel Garzota Inc. |
|--|--|
| Alojamiento | Habitación doble, baño privado, agua caliente y fría |
| Precio por persona al día | \$ 15,00 |
| Restaurante | Desayuno, almuerzo y cena , comida típica elaborada con productos orgánicos |
| Precio por persona al día | \$ 10,00 |
| Servicio | Guianza Lcdo. Jorge Lombeida |
| Guianza (personal bilingüe) | Caminatas : Grupos de 1 a 12 personas \$20,00: Malecón 2000, Barrio las Peñas, Cerro Santa Ana , Parque El Lago, Parque Samanes, Centros Comerciales, Parque Histórico |
| Precio por persona al día | \$ 20,00 |
| Servicio | Serviflash |
| Transporte | Alquiler de furgoneta con A/C y S.S.H.H. con capacidad para 12 personas |
| Precio por personas al día | \$ 30,00 |
| Precio total por persona al día | \$ 75,00 |

Elaborado por: Las autoras

4.13.14. COMERCIALIZACIÓN

El objetivo de la comercialización y distribución consiste en hacer llegar el paquete turístico a las personas que arriban en la Terminal Terrestre de Guayaquil, en el momento y lugar adecuado, el turista se siente con mayor tranquilidad cuando se le entrega un itinerario e información sobre el turismo en Guayaquil, y así pueda disfrutar de su viaje y estadía en la ciudad, con la conformidad y seguridad que le ofrece la operadora turística.

4.14. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es la ordenación y sistematización de la información generada por trayectos posteriores, elaborados en documentos para la revisión de la situación financiera de la operadora turística y los resultados de su operación y otros aspectos de carácter financiero.

Para el análisis del mismo se necesita de estos puntos: componentes de la inversión: activos fijos y otros activos, subdivididos en: infraestructura y estructura, equipos de computación y de oficina, estudios y proyectos, inversión total, monto individual de los rubros de los activos fijos, otros activos y del capital del trabajo, depreciación y amortización, financiamiento de terceros, volumen de ocupación, ingresos, estado de resultados.

El capital del trabajo muestra el destino, el tiempo y la inversión de los aportes de los socios o del empresario.

La finalidad del estudio financiero es dar a conocer y evaluar la inversión de criterios cuantitativos, con sus respectivos rubros en deuda y capital, y tomando en cuenta el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), estado de utilidades y pérdidas.

4.14.1. POLITICAS PARA EL DESARROLLO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LA OPERADORA TURISTICA “LAIMAR” Y SUS PROYECCIONES.

Para la determinación de los montos de inversión, ingresos por ventas, costos y gastos de proyecto y todos los rubros que se deben manejarse para la proyección de resultados.

- El precio de los paquetes turísticos corresponde el costo más un 25% de utilidad.
- El nivel de ventas será establecido en base del estudio de mercado y se incrementara en base a las proyecciones establecidas.
- La totalidad de las ventas será siempre cobrada de contado.
- Para la depreciación de los activos será linealmente.
- Se mantendrá un saldo final de caja de aproximadamente de \$ 150.000,00, calculado en base a los requerimientos para costos y gastos promedios de cada año.

4.14.2. INVERSIONES DEL PROYECTO

Conforme se muestra en el cuadro # 45 el monto total de la inversión asciende a la suma de \$ 116,840.31, el mismo que se desglosa en el 20% en activos fijos, el 1% en activos intangibles y el restante 79% a capital de trabajo.

Cuadro 45. Inversión del Proyecto

| Inversión del Proyecto | | | |
|---|-------------------------|----------------------|-------------|
| Concepto | Vida Útil (años) | Total (\$) | % |
| <u>A: Activos fijos</u> | | \$ 23,795.00 | 20% |
| Equipos de computación | 5 | \$ 7,200.00 | |
| Equipos de Oficina | 5 | \$ 830.00 | |
| Muebles y Enseres | 20 | \$ 15,765.00 | |
| <u>B: Activos Intangibles</u> | 5 | \$ 800.00 | 1% |
| Gastos estudios de factibilidad | | \$ 300.00 | |
| Gastos de constitución y registro de la empresa | | \$ 200.00 | |
| Gastos de organización | | \$ 300.00 | |
| <u>C: Capital de Trabajo</u> | | \$ 92,245.31 | 79% |
| Caja – Banco | | \$ 85,245.31 | |
| Garantías del Local | | \$ 7,000.00 | |
| Valor Total | | \$ 116,840.31 | 100% |

Elaboración: Las autoras

Dicha inversión se financiará en un 9% con recursos propios y el 91% con fondos ajenos.

La composición accionaria de LAYMAR S.A.se presenta en la tabla # 46 donde se detalla la participación de las personas involucradas en la creación de la Operadora Turística. Cada accionista apporto con un 50% de dinero como acciones en la empresa, correspondiendo a \$5,000.00 dólares americanos, el total de accionista es de 2 socios, dando como resultado el 100% de acciones en dólares de 10,000.00.

Cuadro 46. Cuadro de Accionistas

| CUADRO DE ACCIONISTAS DE LAYMAR S.A | | |
|--|-----------------------------|-------------|
| NOMBRES | APORTACIONES DOLARES | % |
| SOCIO 1 | 5,000.00 | 50% |
| SOCIO 2 | 5,000.00 | 50% |
| TOTAL DE APORTACIONES | 10,000.00 | 100% |

Elaborado: Las autoras

El saldo del 92% de la inversión a financiar con fondos ajenos se lo realizará mediante un préstamo de \$106.840,31 a gestionar con el Banco Bolivariano a un plazo de 5 años con una tasa de interés del 11.83% anual pagadero en 60 dividendos mensuales de \$ 2367,44, el mismo que será garantizado con la constitución de una hipotecaria de un bien inmueble conformado por un terreno de 160 m2 y vivienda de hormigón armado de 120 m2 de construcción avaluado en \$ 110.000,00

Cuadro 47. Capital Propio

| CAPITAL | VALOR | PROPORCIÓN |
|----------------------|----------------------|-------------------|
| Capital Propio | \$ 10,000.00 | 8% |
| Préstamo | \$ 106,840.31 | 92% |
| Capital Total | \$ 116,840.31 | 100% |

Elaboración: Las autoras

En el cuadro # 48 se presenta la tabla de amortización del préstamo

Cuadro 48. Tabla de Amortización

| # pág. | Pago interés | Capital | v/.div |
|--------|--------------|-------------|-------------|
| 1 | \$ 1.053,27 | \$ 1.314,17 | \$ 2.367,44 |
| 2 | \$ 1.040,31 | \$ 1.327,12 | \$ 2.367,44 |
| 3 | \$ 1.027,23 | \$ 1.340,21 | \$ 2.367,44 |
| 4 | \$ 1.014,02 | \$ 1.353,42 | \$ 2.367,44 |
| 5 | \$ 1.000,67 | \$ 1.366,76 | \$ 2.367,44 |
| 6 | \$ 987,20 | \$ 1.380,24 | \$ 2.367,44 |
| 7 | \$ 973,59 | \$ 1.393,84 | \$ 2.367,44 |
| 8 | \$ 959,85 | \$ 1.407,58 | \$ 2.367,44 |
| 9 | \$ 945,98 | \$ 1.421,46 | \$ 2.367,44 |
| 10 | \$ 931,96 | \$ 1.435,47 | \$ 2.367,44 |
| 11 | \$ 917,81 | \$ 1.449,62 | \$ 2.367,44 |
| 12 | \$ 903,52 | \$ 1.463,92 | \$ 2.367,44 |
| 13 | \$ 889,09 | \$ 1.478,35 | \$ 2.367,44 |
| 14 | \$ 874,51 | \$ 1.492,92 | \$ 2.367,44 |
| 15 | \$ 859,80 | \$ 1.507,64 | \$ 2.367,44 |
| 16 | \$ 844,93 | \$ 1.522,50 | \$ 2.367,44 |
| 17 | \$ 829,92 | \$ 1.537,51 | \$ 2.367,44 |
| 18 | \$ 814,77 | \$ 1.552,67 | \$ 2.367,44 |
| 19 | \$ 799,46 | \$ 1.567,97 | \$ 2.367,44 |
| 20 | \$ 784,00 | \$ 1.583,43 | \$ 2.367,44 |
| 21 | \$ 768,39 | \$ 1.599,04 | \$ 2.367,44 |
| 22 | \$ 752,63 | \$ 1.614,81 | \$ 2.367,44 |
| 23 | \$ 736,71 | \$ 1.630,73 | \$ 2.367,44 |
| 24 | \$ 720,63 | \$ 1.646,80 | \$ 2.367,44 |
| 25 | \$ 704,40 | \$ 1.663,04 | \$ 2.367,44 |
| 26 | \$ 688,00 | \$ 1.679,43 | \$ 2.367,44 |
| 27 | \$ 671,45 | \$ 1.695,99 | \$ 2.367,44 |
| 28 | \$ 654,73 | \$ 1.712,71 | \$ 2.367,44 |
| 29 | \$ 637,84 | \$ 1.729,59 | \$ 2.367,44 |
| 30 | \$ 620,79 | \$ 1.746,64 | \$ 2.367,44 |
| 31 | \$ 603,57 | \$ 1.763,86 | \$ 2.367,44 |
| 32 | \$ 586,19 | \$ 1.781,25 | \$ 2.367,44 |
| 33 | \$ 568,62 | \$ 1.798,81 | \$ 2.367,44 |

| # pág. | Pago interés | Capital | v/.div |
|--------|---------------------|----------------------|----------------------|
| 34 | \$ 550,89 | \$ 1.816,54 | \$ 2.367,44 |
| 35 | \$ 532,98 | \$ 1.834,45 | \$ 2.367,44 |
| 36 | \$ 514,90 | \$ 1.852,54 | \$ 2.367,44 |
| 37 | \$ 496,64 | \$ 1.870,80 | \$ 2.367,44 |
| 38 | \$ 478,19 | \$ 1.889,24 | \$ 2.367,44 |
| 39 | \$ 459,57 | \$ 1.907,87 | \$ 2.367,44 |
| 40 | \$ 440,76 | \$ 1.926,68 | \$ 2.367,44 |
| 41 | \$ 421,77 | \$ 1.945,67 | \$ 2.367,44 |
| 42 | \$ 402,58 | \$ 1.964,85 | \$ 2.367,44 |
| 43 | \$ 383,21 | \$ 1.984,22 | \$ 2.367,44 |
| 44 | \$ 363,65 | \$ 2.003,78 | \$ 2.367,44 |
| 45 | \$ 343,90 | \$ 2.023,54 | \$ 2.367,44 |
| 46 | \$ 323,95 | \$ 2.043,48 | \$ 2.367,44 |
| 47 | \$ 303,81 | \$ 2.063,63 | \$ 2.367,44 |
| 48 | \$ 283,46 | \$ 2.083,97 | \$ 2.367,44 |
| 49 | \$ 262,92 | \$ 2.104,52 | \$ 2.367,44 |
| 50 | \$ 242,17 | \$ 2.125,27 | \$ 2.367,44 |
| 51 | \$ 221,22 | \$ 2.146,22 | \$ 2.367,44 |
| 52 | \$ 200,06 | \$ 2.167,38 | \$ 2.367,44 |
| 53 | \$ 178,69 | \$ 2.188,74 | \$ 2.367,44 |
| 54 | \$ 157,12 | \$ 2.210,32 | \$ 2.367,44 |
| 55 | \$ 135,33 | \$ 2.232,11 | \$ 2.367,44 |
| 56 | \$ 113,32 | \$ 2.254,11 | \$ 2.367,44 |
| 57 | \$ 91,10 | \$ 2.276,34 | \$ 2.367,44 |
| 58 | \$ 68,66 | \$ 2.298,78 | \$ 2.367,44 |
| 59 | \$ 46,00 | \$ 2.321,44 | \$ 2.367,44 |
| 60 | \$ 23,11 | \$ 2.344,32 | \$ 2.367,44 |
| | \$ 35.205,83 | \$ 106.840,31 | \$ 142.046,14 |

Elaborado por: Las autoras

4.14.3. AMORTIZACIÓN DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES

La Amortización de los Activos Intangibles se realiza en base a la normativa legal vigente en el país. Estos activos son amortizables, es decir que su gasto se devengará el 20% durante 5 años, conforme al cuadro # 49 que se presenta a continuación:

Cuadro 49. Amortización de los activos intangibles

| DETALLE | VALOR | PORCENTAJE DE AMORTIZACIÓN | AMORTIZACION EXPRESADA EN AÑOS | | | | |
|---|-----------------|----------------------------|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | | 1ER | 2DO | 3ER | 4TO | 5TO |
| Gasto de Estudio de Factibilidad | \$300,00 | 20% | \$60 | \$60 | \$60 | \$60 | \$60 |
| Gasto de Constitución y Registro de la empresa | \$200,00 | 20% | \$ 40 | \$ 40 | \$ 40 | \$ 40 | \$ 40 |
| Gasto de Organización | \$300,00 | 20% | \$ 60 | \$ 60 | \$ 60 | \$ 60 | \$ 60 |
| TOTALES | \$ 1.530 | | \$160 | \$160 | \$160 | \$160 | \$160 |

Elaborado por: Las autoras

4.14.4. INGRESOS DE LA OPERACIÓN DEL PROYECTO

Es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender, el precio de los productos y la política de ventas implementadas. En la cuadro # 50 se presenta la proyección de los ingresos a recaudar por las ventas de cada uno de los paquetes turísticos a ofertar, detallándose en forma mensual para el primer año y anual a partir del segundo al quinto año.¹

Cuadro 50. Ingresos de la Operación del Proyecto

| PRESUPUESTO DE INGRESOS | Cantidad | Precio | 1er. Trimestre | | | 2do. Trimestre | | | 3er. Trimestre | | | 4to. Trimestre | | | 2do. Año | 3er. Año | 4to. Año | 5to. Año |
|--------------------------------|----------|-----------|----------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | | | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | | | | |
| Ventas | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Paquete turístico 1 | 321 | \$ 156,36 | \$ 50.191,56 | \$ 50.191,56 | \$ 50.191,56 | \$ 50.191,56 | \$ 50.191,56 | \$ 50.191,56 | \$ 50.191,56 | \$ 50.191,56 | \$ 50.191,56 | \$ 50.191,56 | \$ 50.191,56 | \$ 50.191,56 | \$ 602.298,72 | \$ 602.298,72 | \$ 634.341,01 | \$ 668.087,95 |
| Paquete turístico 2 | 67 | \$ 339,29 | \$ 22.732,43 | \$ 22.732,43 | \$ 22.732,43 | \$ 22.732,43 | \$ 22.732,43 | \$ 22.732,43 | \$ 22.732,43 | \$ 22.732,43 | \$ 22.732,43 | \$ 22.732,43 | \$ 22.732,43 | \$ 22.732,43 | \$ 272.789,16 | \$ 272.789,16 | \$ 287.301,54 | \$ 302.585,98 |
| Paquete turístico 3 | 10 | \$ 522,22 | \$ 5.222,20 | \$ 5.222,20 | \$ 5.222,20 | \$ 5.222,20 | \$ 5.222,20 | \$ 5.222,20 | \$ 5.222,20 | \$ 5.222,20 | \$ 5.222,20 | \$ 5.222,20 | \$ 5.222,20 | \$ 5.222,20 | \$ 62.666,40 | \$ 62.666,40 | \$ 66.000,25 | \$ 69.511,46 |
| Paquete turístico 4 | 10 | \$ 613,68 | \$ 6.136,80 | \$ 6.136,80 | \$ 6.136,80 | \$ 6.136,80 | \$ 6.136,80 | \$ 6.136,80 | \$ 6.136,80 | \$ 6.136,80 | \$ 6.136,80 | \$ 6.136,80 | \$ 6.136,80 | \$ 6.136,80 | \$ 73.641,60 | \$ 73.641,60 | \$ 77.559,33 | \$ 81.685,49 |
| Paquete turístico 5 | 10 | \$ 705,14 | \$ 7.051,40 | \$ 7.051,40 | \$ 7.051,40 | \$ 7.051,40 | \$ 7.051,40 | \$ 7.051,40 | \$ 7.051,40 | \$ 7.051,40 | \$ 7.051,40 | \$ 7.051,40 | \$ 7.051,40 | \$ 7.051,40 | \$ 84.616,80 | \$ 84.616,80 | \$ 89.118,41 | \$ 93.859,51 |
| Total ventas de contado | | | \$ 91.334,39 | \$ 91.334,39 | \$ 91.334,39 | \$ 91.334,39 | \$ 91.334,39 | \$ 91.334,39 | \$ 91.334,39 | \$ 91.334,39 | \$ 91.334,39 | \$ 91.334,39 | \$ 91.334,39 | \$ 91.334,39 | \$ 1.096.012,68 | \$ 1.096.012,68 | \$ 1.154.320,55 | \$ 1.215.730,40 |
| Más: 12% IVA | | | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 131.521,52 | \$ 131.521,52 | \$ 138.518,46 | \$ 145.887,64 |
| Total Recaudaciones | | | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 1.227.534,20 | \$ 1.227.534,20 | \$ 1.292.839,01 | \$ 1.361.618,04 |

¹ La proyección considera únicamente el 12% del IVA para todo el quinquenio, considerando que el incremento al 14% es temporal por un año, y que durante el período de vigencia del incremento del impuesto no afecta en forma directa a las recaudaciones del proyecto al constituirse la empresa en un agente de percepción del impuesto.

4.14.5. UTILIDAD DE VENTAS

El margen de utilidad fue determinado considerando una utilidad del 20% sobre el costo de cada uno de los paquetes turísticos para el primer año, y, a partir del segundo período se obtuvo el incremento de precios multiplicando el precio del año anterior por la tasa de inflación estimada por las autoridades monetarias para los años 2017 al 2018 y para los siguientes años se calculó la tendencia a través del análisis de regresión. A continuación se resumen las proyecciones en el siguiente cuadro #51.

Cuadro 51. Utilidad de Ventas

| % MARGEN DE UTILIDAD ==> | 20,00% | AÑO 1 | | | % INCREMENTO ANUAL | | | | |
|--------------------------|------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | | | | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| | | | | | 5,32% | 5,20% | 5,08% | 4,96% | 4,84% |
| PROYECCIÓN DE VENTAS | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | (+)MARGEN UTILIDAD | PRECIO UNITARIO |
| PAQUETE #1 | 275 | \$ 130,30 | \$ 26,06 | \$ 156,36 | \$ 164,68 | \$ 173,24 | \$ 182,04 | \$ 191,07 | \$ 200,55 |
| PAQUETE #2 | 57 | \$ 282,74 | \$ 56,55 | \$ 339,29 | \$ 357,34 | \$ 375,92 | \$ 395,02 | \$ 414,61 | \$ 435,17 |
| PAQUETE #3 | 8 | \$ 435,18 | \$ 87,04 | \$ 522,22 | \$ 550,00 | \$ 578,60 | \$ 607,99 | \$ 638,15 | \$ 669,80 |
| PAQUETE #4 | 8 | \$ 511,40 | \$ 102,28 | \$ 613,68 | \$ 646,33 | \$ 679,94 | \$ 714,48 | \$ 749,92 | \$ 787,12 |
| PAQUETE #5 | 8 | \$ 587,62 | \$ 117,52 | \$ 705,14 | \$ 742,65 | \$ 781,27 | \$ 820,96 | \$ 861,68 | \$ 904,42 |
| TOTAL | 358 | \$ 1.947,24 | \$ 389,45 | \$ 2.336,69 | \$ 2.461,00 | \$ 2.588,97 | \$ 2.720,49 | \$ 2.855,43 | \$ 2.997,06 |

4.14.6. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS Y GASTOS

El costo de ventas para cada uno de los paquetes turísticos a ofertar se determina en base a los costos de honorarios y servicios que se incurre en cada uno de ellos, a los que se les agregó un 3% de imprevistos, y que se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro 52. Costos de Ventas

| DETERMINACIÓN DE COSTOS | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|----------------|-------------|------------------|-------------|------------------|-------------|------------------|-------------|------------------|-------------|------------------|
| DETALLE | Costo Unitario | PAQUETE # 1 | | PAQUETE # 2 | | PAQUETE # 3 | | PAQUETE # 4 | | PAQUETE # 5 | |
| | | # días | # noches |
| | | 2 | 1 | 4 | 3 | 6 | 5 | 7 | 6 | 8 | 7 |
| | | Nº días | Costo Total |
| Honorarios Guía | \$ 20,00 | 2 | \$ 40,00 | 4 | \$ 80,00 | 6 | \$ 120,00 | 7 | \$ 140,00 | 8 | \$ 160,00 |
| Transportación: furgonetas | \$ 25,00 | 2 | \$ 50,00 | 4 | \$ 100,00 | 6 | \$ 150,00 | 7 | \$ 175,00 | 8 | \$ 200,00 |
| Desayuno | \$ 3,00 | 2 | \$ 6,00 | 4 | \$ 12,00 | 6 | \$ 18,00 | 7 | \$ 21,00 | 8 | \$ 24,00 |
| Almuerzo | \$ 4,50 | 2 | \$ 9,00 | 4 | \$ 18,00 | 6 | \$ 27,00 | 7 | \$ 31,50 | 8 | \$ 36,00 |
| Cena | \$ 3,50 | 1 | \$ 3,50 | 3 | \$ 10,50 | 5 | \$ 17,50 | 6 | \$ 21,00 | 7 | \$ 24,50 |
| Hospedaje | \$ 18,00 | 1 | \$ 18,00 | 3 | \$ 54,00 | 5 | \$ 90,00 | 6 | \$ 108,00 | 7 | \$ 126,00 |
| (+) % Imprevistos | 3,00% | | \$ 3,80 | | \$ 8,24 | | \$ 12,68 | | \$ 14,90 | | \$ 17,12 |
| TOTAL ==> | | | \$ 130,30 | | \$ 282,74 | | \$ 435,18 | | \$ 511,40 | | \$ 587,62 |

De acuerdo con los costos de ventas determinados en el cuadro precedente se proyecta el total de costos para los primeros cinco años de vigencia de la propuesta y que se detalla en el siguiente cuadro #53.

Cuadro 53. Determinación de los Costos y Gastos

| PRESUPUESTO DE COMPRAS DE INSUMOS | | | 1er. Trimestre | | | 2do. Trimestre | | | 3er. Trimestre | | | 4to. Trimestre | | | 2do. Año | 3er. Año | 4to. Año | 5to. Año |
|--|-----|-----------|----------------|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | | | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | | | | |
| Costo de Ventas | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Paquete turístico 1 | 321 | \$ 130,30 | \$ 41.826,30 | \$ 41.826,30 | \$ 41.826,30 | \$ 41.826,30 | \$ 41.826,30 | \$ 41.826,30 | \$ 41.826,30 | \$ 41.826,30 | \$ 41.826,30 | \$ 41.826,30 | \$ 41.826,30 | \$ 41.826,30 | \$ 501.915,60 | \$ 501.915,60 | \$ 528.617,51 | \$ 556.739,96 |
| Paquete turístico 2 | 67 | \$ 282,74 | \$ 18.943,58 | \$ 18.943,58 | \$ 18.943,58 | \$ 18.943,58 | \$ 18.943,58 | \$ 18.943,58 | \$ 18.943,58 | \$ 18.943,58 | \$ 18.943,58 | \$ 18.943,58 | \$ 18.943,58 | \$ 18.943,58 | \$ 227.322,96 | \$ 227.322,96 | \$ 239.416,54 | \$ 252.153,50 |
| Paquete turístico 3 | 10 | \$ 435,18 | \$ 4.351,80 | \$ 4.351,80 | \$ 4.351,80 | \$ 4.351,80 | \$ 4.351,80 | \$ 4.351,80 | \$ 4.351,80 | \$ 4.351,80 | \$ 4.351,80 | \$ 4.351,80 | \$ 4.351,80 | \$ 4.351,80 | \$ 52.221,60 | \$ 52.221,60 | \$ 54.999,79 | \$ 57.925,78 |
| Paquete turístico 4 | 10 | \$ 511,40 | \$ 5.114,00 | \$ 5.114,00 | \$ 5.114,00 | \$ 5.114,00 | \$ 5.114,00 | \$ 5.114,00 | \$ 5.114,00 | \$ 5.114,00 | \$ 5.114,00 | \$ 5.114,00 | \$ 5.114,00 | \$ 5.114,00 | \$ 61.368,00 | \$ 61.368,00 | \$ 64.632,78 | \$ 68.071,24 |
| Paquete turístico 5 | 10 | \$ 587,62 | \$ 5.876,20 | \$ 5.876,20 | \$ 5.876,20 | \$ 5.876,20 | \$ 5.876,20 | \$ 5.876,20 | \$ 5.876,20 | \$ 5.876,20 | \$ 5.876,20 | \$ 5.876,20 | \$ 5.876,20 | \$ 5.876,20 | \$ 70.514,40 | \$ 70.514,40 | \$ 74.265,77 | \$ 78.216,71 |
| Costo de Servicios Prestados | | | \$ 76.111,88 | \$ 76.111,88 | \$ 76.111,88 | \$ 76.111,88 | \$ 76.111,88 | \$ 76.111,88 | \$ 76.111,88 | \$ 76.111,88 | \$ 76.111,88 | \$ 76.111,88 | \$ 76.111,88 | \$ 76.111,88 | \$ 913.342,56 | \$ 913.342,56 | \$ 961.932,39 | \$ 1.013.107,19 |
| Más: IVA | | | \$ 9.133,43 | \$ 9.133,43 | \$ 9.133,43 | \$ 9.133,43 | \$ 9.133,43 | \$ 9.133,43 | \$ 9.133,43 | \$ 9.133,43 | \$ 9.133,43 | \$ 9.133,43 | \$ 9.133,43 | \$ 9.133,43 | \$ 109.601,11 | \$ 109.601,11 | \$ 115.431,89 | \$ 121.572,87 |
| Total Egresos Servicios Prestados | | | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 1.022.943,67 | \$ 1.022.943,67 | \$ 1.077.364,28 | \$ 1.134.680,06 |

Asimismo, en el siguiente cuadro se presenta el detalle de los gastos que se incurrirán dentro de las operaciones de la empresa para el quinquenio de vigencia de la propuesta:

Cuadro 54. Gastos

| PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS | 1er. Trimestre | | | 2do. Trimestre | | | 3er. Trimestre | | | 4to. Trimestre | | | 2do. Año | 3er. Año | 4to. Año | 5to. Año |
|--------------------------------|----------------|-------------|-------------|----------------|-------------|-------------|----------------|-------------|-------------|----------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | | | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | \$ 1.185,67 | \$ 1.185,67 | \$ 1.185,67 | \$ 1.185,67 | \$ 1.185,67 | \$ 1.185,67 | \$ 1.185,67 | \$ 1.185,67 | \$ 1.185,67 | \$ 1.185,67 | \$ 1.185,67 | \$ 1.185,67 | \$ 14.724,60 | \$ 15.217,87 | \$ 15.628,76 | \$ 16.021,05 |
| Arriendos | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 750,00 | \$ 9.314,10 | \$ 9.626,12 | \$ 9.886,03 | \$ 10.134,17 |
| Servicios públicos | \$ 370,00 | \$ 370,00 | \$ 370,00 | \$ 370,00 | \$ 370,00 | \$ 370,00 | \$ 370,00 | \$ 370,00 | \$ 370,00 | \$ 370,00 | \$ 370,00 | \$ 370,00 | \$ 4.594,96 | \$ 4.748,89 | \$ 4.877,11 | \$ 4.999,53 |
| Seguros Generales | \$ 65,67 | \$ 65,67 | \$ 65,67 | \$ 65,67 | \$ 65,67 | \$ 65,67 | \$ 65,67 | \$ 65,67 | \$ 65,67 | \$ 65,67 | \$ 65,67 | \$ 65,67 | \$ 815,54 | \$ 842,86 | \$ 865,62 | \$ 887,35 |
| GASTOS NO OPERACIONALES | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 8.693,16 | \$ 8.984,38 | \$ 9.226,96 | \$ 9.458,56 |
| Gastos de aseo y vigilancia | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 700,00 | \$ 8.693,16 | \$ 8.984,38 | \$ 9.226,96 | \$ 9.458,56 |
| GASTOS DE VENTAS | \$ 4.170,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.750,00 | \$ 1.650,00 | \$ 1.870,00 | \$ 1.100,00 | \$ 1.000,00 | \$ 550,00 | \$ 550,00 | \$ 1.670,00 | \$ 550,00 | \$ 1.200,00 | \$ 17.260,00 | \$ 18.123,00 | \$ 19.029,15 | \$ 19.980,61 |
| Propaganda y promoción | \$ 4.170,00 | \$ 1.200,00 | \$ 1.750,00 | \$ 1.650,00 | \$ 1.870,00 | \$ 1.100,00 | \$ 1.000,00 | \$ 550,00 | \$ 550,00 | \$ 1.670,00 | \$ 550,00 | \$ 1.200,00 | \$ 17.260,00 | \$ 18.123,00 | \$ 19.029,15 | \$ 19.980,61 |
| TOTAL OTROS GASTOS | \$ 6.055,67 | \$ 3.085,67 | \$ 3.635,67 | \$ 3.535,67 | \$ 3.755,67 | \$ 2.985,67 | \$ 2.885,67 | \$ 2.435,67 | \$ 2.435,67 | \$ 3.555,67 | \$ 2.435,67 | \$ 3.085,67 | \$ 40.677,76 | \$ 42.325,25 | \$ 43.884,87 | \$ 45.460,22 |

4.14.7. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son aquellos desembolsos relacionados con el personal, sus beneficios de ley y remuneración e insumos de la oficina, suministros de limpieza y servicios básicos, lo que representan aquellos desembolsos que realiza la Operadora de Turismo para brindar el servicio a los turistas que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil y cuyo detalle se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 55. Presupuesto del personal

| PRESUPUESTO DEL PERSONAL | | | | AÑOS % INFLACIÓN: REMUNERACIÓN BÁSICA | | | | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 | | |
|--------------------------------|-----|--------------------|------------------|---|------------------|------------------|------------------|----------------------|---------------------|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
| | | | | | | | | 3,49% | | 3,35% | | 2,70% | | 2,51% | | |
| | | | | | | | | \$ 378,77 | | \$ 391,99 | | \$ 405,12 | | \$ 415,25 | | |
| Cargo | No. | Sueldos | Aporte Patronal | Total Mensual | Décimo Tercero | Décimo Cuarto | Vacaciones | REMUNERACIÓN MENSUAL | REMUNERACIÓN AÑO 2 | REMUNERACIÓN ANUAL | REMUNERACIÓN AÑO 3 | REMUNERACIÓN ANUAL | REMUNERACIÓN AÑO 4 | REMUNERACIÓN ANUAL | REMUNERACIÓN AÑO 5 | REMUNERACIÓN ANUAL |
| Gerente General | 1 | \$ 950,00 | \$ 115,43 | \$ 1.065,43 | \$ 79,17 | \$ 31,56 | \$ 39,58 | \$ 1.215,74 | \$ 983,16 | \$ 11.797,92 | \$ 1.016,10 | \$ 12.193,15 | \$ 1.050,14 | \$ 12.601,62 | \$ 1.085,32 | \$ 13.023,78 |
| Contador | 1 | \$ 750,00 | \$ 91,13 | \$ 841,13 | \$ 62,50 | \$ 31,56 | \$ 31,25 | \$ 966,44 | \$ 776,18 | \$ 9.314,16 | \$ 802,18 | \$ 9.626,18 | \$ 829,06 | \$ 9.948,66 | \$ 856,83 | \$ 10.281,94 |
| Secretaria | 1 | \$ 500,00 | \$ 60,75 | \$ 560,75 | \$ 41,67 | \$ 31,56 | \$ 20,83 | \$ 654,81 | \$ 517,45 | \$ 6.209,40 | \$ 534,79 | \$ 6.417,42 | \$ 552,70 | \$ 6.632,40 | \$ 571,22 | \$ 6.854,58 |
| Comercialización y Marketing | 1 | \$ 600,00 | \$ 72,90 | \$ 672,90 | \$ 50,00 | \$ 31,56 | \$ 25,00 | \$ 779,46 | \$ 620,94 | \$ 7.451,28 | \$ 641,74 | \$ 7.700,89 | \$ 663,24 | \$ 7.958,87 | \$ 685,46 | \$ 8.225,50 |
| Área de Información | 1 | \$ 550,00 | \$ 66,83 | \$ 616,83 | \$ 45,83 | \$ 31,56 | \$ 22,92 | \$ 717,14 | \$ 569,20 | \$ 6.830,40 | \$ 588,27 | \$ 7.059,22 | \$ 607,98 | \$ 7.295,70 | \$ 628,34 | \$ 7.540,10 |
| Asesores de Viajes | 1 | \$ 400,00 | \$ 48,60 | \$ 448,60 | \$ 33,33 | \$ 31,56 | \$ 16,67 | \$ 530,16 | \$ 413,96 | \$ 4.967,52 | \$ 427,83 | \$ 5.133,94 | \$ 442,16 | \$ 5.305,92 | \$ 456,97 | \$ 5.483,66 |
| TOTAL GASTO DE PERSONAL | | \$ 3.750,00 | \$ 455,64 | \$ 4.205,64 | \$ 312,50 | \$ 189,36 | \$ 156,25 | \$ 5.319,39 | \$ 10.183,14 | \$ 46.570,68 | \$ 4.010,90 | \$ 48.130,80 | \$ 4.145,27 | \$ 49.743,18 | \$ 4.284,13 | \$ 51.409,57 |

4.14.8. GASTOS DE PUBLICIDAD

A continuación se detalla el presupuesto de publicidad y propaganda para el primer año de operación del proyecto para incursionar en el mercado y que consiste en contratar publicidad en las terminales terrestres de las principales ciudades del país, así como también suscribir convenios de cooperación con cooperativas de transporte de la ciudad como de otras ciudades para que entreguen tarjetas de presentación en la venta de boletos, así como la contratación de vallas publicitarias al interior de la terminal terrestre de Guayaquil, conforme se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro 56. Gastos de Publicidad

| PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA DEL AÑO 1 | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--------------------|----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| Concepto | TOTAL | % s/Total | MES 1 | MES 2 | MES 3 | MES 4 | MES 5 | MES 6 | MES 7 | MES 8 | MES 9 | MES 10 | MES 11 | MES 12 |
| Marketing Directo | \$ 4.700,00 | 27,23% | \$2.500,00 | \$ - | \$ 550,00 | \$ - | \$ 550,00 | \$ 550,00 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 550,00 | \$ - | \$ - |
| internet - web | \$ 6.500,00 | 37,66% | \$ 450,00 | \$ 550,00 | \$ 550,00 | \$ 550,00 | \$ 550,00 | \$ 550,00 | \$ 550,00 | \$ 550,00 | \$550,00 | \$ 550,00 | \$ 550,00 | \$ 550,00 |
| Tarjetas de presentación | \$ 360,00 | 2,09% | \$ 120,00 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 120,00 | \$ - | \$ - | | \$ - | \$ 120,00 | \$ - | \$ - |
| Catálogos | \$ 1.800,00 | 10,43% | \$ 450,00 | \$ - | \$ - | \$ 450,00 | \$ - | \$ - | \$ 450,00 | \$ - | \$ - | \$ 450,00 | \$ - | \$ - |
| Vallas publicitarias | \$ 3.900,00 | 22,60% | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ 650,00 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$ 650,00 |
| TOTAL | \$17.260,00 | 100,01% | \$4.170,00 | \$ 1.200,00 | \$1.750,00 | \$1.650,00 | \$1.870,00 | \$1.100,00 | \$1.000,00 | \$ 550,00 | \$550,00 | \$1.670,00 | \$ 550,00 | \$1.200,00 |

4.14.9. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Una vez determinados los correspondientes montos a ingresos, costos y gastos del proyecto, se procede a estructurar el Estado de Resultados o de Pérdidas y Ganancias, el cual permite establecer la utilidad o pérdida que se obtendrá en cada año de operaciones de la operadora turística. Estado de Resultado Proyectado a 5 años.

Cuadro 57. Estado de Resultados Proyectado

| ESTADO DE RESULTADOS | 1er. Año | 2do. Año | 3er. Año | 4to. Año | 5to. Año |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|
| Ventas Netas | \$ 1.096.012,68 | \$ 1.096.012,68 | \$ 1.096.012,68 | \$ 1.154.320,55 | \$ 1.215.730,40 |
| Menos: Costo de Ventas | | | | | |
| Costo provisión de servicios | \$ 913.342,56 | \$ 913.342,56 | \$ 913.342,56 | \$ 961.932,39 | \$ 1.013.107,19 |
| Utilidad en Ventas | \$ 182.670,12 | \$ 182.670,12 | \$ 182.670,12 | \$ 192.388,16 | \$ 202.623,21 |
| Menos: Gastos de Operación | | | | | |
| Gastos de Personal | \$ 55.917,60 | \$ 61.801,30 | \$ 63.928,67 | \$ 65.672,03 | \$ 67.380,75 |
| Otros Gastos | \$ 39.888,04 | \$ 40.677,76 | \$ 42.325,25 | \$ 43.884,87 | \$ 45.460,22 |
| Depreciaciones y amortizaciones | \$ 2.539,50 | \$ 2.539,50 | \$ 2.539,50 | \$ 2.539,50 | \$ 2.539,50 |
| Gastos Financieros | \$ 11.755,41 | \$ 9.674,86 | \$ 7.334,37 | \$ 4.418,03 | \$ 2.023,15 |
| = Utilidad (+)/ Pérdida (-) antes de impuestos | \$ 72.569,57 | \$ 67.976,70 | \$ 66.542,32 | \$ 75.873,73 | \$ 85.219,59 |
| (-) 15% Participación trabajadores | \$ 10.885,43 | \$ 10.196,51 | \$ 9.981,35 | \$ 11.381,06 | \$ 12.782,94 |
| (-) Impuesto a la Renta: 25% año 1; 22% desde año 2 | \$ 15.421,03 | \$ 12.711,64 | \$ 12.443,41 | \$ 14.188,39 | \$ 15.936,06 |
| Utilidad a distribuir | \$ 46.263,11 | \$ 45.068,55 | \$ 44.117,56 | \$ 50.304,28 | \$ 56.500,59 |

Elaborado por: Las autoras

4.14.10. BALANCE GENERAL

Refleja contablemente todos los activos de lo que posee la Operadora Turística, los pasivos y el patrimonio con que cuenta la empresa en un momento determinado.

Cuadro 58. Balance General

| BALANCE GENERAL | 1er. Año | 2do. Año | 3er. Año | 4to. Año | 5to. Año |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| ACTIVO | | | | | |
| <u>CORRIENTE</u> | \$ 147.586,08 | \$ 142.993,21 | \$ 141.558,83 | \$ 155.425,29 | \$ 169.644,64 |
| Caja y Bancos | \$ 158.246,35 | \$ 183.721,73 | \$ 208.820,55 | \$ 241.983,98 | \$ 221.130,20 |
| Cuentas por Cobrar | \$ (10.660,28) | \$ (40.728,51) | \$ (67.261,71) | \$ (86.558,69) | \$ (51.485,56) |
| <u>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</u> | \$ 21.415,50 | \$ 21.415,50 | \$ 21.415,50 | \$ 21.415,50 | \$ 21.415,50 |
| Muebles y Enseres | \$ 23.795,00 | \$ 23.795,00 | \$ 23.795,00 | \$ 23.795,00 | \$ 23.795,00 |
| (-) Depreciación Muebles y Enseres | \$ (2.379,50) | \$ (2.379,50) | \$ (2.379,50) | \$ (2.379,50) | \$ (2.379,50) |
| <u>OTROS ACTIVOS</u> | \$ 640,00 | \$ 640,00 | \$ 640,00 | \$ 640,00 | \$ 640,00 |
| Inversiones Amortizables | \$ 800,00 | \$ 800,00 | \$ 800,00 | \$ 800,00 | \$ 800,00 |
| (-) Amortización Acumulada | \$ (160,00) | \$ (160,00) | \$ (160,00) | \$ (160,00) | \$ (160,00) |
| TOTAL DEL ACTIVO | \$ 169.641,58 | \$ 165.048,71 | \$ 163.614,33 | \$ 177.480,79 | \$ 191.700,14 |
| PASIVO | | | | | |
| <u>CORRIENTE</u> | \$ 113.378,47 | \$ 109.980,16 | \$ 109.496,77 | \$ 117.176,51 | \$ 125.199,55 |
| Proveedores | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 89.780,36 | \$ 94.556,67 |
| Impuestos | \$ 17.247,73 | \$ 14.538,34 | \$ 14.270,11 | \$ 16.015,09 | \$ 17.859,94 |
| Participación de Trabajadores | \$ 10.885,43 | \$ 10.196,51 | \$ 9.981,35 | \$ 11.381,06 | \$ 12.782,94 |
| <u>PATRIMONIO</u> | \$ 56.263,11 | \$ 55.068,55 | \$ 54.117,56 | \$ 60.304,28 | \$ 66.500,59 |
| Capital Social | \$ 10.000,00 | \$ 10.000,00 | \$ 10.000,00 | \$ 10.000,00 | \$ 10.000,00 |
| Utilidad/Pérdida del Ejercicio | \$ 46.263,11 | \$ 45.068,55 | \$ 44.117,56 | \$ 50.304,28 | \$ 56.500,59 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | \$ 169.641,58 | \$ 165.048,71 | \$ 163.614,33 | \$ 177.480,79 | \$ 191.700,14 |

4.14.11. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento, también muestra las entradas y salidas y cambio neto del efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante el periodo contable, en una forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final. Para la proyección de fuentes y usos de fondos debemos disminuir los rubros de amortizaciones y depreciaciones que se encuentran en el estado de resultados, ya que estos nos representan un egreso real del dinero. La proyección de fuentes y usos de fondos está elaborado a 5 años.

Cuadro 59. Proyección de Fuentes y Usos de Fondos

| PROYECCIÓN DE FUENTES Y USOS DE FONDOS | | | | | | |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| CONCEPTO | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| 1. FUENTES U ORIGENES | \$ 116.840,31 | \$ 134.047,92 | \$ 153.246,74 | \$ 136.797,25 | \$ 127.430,38 | \$ 124.973,07 |
| Aportes de capital | \$ 10.000,00 | | | | | |
| Préstamo | \$ 106.840,31 | | | | | |
| Utilidad neta o renta | | \$ 46.263,11 | \$ 45.068,55 | \$ 44.117,56 | \$ 50.304,28 | \$ 56.500,59 |
| Depreciaciones y Amortización Intangibles | | \$ 2.539,50 | \$ 2.539,50 | \$ 2.539,50 | \$ 2.539,50 | \$ 2.539,50 |
| Saldo de Caja anterior | | \$ 85.245,31 | \$ 105.638,69 | \$ 90.140,19 | \$ 74.586,60 | \$ 65.932,99 |
| 2. USOS O APLICACIONES | \$ 31.595,00 | \$ 28.409,23 | \$ 63.106,56 | \$ 62.210,65 | \$ 61.497,40 | \$ 66.137,44 |
| Inversiones menos Caja | \$ 31.595,00 | | | | | |
| Amortización Préstamo | | \$ 28.409,23 | \$ 28.409,23 | \$ 28.409,23 | \$ 28.409,23 | \$ 28.409,23 |
| Dividendos pagados | | | \$ 34.697,33 | \$ 33.801,42 | \$ 33.088,17 | \$ 37.728,21 |
| 3.- Saldo final de caja | \$ 85.245,31 | \$ 105.638,69 | \$ 90.140,19 | \$ 74.586,60 | \$ 65.932,99 | \$ 58.835,64 |

Elaborado por: Las autoras.

4.14.12. FLUJO DE CAJA

Cuadro 60. Flujo de Caja

| FLUJO DE CAJA | AÑO 0 | 1er. Trimestre | | | 2do. Trimestre | | | 3er. Trimestre | | | 4to. Trimestre | | | 2do. Año | 3er. Año | 4to. Año | 5to. Año |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| | | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | | | | |
| Caja inicial | \$ 85.245,31 | \$ 116.840,31 | \$ 101.930,70 | \$ 107.040,31 | \$ 111.599,91 | \$ 116.259,52 | \$ 120.699,12 | \$ 125.908,73 | \$ 131.218,33 | \$ 136.977,94 | \$ 142.737,54 | \$ 147.377,14 | \$ 153.136,75 | \$ 158.246,35 | \$ 183.721,73 | \$ 208.820,55 | \$ 241.983,98 |
| (+) Total Recaudaciones | \$ 85.245,31 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 102.294,52 | \$ 1.227.534,20 | \$ 1.227.534,20 | \$ 1.292.839,01 | \$ 1.361.618,04 |
| (+) Otros ingresos | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| = Total disponible | \$ 85.245,31 | \$ 202.085,62 | \$ 204.225,22 | \$ 209.334,83 | \$ 213.894,43 | \$ 218.554,04 | \$ 222.993,64 | \$ 228.203,25 | \$ 233.512,85 | \$ 239.272,46 | \$ 245.032,06 | \$ 249.671,66 | \$ 255.431,27 | \$ 1.385.780,55 | \$ 1.411.255,93 | \$ 1.501.659,56 | \$ 1.603.602,02 |
| Menos: Egresos Operacionales | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inversiones en activos fijos | \$ 24.595,00 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pago costo provisión de servicios | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 85.245,31 | \$ 1.022.943,67 | \$ 1.022.943,67 | \$ 1.077.364,28 | \$ 1.134.680,06 |
| Gastos de personal | \$ 4.659,80 | \$ 4.659,80 | \$ 4.659,80 | \$ 4.659,80 | \$ 4.659,80 | \$ 4.659,80 | \$ 4.659,80 | \$ 4.659,80 | \$ 4.659,80 | \$ 4.659,80 | \$ 4.659,80 | \$ 4.659,80 | \$ 4.659,80 | \$ 61.801,30 | \$ 63.928,67 | \$ 65.672,03 | \$ 67.380,75 |
| Otros Gastos | \$ 7.000,00 | \$ 6.055,67 | \$ 3.085,67 | \$ 3.635,67 | \$ 3.535,67 | \$ 3.755,67 | \$ 2.985,67 | \$ 2.885,67 | \$ 2.435,67 | \$ 2.435,67 | \$ 3.555,67 | \$ 2.435,67 | \$ 3.085,67 | \$ 40.677,76 | \$ 42.325,25 | \$ 43.884,87 | \$ 45.460,22 |
| (-) Préstamo | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dividendo | | \$ 2.367,44 | \$ 2.367,44 | \$ 2.367,44 | \$ 2.367,44 | \$ 2.367,44 | \$ 2.367,44 | \$ 2.367,44 | \$ 2.367,44 | \$ 2.367,44 | \$ 2.367,44 | \$ 2.367,44 | \$ 2.367,44 | \$ 28.409,23 | \$ 28.409,23 | \$ 28.409,23 | \$ 28.409,23 |
| (-) Pago de impuestos al SRI | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| IVA cobrado | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 10.960,13 | \$ 131.521,52 | \$ 131.521,52 | \$ 131.521,52 | \$ 138.518,46 |
| IVA Pagado | \$ (9.133,43) | \$ (9.133,43) | \$ (9.133,43) | \$ (9.133,43) | \$ (9.133,43) | \$ (9.133,43) | \$ (9.133,43) | \$ (9.133,43) | \$ (9.133,43) | \$ (9.133,43) | \$ (9.133,43) | \$ (9.133,43) | \$ (9.133,43) | \$ (109.601,11) | \$ (109.601,11) | \$ (109.601,11) | \$ (115.431,89) |
| (-) Pago Participación Util.e Impto.Renta | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pago 15% Participación Trabajadores | | | | | | | | | | | | | | \$ 10.885,43 | \$ 10.196,51 | \$ 9.981,25 | \$ 72.569,57 |
| Impuesto a la renta | | | | | | | | | | | | | | \$ 15.421,03 | \$ 12.711,64 | \$ 12.443,41 | \$ 10.885,43 |
| Total de Egresos | \$ 116.840,31 | \$ 100.154,92 | \$ 97.184,92 | \$ 97.734,92 | \$ 97.634,92 | \$ 97.854,92 | \$ 97.084,92 | \$ 96.984,92 | \$ 96.534,92 | \$ 96.534,92 | \$ 97.654,92 | \$ 96.534,92 | \$ 97.184,92 | \$ 1.202.058,83 | \$ 1.202.435,38 | \$ 1.259.675,58 | \$ 1.382.471,82 |
| = Neto disponible | | \$ 101.930,70 | \$ 107.040,31 | \$ 111.599,91 | \$ 116.259,52 | \$ 120.699,12 | \$ 125.908,73 | \$ 131.218,33 | \$ 136.977,94 | \$ 142.737,54 | \$ 147.377,14 | \$ 153.136,75 | \$ 158.246,35 | \$ 183.721,73 | \$ 208.820,55 | \$ 241.983,98 | \$ 221.130,20 |
| (+) Préstamo Bancario | \$ 106.840,31 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Más: Aporte de socios | \$ 10.000,00 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| = CAJA DISPONIBLE | \$ 116.840,31 | \$ 101.930,70 | \$ 107.040,31 | \$ 111.599,91 | \$ 116.259,52 | \$ 120.699,12 | \$ 125.908,73 | \$ 131.218,33 | \$ 136.977,94 | \$ 142.737,54 | \$ 147.377,14 | \$ 153.136,75 | \$ 158.246,35 | \$ 183.721,73 | \$ 208.820,55 | \$ 241.983,98 | \$ 221.130,20 |

4.14.13. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio, es aquel punto de actividad en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

Además permite:

- Obtener una primera simulación que permita determinar a partir de qué cantidad de ventas se generan utilidades.
- Conocer la viabilidad de un proyecto (cuando la demanda supera el punto de equilibrio).
- Saber a partir de qué nivel de ventas puede ser recomendable cambiar un Costo Variable por un Costo Fijo o viceversa.

En el cuadro # 61 se presenta el detalla de los costos fijos y variables así como precio unitario para la determinación del punto de equilibrio y en la figura # 32 el gráfico correspondiente:

SU FORMULA ES:

- **En función de las ventas:**

$$\text{P.E. (volumen de ventas)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Volumen total de ventas}}}$$

Cuadro 61. Punto de Equilibrio

| | | | | | | | |
|------------------------------|----------------|-----------------------|--------------------|--|---|--|----------------------------------|
| Costos fijos totales: | 9175,05 | | | | | | |
| Paquetes | Precio | Costo Variable | Ponderación | Margen de Contribución Unitaria | Margen de Contribución Ponderada | Costo Variable Ponderado Unitario | Precio Ponderado Unitario |
| Paquete # 1 | 156,36 | 130,3 | 77% | 26,06 | 20,07 | 100,33 | 120,40 |
| Paquete # 2 | 339,29 | 282,74 | 17% | 56,55 | 9,61 | 48,07 | 57,68 |
| Paquete # 3 | 522,22 | 435,18 | 2% | 87,04 | 1,74 | 8,70 | 10,44 |
| Paquete # 4 | 613,68 | 511,40 | 2% | 102,28 | 2,05 | 10,23 | 12,27 |
| Paquete # 5 | 705,14 | 587,62 | 2% | 117,52 | 2,35 | 11,75 | 14,10 |
| | | | 100% | | 35,82 | 179,08 | 214,90 |

| | |
|--|-------------------|
| PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES | 256 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO EN DINERO | \$55049,86 |

| | | | | | |
|--------------------|-------------------------|---------------|--------------------|--|------------------------------|
| Paquetes | Cantidad Vendita | Precio | Venta Total | Margen de Contribución Total Obtenida | |
| Paquete # 1 | 197 | 156,36 | 30841,94 | 5140,32 | |
| Paquete # 2 | 44 | 339,29 | 14775,61 | 2462,67 | |
| Paquete # 3 | 5 | 522,22 | 2675,52 | 445,94 | |
| Paquete # 4 | 5 | 613,68 | 3144,11 | 524,02 | |
| Paquete # 5 | 5 | 705,14 | 3612,69 | 602,10 | |
| | 256 | | 55049,86 | 9175,05 | Costos fijos totales: |

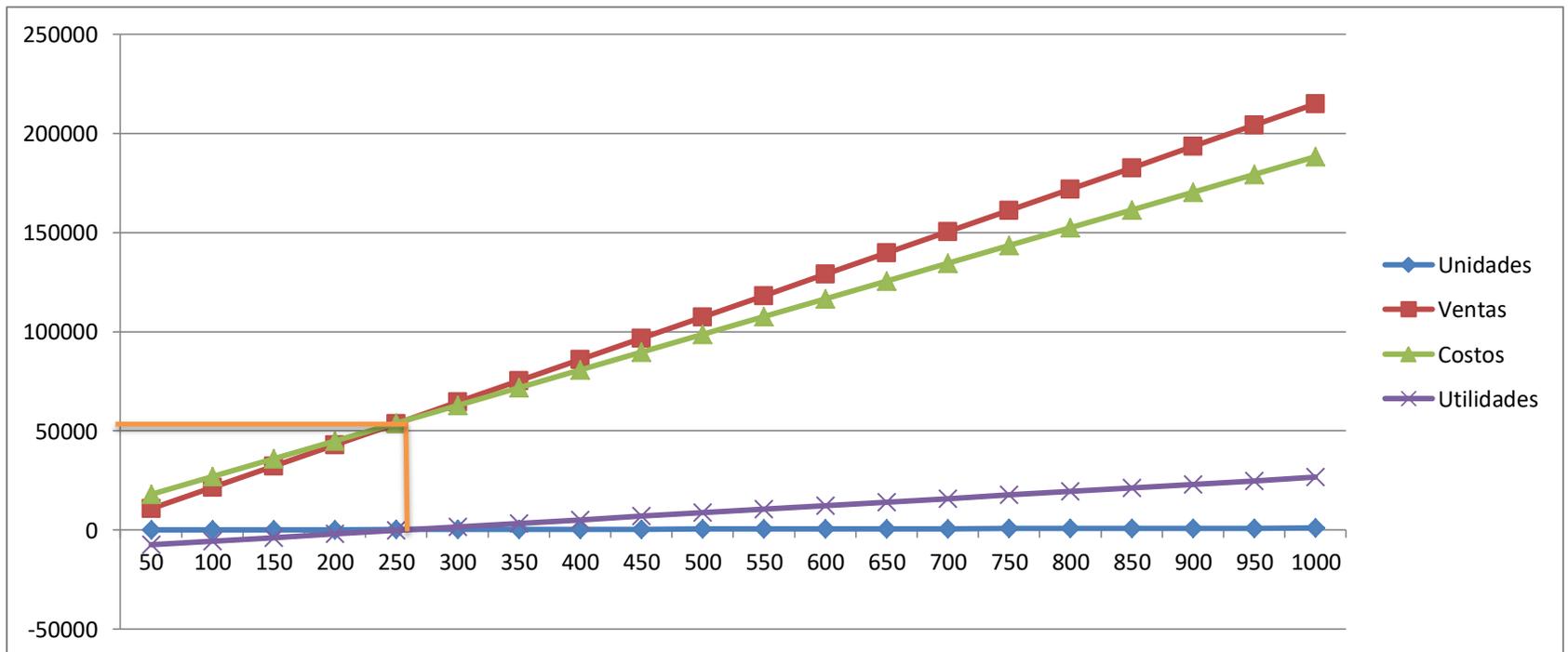
| Niveles | Unidades | Costo Fijo | Costo Variable | Costos Totales | Ingreso por Venta | Utilidad/Perdida |
|---------|----------|------------|----------------|----------------|-------------------|------------------|
| 1 | 0 | 9175,05 | 0 | 9175,05 | 0 | -9175,05 |
| 2 | 150 | 9175,05 | 26862,12 | 36037,17 | 32234,60 | -3802,58 |
| 3 | 200 | 9175,05 | 35816,16 | 44991,21 | 42979,46 | -2011,75 |
| 4 | 250 | 9175,05 | 44770,20 | 53945,25 | 53724,33 | -220,93 |
| 5 | 300 | 9175,05 | 53724,24 | 62899,29 | 64469,19 | 1569,90 |

Cuadro 62. Punto de Equilibrio

| Unidades | Ventas | Costos | Utilidades |
|----------|------------|-----------|------------|
| 50 | 10744,865 | 18129,09 | -7384,225 |
| 100 | 21489,73 | 27083,13 | -5593,4 |
| 150 | 32234,595 | 36037,17 | -3802,575 |
| 200 | 42979,46 | 44991,21 | -2011,75 |
| 250 | 53724,325 | 53945,25 | -220,925 |
| 300 | 64469,19 | 62899,29 | 1569,9 |
| 350 | 75214,055 | 71853,33 | 3360,725 |
| 400 | 85958,92 | 80807,37 | 5151,55 |
| 450 | 96703,785 | 89761,41 | 6942,375 |
| 500 | 107448,65 | 98715,45 | 8733,2 |
| 550 | 118193,515 | 107669,49 | 10524,025 |
| 600 | 128938,38 | 116623,53 | 12314,85 |
| 650 | 139683,245 | 125577,57 | 14105,675 |
| 700 | 150428,11 | 134531,61 | 15896,5 |
| 750 | 161172,975 | 143485,65 | 17687,325 |

| | | | |
|------|------------|-----------|-----------|
| 800 | 171917,84 | 152439,69 | 19478,15 |
| 850 | 182662,705 | 161393,73 | 21268,975 |
| 900 | 193407,57 | 170347,77 | 23059,8 |
| 950 | 204152,435 | 179301,81 | 24850,625 |
| 1000 | 214897,3 | 188255,85 | 26641,45 |

Figura 32. Punto de Equilibrio



4.14.14. ANALISIS DE LOS INDICADORES DE RENTABILIDAD

4.14.14.1. COSTO DE OPORTUNIDAD

Para calcular el costo de oportunidad del capital se considera un retorno mínimo del 5% para el capital propio y el de la tasa de interés a pagar por el capital en préstamo, con lo cual se determina un costo de oportunidad ponderado del 11,25% como tasa de descuento, conforme se muestra en el siguiente cuadro #63.

Cuadro 63. Costo de Oportunidad

| COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL (COK) | | | | |
|--|----------------------|-------------|--------|----------------|
| CAPITAL | VALOR | PROPORCIÓN | COK | PONDERADO |
| Capital Propio | \$ 10.000,00 | 8% | 5% | 0,00428 |
| Préstamo | \$ 106.840,31 | 92% | 11,83% | 0,10817 |
| Capital Total | \$ 116.840,31 | 100% | | 0,11245 |

4.14.14.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero, dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las empresas. El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. Para la aceptación del VAN este debe ser igual o mayor a cero ya que:

- Si la diferencia entre los flujos de ingresos y gastos es mayor que cero, hay que aceptar el estudio, lo que significa que el proyecto será idóneo para cubrir el costo capital y generar utilidades.
- Si la diferencia es igual a cero, la inversión generaría un beneficio igual al que se obtendría si se asumiera ningún riesgo.
- Si la diferencia es menor a cero, el estudio no es realizable, porque no permitirá recuperar la inversión en términos del valor actual.

Cuadro 64. Valor Actual Neto (VAN)

| PERÍODOS | FLUJO DE FONDOS |
|-------------------|----------------------|
| 0 | \$ (116.840,31) |
| 1 | \$ 158.246,35 |
| 2 | \$ 183.721,73 |
| 3 | \$ 208.820,55 |
| 4 | \$ 241.983,98 |
| 5 | \$ 221.130,20 |
| VAN ==> | \$ 613.334,93 |

En vista que el VAN calculado es mayor a cero implica que el proyecto es idóneo ya que permite cubrir el costo capital y general rentabilidad.

4.14.14.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Se define como Tasa Interna de Retorno y es aquella tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. En su cálculo se deben cumplir los siguientes parámetros:

- Si $TIR > \text{Tasa de descuento } (r)$: El proyecto es aceptable
- Si $TIR = r$: El proyecto es postergado
- Si $TIR < \text{Tasa de descuento } (r)$: El proyecto no es aceptable

Cuadro 65. Tasa Interna de Retorno (TIR)

| | |
|----------------------------|-------------|
| TASA DE DESCUENTO (COK) | 11,25% |
| TIR ==> | 144% |

El valor de la Tasa de Descuento es del 11.25%, la comparación con el porcentaje del TIR 114%, en conclusión el proyecto es rentable puesto que sobrepasa el porcentaje mínimo exigido, convirtiéndose en un proyecto viable.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Al término del trabajo de titulación se arriban a las siguientes conclusiones en orden al objetivo general y específicos planteados:

- El estudio técnico-financiero para la creación de una operadora turística para la prestación de servicios a los turistas nacionales y extranjeros que arriban a través de la Terminal Terrestre a la ciudad de Guayaquil determina que es factible por cuanto en materia financiera las estimaciones del valor actual neto y la tasa interna de retorno son de \$ 613.334,92 y 144% respectivamente; y, en materia técnica implementar acciones para determinar la jerarquía de los objetivos que ejecutará la operadora turística en base de los indicadores que señala el estudio de mercado para la comercialización de paquetes turísticos determinados por las fuentes de verificación detallados en el aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales.
- El marco teórico que sustentó el trabajo de titulación se basa en el Plan Nacional del Buen Vivir para el período 2013-2017 que declara al turismo como un sector estratégico para la atracción de la inversión extranjera y el cambio de la matriz productiva.
- Una muestra que respalda el estudio de factibilidad es lo expuesto por el Ministerio de Turismo del Ecuador 2015, a través de la campaña “*Turismo en el Golfo*”, que entró en

funcionamiento el 25/07/2015, considerado a Guayaquil un “*tesoro turístico* ya que en él se puede apreciar varios entretenimiento y beneficiando a poblaciones cercanas a Guayaquil como: Durán, Isla Santay, Balao, Posorja, entre otros.

- De acuerdo a lo establecido por, (MANZUR, 2012) se hace hincapié en la falta de promoción de operadoras turísticas locales entre turistas nacionales y extranjeros, y también existe falta de información escrita y publicitaria que promocióne la rutas turísticas: folletos, mapas turísticos, así como stands informativos en centros comerciales incentivando el interés en promover el turismo nacional en sus diferentes formas a través de la difusión de información como el apoyo a iniciativas de emprendimientos que refuercen sus esfuerzos en este aspecto y esto será tomado como una gran oportunidad a aprovechar.
- La metodología aplicada para la obtención de información consistió en una investigación de carácter descriptiva con un enfoque cualitativo, utilizando los métodos inductivo, analítico-sintético, estadístico y como instrumentos para la recolección de datos se utilizó un cuestionario de preguntas cerradas a muestra de 384 turistas que arribaron a la ciudad de Guayaquil por la Terminal Terrestre el día domingo 24 de enero del 2016, y posteriormente se aplicaron nuevas encuestas los días sábado 21, domingo 22 y el día miércoles 25 de mayo del 2016.
- Del procesamiento de datos de la recolección de información se obtuvo que el 48% de la población investigada declaran que visitan Guayaquil por turismo, el 26% por otras

causas, el 15% por negocio, el 7% por visita a familiares y el 4% por estudio lo que demuestra que Guayaquil es un destino turístico muy aceptado.

- La demanda potencial se estima en el 92% de los turistas que contrataría los servicios de la operadora cuyo gastos promedio varía entre USD\$ 150 a USD\$ 200 en viaje, alojamiento, alimentación entre otras gastos, basándose su elección en la calidad del servicio, atención, pero sobre todo el factor precio.
- El análisis de la factibilidad financiera para la creación de la operadora turística arrojó que a través de la inversión de \$ 116.840,31 constituido por el 8% de capital propio y el 92% de capital ajeno pagadero en 60 dividendos mensuales de \$ 2.637,44 y ofertando cinco paquetes turísticos con precios que oscilan entre \$ 156,00 a \$ 705,00, permitirá recaudar ingresos brutos en el período de vigencia del proyecto de \$ 5'658.088,99 con los cuales se cubren los costos de ventas que ascienden a \$ 4'715.067,26 más los gastos de operación por \$ 574.839,82, se obtiene una utilidad total en los cinco períodos por \$ 368.181,91, representativo del 6.51% con respecto al total de ingresos, y que descontando el valor del total del porcentaje de participación de trabajadores más el impuesto a la renta que en conjunto ascienden a \$ 125.927,82 se obtiene una utilidad líquida a distribuir de \$ 242.254.09, representativo del 4.28% del total de los ingresos del quinquenio, y, a su vez, equivalente al 2.423% del total del capital propio.

- El costo de oportunidad del capital (COK) se estableció en el 11,25% considerando que el nivel de rentabilidad mínimo requerido por los accionistas del 5% y la tasa de interés del préstamo bancario del 11,83%.
- El punto de equilibrio ponderado para los cinco paquetes turísticos a ofertar son de 256 paquetes a venderse mensualmente a un precio promedio de \$ 214.90.

RECOMENDACIONES

- Es menester que las entidades públicas nacionales y locales realicen mayores investigaciones sobre el índice de los turistas que visitan Guayaquil.
- Fortalecer el plan de desarrollo turístico que permita mejorar el cuidado de los recursos naturales y culturales que tiene la ciudad de Guayaquil.
- Diseñar nuevos paquetes turísticos de acuerdo a los requerimientos y necesidades de los turistas nacionales y extranjeros que arriban a la Terminal Terrestre de Guayaquil.
- Implementar un oficina de información turística y así orientar al turista nacional y extranjero sobre los principales atractivos turísticos que tiene la ciudad de Guayaquil, y a su vez ofrecerles los servicios de hospedaje y la seguridad ya que son aspectos considerados los más trascendentales para los turistas.

BIBLIOGRAFÍA

- (s.f.). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0960001700001/PDyOT/26022013_115658_PDO T%20San%20Jacinto%20de%20Yaguachi%2029jun12%2012h37%20jch.pdf
- JESÚS FERRER. (2010). Metodología02. Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>
- Aeromundomag. (2014). Historia de la Aviación Comercial en el Ecuador. Obtenido de <http://www.aeromundomag.com/historia-de-la-aviacion-comercial-en-el-ecuador/>
- AGENCIA PÚBLICA DE NOTICIAS DEL ECUADOR Y SURAMÉRICA. (30 de Junio de 2015). Un proyecto gubernamental busca promover el potencial turístico en el área de influencia del Golfo de Guayaquil. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/actualidad-turismo/3738.html>
- Alcaldía de Guayaquil. (16 de Julio de 2015). Empresa Pública Municipal de Turismo y Promoción Cívica inauguró el miércoles 15 de julio, obras del Plan de Mejoramiento de Huecas. Obtenido de <http://guayaquil.gob.ec/content/empresa-p%C3%BAblica-municipal-de-turismo-y-promoci%C3%B3n-c%C3%ADvica-inaugur%C3%B3-el-mi%C3%A9rcoles-15-de-julio>
- Barreno Mora, N., & Bautista Guaranda, E. (25 de Septiembre de 2015). Dspace. Obtenido de Estudio sobre el impacto económico y social del turismo de voluntariado en la ciudad de Guayaquil: <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/30016>
- Benalcázar, M., & Ramírez, F. (2010). Guía de información turística para la ciudad de Guayaquil por medio de un dispositivo Blackberry. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- BENALCÁZAR, M., & RAMÍREZ, F. (2010). Guía de información turística para la ciudad de Guayaquil por medio de un dispositivo Blackberry. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- DIARIO EL COMERCIO. (25 de Noviembre de 2013). Declaran culpable a autor de asesinato de turista japonés en Guayaquil. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/justicia-culpable-asesinato-turistajapones-guayaquil.html>
- DIARIO EL TELÉGRAFO. (15 de Marzo de 2015). SEDTA: La empresa alemana que volaba a Cuenca entre 1939 y 1941.
- DIARIO EL UNIVERSO. (6 de Abril de 2014). Zonas con potencial turístico demandan servicios y ayuda. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/04/06/nota/2609571/turismo-sujeto-desarrollo-pais>

Diario El Universo. (23 de Diciembre de 2014). Más de 1,5 millones de turistas visitaron Ecuador en 2014. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/23/nota/4374496/mas-15-millones-extranjeros-visitaron-ecuador-2014>

DIARIO EXPRESO. (12 de Enero de 2015). Los ciudadanos perciben a un Guayaquil inseguro. DIARIO EXPRESO. Obtenido de http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota_print.aspx?idArt=5527925&tipo=2

DIARIO HOY. (3 de Febrero de 2014). Guayaquil sumó 177 casos de secuestro express en 2013. Obtenido de http://www.espol.edu.ec/espol/docs_escribe/3423.pdf

ELTELEGRAFO. (02 de 06 de 2014). Ecuatorianos comen 53,2 kg de arroz al año.

ESTADO DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir.

Google Maps. (2016). Terminal Terrestre de Guayaquil. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/Terminal+Terrestre+de+Guayaquil/@-2.1437149,-79.879449,15z/data=!4m2!3m1!1s0x0:0x69b8c4ed879ff9e4>

Guayaquil es mi destino. (19 de Agosto de 2014). Historia. Obtenido de <http://turismo.guayaquil.gob.ec/es/descubre-guayaquil/generalidades/historia>

Hidalgo, J., Villafuerte Muñoz, F., & Ortiz Novillo, C. (Abril de 2015). Plan estratégico de desarrollo turístico sostenible para el área nacional de recreación Isla Santay en Ecuador. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/plan-estrategico.html>

HUNZIKER, W., & KRAPP, K. (1942). Fundamentos de la teoría general del turismo.

JAFARI, J. (2005). El Turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42(1).

M.I. Municipalidad de Guayaquil. (16 de Marzo de 2015). Municipio de Guayaquil levanta información estadística sobre la demanda turística nacional e internacional que visita la ciudad. Obtenido de <http://guayaquil.gob.ec/content/municipio-de-guayaquil-levanta-informaci%C3%B3n-estad%C3%ADstica-sobre-la-demanda-tur%C3%ADstica-nacional-e>

MANZUR, A. (2012). Promoción del turismo de la provincia del Guayas a través de la implementación de una tour-operadora especializada en la ruta del pescador. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Ministerio de Turismo. (Agosto de 2014). Cinco pilares de la gestión turística. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/ejes-estrategicos/>

Ministerio de Turismo. (24 de Julio de 2015). El proyecto Turismo en el Golfo revive la tradición fluvial del Guayas. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/el-proyecto-turismo-en-el-golfo-revive-la-tradicion-fluvial-del-guayas/>

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (Julio de 2014). Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador. Obtenido de http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (Diciembre de 2015). Obtenido de Web Oficial: <http://www.turismo.gob.ec/turismo-genera-en-ecuador-405-820-mil-fuentes-de-trabajo/>

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (Diciembre de 2015). Obtenido de Ecuador Potencia Turística: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/ferias-y-eventos-ecuador>

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (24 de Julio de 2015). El proyecto Turismo en el Golfo revive la tradición fluvial del Guayas. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/el-proyecto-turismo-en-el-golfo-revive-la-tradicion-fluvial-del-guayas/>

NOTIAMÉRICA.COM. (2015). El turismo en Latinoamérica en pleno crecimiento. Obtenido de <http://www.notimerica.com/economia/noticia-turismo-latinoamerica-pleno-crecimiento-20150510125934.html>

Oleas Cabanilla, M. J. (07 de Diciembre de 2014). Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil. Obtenido de Evaluación para el Desarrollo de una Empresa Especializada en Guianza Turística en la Ciudad de Guayaquil Provincia del Guayas: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7786>

OMT. (1995). Collection of tourism expenditure statistics. Technical Manual, 1.

OMT. (Diciembre de 2015). ¿Por qué el Turismo? Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

OMT. (2015). El turismo, clave para el desarrollo, la prosperidad. Panorama OMT del Turismo Internacional, 2.

OMT. (Diciembre de 2015). Web oficial. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es>

Philip Kotler obtenido de <https://edukavital.blogspot.com/2013/01/definicion-de-nicho-de-mercado.html>

Prefectura del Guayas. (05 de Enero de 2011). Ruta del pesacador. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/images/rutas/2011-01-05-ruta-pescador.jpg>

PREFECTURA DEL GUAYAS. (Diciembre de 2015). Ruta del Pescador. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/rutas-turisticas/ruta-del-pescador>

Ramírez Araujo, F., & Benalcázar Moncayo, M. (2010). Guía de información turística para la ciudad de Guayaquil por medio de un dispositivo Blackberry. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3161/1/UPS-GT000137.pdf>

Ricit, 2012,p.19. Obtenido de <http://www.udet.edu.ec/files/Revista-RICIT-pdf/ricits.pdf>.

SCHUMPETER. [Emprendimientodeexito.blogspot.com/p/la-concepcion-de-schumpeter-de_15.html](http://emprendimientodeexito.blogspot.com/p/la-concepcion-de-schumpeter-de_15.html)

Santana, C. (12 de Diciembre de 2012). Estudio para el desarrollo de un destino de turismo comunitario en la Comuna Cerrito de los Morreños, Cantón Guayaquil. Obtenido de http://www.guayas.gob.ec/turismo/dmdocuments/consultoria/Cerrito_Morrenos.pdf.

SENPLADES. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir. Obtenido de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

Tamariz, P. (30 de Julio de 2014). Guayaquil turístico, plan que se afirma. (D. E. Universo, Entrevistador)

TAMAYO Y TAMAYO, M. (2003). El proceso de la Investigación Científica. México: LIMUSA.

TTG (2015) :<http://www.ttg.ec/files/2015/2.%20Bases%20Subastas%20FTTG-001-2015.docx>.

UESS. (17 de Marzo de 2015). Visita Ecuador. Obtenido de Turistas estadounidenses lideran visitas a Guayaquil: <http://visitaecuador.com/ve/noticias.php?idRegistro=40942>

UNIVERSIDAD CENTRAL DE FLORIDA (UCF). (2014). Guayas: Descubre el secreto mejor guardado de Sur América. (EE.UU). Obtenido de http://issuu.com/rmedina09/docs/executive_summary_vol_men_1

VERED HASHARON TRAVEL GROUP. (2015). Web oficial. Obtenido de <http://www.veredgo.es/>

Vinicio Sandi Meza, PhD. (2014). La investigación aplicada. San José, Costa Rica.

YUVI, C. (2008). Estudio de factibilidad para la creación de una operadora de ecoturismo en la ciudad de Otavalo. Quito: Escuela Politécnica Nacional.
<http://www.suitesguayaquil.com/terminal-terrestre-guayaquil.html>
<http://www.puce.edu.ec/intranet/documentos/PISP/PISP-Areas-Subareas-Conocimiento-UNESCO-Manual-SNIESE-SENESCYT.pdf>
<http://www.guayaquil.gov.ec/content/municipio-de-guayaquil-levanta-informaci%C3%B3n-estad%C3%ADstica-sobre-la-demanda-tur%C3%ADstica-nacionale>

ANEXO # 1

Guayaquil antiguo



Fuente (Guayaquil es mi destino, 2014)

Importancia del turismo



Fuente: (OMT, 2015)

Turismo en Ecuador: Hangar de Pangrama en 1940



Fuente: (Aeromundomag, 2014)

Turismo Fluvial en la ciudad de Guayaquil



Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015)

Sitio web “Guayaquil es mi destino”



Fuente: (Guayaquil es mi destino, 2014)

Logo de la Ruta del Pescador



Fuente: (Prefectura del Guayas, 2011)

ANEXO # 2

LEY DE TURISMO

Ley 97 Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002 Última modificación: 29-dic.-2014

Estado: Vigente CONGRESO NACIONAL

Considerando: Que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997 , a la fecha se encuentra desactualizada, por lo que es necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República; Que el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía; Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001 , declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y, En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente.

LEY DE TURISMO CAPITULO I GENERALIDADES

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes: a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional; b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización; c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas; d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y, e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo; b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación; c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística; d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos; e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística; f)

Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y, g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: a. Alojamiento; b. Servicio de alimentos y bebidas; c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y, f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Jurisprudencia: Gaceta Judicial, CONTRATO DE VIAJE O DE TURISMO, 31-jul-2001

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá: a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley; b. Dar publicidad a su categoría; c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese, empresario instalación o establecimiento; d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y, e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán ex-

clusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

CAPITULO III - DEL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO

Art. 13.- Créase el Consejo Consultivo de Turismo, cómo un organismo asesor de la actividad turística del Ecuador; sobre los temas que le fueren consultados por el Ministerio de Turismo.

Art. 14.- El Consejo Consultivo de Turismo, estará integrado por los siguientes miembros con voz y voto: 1. El Ministro de Turismo, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente; 2. El Ministro de Relaciones Exteriores o su delegado; 3. El Ministro del Ambiente o su delegado; 4. Un representante de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR; 5. Dos representantes ecuatorianos de las Asociaciones Nacionales de Turismo legalmente reconocidas y en forma alternativa; 6. Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador - AME; 7. Un representante del Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador - CONCOPE; y, 8. Un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador - FPTCE. El quórum para las sesiones se constituirá con siete miembros y sus resoluciones se tomarán por mayoría de los miembros presentes en la sesión. Los representantes a que se refieren los numerales 5 y 8 deberán tener sus respectivos alternos, quienes actuarán en caso de ausencia o impedimento del titular. La designación de los representantes a que se refiere estos numerales se harán en un colegio electoral convocado y presidido por la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR para los representantes señalados en el numeral 5. El Consejo Consultivo de Turismo nombrará a su secretario de una terna presentada por el Ministro de Turismo.

CAPITULO IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

LEY DE TURISMO

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional; 2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país; 3. Planificar la actividad turística del país; 4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información; 5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución; 6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo; 7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades; 8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes; 9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional; 10. Calificar los proyectos turísticos; 11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y 12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

Art. 18.-Nota: Artículo derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008.

CAPITULO V

DE LAS CATEGORIAS

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

CAPITULO VI

AREAS TURISTICAS PROTEGIDAS

Art. 20.- Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso, y demás

aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley. El Ministerio de Turismo deberá sujetarse a los planes de manejo ambiental de las áreas naturales protegidas, determinadas por el Ministerio del Ambiente. Las actividades turísticas y deportivas en el territorio insular de Galápagos se regirán por la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos y el Estatuto Administrativo del Parque Nacional Galápagos.

Art. 21.- Serán áreas turísticas protegidas aquellas que mediante Decreto Ejecutivo se designen como tales. En el Decreto se señalarán las limitaciones del uso del suelo y de bienes inmuebles. Quedan excluidas aquellas actividades que afecten el turismo por razones de seguridad, higiene, salud, prevención y preservación ambiental o estética; en caso de expropiación se observará lo dispuesto en el artículo 33 de la Constitución Política de la República.

Art. 22.- La designación del área turística protegida comprende los centros turísticos existentes y las áreas de reserva turística.

Art. 23.- El Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo definirá el área de reserva turística para que en ellas puedan realizarse proyectos turísticos. Esta definición no afectará los derechos de terceros, en caso de realizarse expropiación. En el Decreto Ejecutivo al que se refieren los artículos 21 y 23 de esta Ley, se establecerán los linderos del área de reserva turística, y se inscribirá en el Registro de la Propiedad correspondiente.

Art. 24.- La operación turística en las áreas naturales del Estado, zonas de reserva acuáticas y terrestres parques nacionales y parques marinos estará reservada para armadores y operadores

nacionales, pudiendo extenderse a los extranjeros que obtengan la correspondiente autorización con sujeción a lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley de Seguridad Nacional. Si fueran personas jurídicas deberán ser de nacionalidad ecuatoriana o sucursales de empresas extranjeras legalmente domiciliadas en el país. Las naves acuáticas que operen en los parques nacionales y zonas de reserva marina serán de bandera ecuatoriana. Se prohíbe conceder o renovar patentes a operadores o armadores que no cuenten con nave propia. No se considera nave propia a la que se encuentre en proceso de arrendamiento mercantil o leasing, sino a partir de uso efectivo de la opción de compra, que será acreditada con el correspondiente contrato. Cuando por motivos de fuerza mayor debidamente comprobados, la nave propia no pueda operar, se podrá fletar una nave, de la misma capacidad, de bandera nacional o extranjera, en reemplazo temporal e improrrogable de hasta tres años. Es facultad privativa del Presidente de la República, previo informe favorable de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, autorizar cada cinco años incrementos en el total de cupos de operación para las áreas naturales y zonas de reserva, en un porcentaje que en ningún caso será superior al cinco por ciento del total de cupos.

CAPITULO VII

DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL

Art. 26.- Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos: 1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo regis-

tradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo; 2. Exoneración total de los tributos que gravan la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el trayente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo. 3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

Art. 27.- Las personas naturales o las sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previo el informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros, por un periodo, de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría. Este beneficio se concederá siempre y cuando no exista producción nacional, cuenten con licencia de funcionamiento vigente otorgada por la autoridad competente y se cumplan los requisitos del Reglamento Especial, que se dicte sobre la materia. Igual tratamiento tendrán las importaciones de equipos, materiales de construcción y decoración, maquinaria, activos de operación y otros instrumentos necesarios para la prestación de servicios turísticos determinados en esta Ley. El Ministerio de Turismo, una vez comprobado el uso y destino de esos bienes solicitará a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) la emisión de las notas de crédito correspondientes.

Art. 28.- Los gastos que se reembolsen al exterior por concepto de campañas de publicidad y mercadeo, sea está impresa, radial, televisiva y en general en otros medios de comunicación; material impreso publicitario y su distribución; alquiler, atención, diseño y decoración de stand; suscripción a centrales y servicios de información, reserva y venta de turismo receptivo; inscripciones y afiliaciones en seminarios, ferias y eventos para promocionar turismo receptivo; directamente relacionados con actividades de turismo receptivo incurridos en el exterior por las empresas turísticas, serán deducibles para efectos de la determinación de la base imponible del impuesto a la renta ni se someten a retención en la fuente. Estos gastos no requerirán de certificación expedida por auditores independientes que tengan sucursales, filiales o repre-

sentación en el país, pero deberán estar debidamente sustentados con facturas y comprobantes de venta emitidos por los proveedores internacionales, acompañados de una declaración juramentada de que este beneficio no ha sido obtenido en otro país. Esta deducción no podrá exceder del 5% de los ingresos totales por servicios turísticos de la respectiva empresa correspondiente al ejercicio económico inmediato anterior.

Art. 29.- Las comisiones a las que se refiere al artículo 13, numeral 4 de la Ley de Régimen Tributario Interno pagadas para la promoción del turismo receptivo, no podrán exceder del ocho por ciento sobre el monto de las ventas. Sin embargo, en este caso, habrá lugar al pago del impuesto a la renta y a la retención en la fuente que corresponda, si el pago se realiza a favor de una persona o sociedad relacionada con la empresa turística, o si el beneficiario de esta comisión se encuentra domiciliado en un país en el cual no exista impuesto sobre los beneficios, utilidades o renta. El Servicio de Rentas Internas establecerá el procedimiento para la entrega de la información sobre estos pagos.

Art. 30.- Los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquirido bienes y los lleven consigo al momento de salir del país, tendrán derecho a la restitución del IVA pagado por esas adquisiciones, siempre que cada factura tenga un valor no menor de cincuenta dólares de los Estados Unidos de América US \$ 50,00. El reglamento a esta Ley definirá los requisitos y procedimientos para aplicar este beneficio. También contemplará los parámetros para la deducción de los valores correspondientes a los gastos administrativos que demanda el proceso de devolución del IVA al turista extranjero.

Art. 31.- Los servicios de turismo receptivo facturados al exterior se encuentran gravados con tarifa cero por ciento del impuesto al valor agregado de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno. Estos servicios prestados al exterior otorgan crédito tributario a la compañía turística registrada en el Ministerio de Turismo, en virtud del artículo 65, numeral 1 de la referida Ley. Para el efecto deberá declarar tales ventas como servicio exportado, y entregar al Servicio de Rentas Internas la información en los términos que dicha entidad exija. El crédito tributario será objeto de devolución por parte del Servicio de Rentas Internas. El impuesto al valor agregado pagado en las adquisiciones locales o importaciones de los bienes que pasen a formar parte de su activo fijo; o de los bienes, de las materias primas o insumos y de los servicios necesarios para la producción y comercialización de dichos bienes y servicios, que no sean incluidos en el precio de venta por parte de las empresas turísticas, será reintegrado en un tiempo no mayor a noventa días, a través de la emisión de la respectiva nota de crédito, cheque u otro medio de pago. Se reconocerán intereses si vencido el término antes indicado no se hubiese reembolsado el IVA reclamada. El valor que se devuelva por parte del Servicio de Rentas Internas por concepto del IVA a estos exportadores de servicios en un período, no podrá exceder del doce por ciento del valor de los servicios exportados efectuados en ese mismo período. El saldo al que tenga derecho y que no haya sido objeto de devolución será recuperado por el exportador de servicios en base a exportaciones futuras.

Art. 32.- Los establecimientos de turismo que se acojan a los incentivos tributarios previstos en esta Ley registrarán ante el Ministerio de Turismo los precios de los servicios al usuario y consumidor antes y después de recibidos los beneficios. La información que demuestre el

cumplimiento de esta norma deberá ser remitida anualmente por el Ministerio de Turismo al Servicio de Rentas Internas para el análisis y registro correspondiente.

Art. 33.- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

Art. 35.- El Ministerio de Turismo dentro del periodo de goce de los beneficios, efectuará fiscalizaciones a objeto de verificar las inversiones o reinversiones efectuadas, así como el cumplimiento de cada una de las obligaciones que determina esta ley y sus reglamentos. Cuando el Ministerio de Turismo detecte datos falsos o incumplimiento a lo establecido en las respectivas resoluciones de calificación y concesión de beneficios comunicará inmediatamente al Servicio de Rentas Internas, para que conjuntamente inicien las acciones civiles y/o penales correspondientes, sin perjuicio de las que el propio Ministerio de Turismo las imponga de acuerdo con la Ley y el Reglamento. De comprobarse ilícito tributario o defraudación conforme a las disposiciones del Código Tributario, Ley de Régimen Tributario Interno, sus reglamentos y demás normas conexas, se procederá a la cancelación del registro y de la Licencia Única Anual de Funcionamiento y a la clausura definitiva del establecimiento, sin perjuicio de las demás sanciones establecidas en las leyes correspondientes.

Art. 36.- No podrán acogerse a los beneficios de que trata esta Ley los siguientes: a. Los destinados al turismo emisor con destino al extranjero; y, b. Las agencias de viajes, a excepción de las agencias operadoras de turismo receptivo.

CAPITULO VIII

DE LOS COMITES DE TURISMO

Art. 38.- El Ministerio de Turismo coordinará con las autoridades locales o seccionales la conformación de comités de turismo en los sitios que considere necesario, estos comités estarán integrados por los sectores público y privado y tendrán las siguientes facultades: a) Recibir delegación del Ministerio de Turismo; b) Realizar ante el Ministerio de Turismo u otras autoridades las acciones necesarias para el buen resultado de su delegación; c) Informar al Ministro de Turismo sobre aspectos relacionados con la rama turística dentro de su jurisdicción; y, d) Las demás que les asigne el Ministro de Turismo. Los comités de turismo elegirán su secretario y funcionarán en base al reglamento que para este propósito se dictará.

CAPITULO IX

PATRIMONIO AUTONOMO

Art. 39.- El ministerio rector de la política turística determinará y regulará a través de Acuerdo Ministerial los siguientes recursos: a) Tarifas y contribuciones que se creen para fomentar el turismo; b) La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo, conforme se disponga en el Reglamento a esta Ley; c) Los valores por concesión de registro de turismo; y, d) La tasa por la emisión de cada pasaje aéreo para viajar desde el Ecuador hacia cualquier lugar en el extranjero. Nota: Artículo sustituido por artículo 50 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 405 de 29 de Diciembre del 2014. Nota: Ver Normas para Decla-

ración de Contribución del Uno por Mil, Resolución del Servicio de Rentas Internas No. 45, ver Registro Oficial Suplemento 429 de 2 de Febrero de 2015, página 34.

Art. 40.- Derogado. Nota: Literal e) sustituido por Disposición Reformativa Vigésima novena de Ley No. 0, publicada en LEY DE TURISMO Registro Oficial Suplemento 332 de 12 de Septiembre del 2014. Nota: Artículo derogado por artículo 51 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 405 de 29 de Diciembre del 2014.

Art. 41.- Derogado. Nota: Artículo derogado por artículo 51 de Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 405 de 29 de Diciembre del 2014.

CAPITULO X

PROTECCION AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURISTICOS

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe todo discrimin a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabili-

dad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Art. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos: a. El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad; b. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos; c. El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material; d. El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio; e. En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y, f. Los demás determinados en otras leyes.

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión. A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos.

Art. 47.- En caso de no resolverse los conflictos mediante la acción directa del Centro de Protección al Turista, el interesado podrá acceder a los centros de Mediación y Arbitraje que celebre convenios con el Ministerio de Turismo, para con sujeción en la Ley de Arbitraje y Mediación, intervenir en esta materia; o podrá acudir a la justicia ordinaria.

Art. 48.- De determinarse violación a normas legales, el Centro de Protección al Turista, solicitará al Ministro de Turismo que en observancia de las disposiciones del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, inicie el correspondiente expediente, para juzgar administrativamente la conducta del empresario turístico.

Art. 49.- Si la parte responsable de la violación fuere el operador de un área Turística Protegida, de un contrato o concesión turística; la sanción podría implicar hasta la terminación del contrato.

Art. 50.- Sin perjuicio de los mecanismos de protección señalados en los artículos anteriores si en los actos u omisiones de los empresarios turísticos existiere infracción penal, los perjudicados podrán ejercer la acción legal correspondiente.

Art. 51.- Los mecanismos de garantía y protección para el turista mencionados en este capítulo, podrán ser invocados por las empresas turísticas que operen legalmente en el país.

Art. 52.- Para efectos de esta Ley, se establecen los siguientes instrumentos de carácter general, para el efectivo control de la actividad turística: a. Amonestación escrita, en caso de faltas leves; b. Ubicación en la lista de empresarios incumplidos, en caso de faltas comprobadas, graves y repetidas; y, c. MULTAS, El Ministerio de Turismo impondrá las siguientes multas de manera gradual y proporcional de acuerdo a la falta cometida. Multa de USD \$ 100 a USD \$ 200 a quienes no proporcionen la información solicitada por el Ministerio de Turismo y no exhiban las listas de precios. Multa entre USD \$ 1000 y USD \$ 5000 que se regularán de manera gradual y proporcional a las personas que incumplan normas de calidad, no cumplan los

contratos turísticos o infrinjan las disposiciones de esta Ley y sus reglamentos. En caso de reincidencia la multa impuesta podrá duplicarse.

CLAUSURA, es un acto administrativo mediante el cual el Ministro de Turismo por sí o mediante delegación dispone el cierre de los establecimientos turísticos. Dictará esta medida en forma inmediata cuando se compruebe que se está ejerciendo actividades turísticas sin haber obtenido las autorizaciones a las que se refiere esta Ley. Igualmente dispondrá la clausura cuando se reincida en las causales señaladas en las letras a), b) y c) de este artículo.

CAPITULO XI

DE LOS DELITOS CONTRA LA SEGURIDAD PÚBLICA

Art. 53.- En el Título V del Libro Segundo del Código, Penal, a continuación del artículo 440-A, añádase el Capítulo XIII que se denominará "De ciertos delitos promovidos o ejecutados por medio de actividades turísticas" y agréguese el siguiente: "*Art. 440-B.- La persona o personas que instigaren promovieren o ejecutaren actividades turísticas con el objeto de cometer o perpetrar el delito de plagio tipificado en el artículo 188 y contemplado en el Capítulo III referido a los "Delitos contra la Libertad Individual", del Título II, Libro Primero del Código Penal; de los delitos, contra las personas contempladas en el Título VI y particularmente tipificados en el Capítulo I referido, a los delitos contra la vida; en el Capítulo II relacionado con "Las Lesiones" y el Capítulo III relativo al "Abandono de Personas" del Libro II del Código Penal; de los delitos sexuales contemplados en el Título VIII, en los Capítulos II relativo al "Atentado contra el Pudor, de la violación y del estupro", el Capítulo II atinente a los delitos*

de proxenetismo y corrupción de menores y Capítulo IV relativo al rapto; el Libro Segundo del Código Penal, de los delitos contra la propiedad contemplados en el Título X y particularmente tipificados en el Capítulo I relacionado con el delito de hurto, el Capítulo II acerca del delito de robo, el Capítulo IV relativo al delito de extorsión y el Capítulo V referido a las estafas y otras defraudaciones del Libro II del Código Penal, se les impondrá el máximo de la pena que corresponda a la naturaleza de la correspondiente infracción. Así mismo, quienes cometieran delitos previstos en este artículo contra personas que tengan la condición de turistas y a sabiendas que tenía tal condición se les impondrá la máxima pena prevista para la infracción perpetrada.

ANEXO # 3

ENCUESTA #1

1.- Datos del Encuestado

Edad: _____ Nacionalidad: _____ Sexo: F M
Nivel de Educación: Primaria Secundaria Superior

2.- ¿Si es turista nacional de qué Provincia proviene?

3.- ¿Si es turista extranjero de que País proviene?

4.- ¿Con que frecuencia arriba Usted a la Terminal Terrestre de Guayaquil?

Muy poco Habitualmente Siempre Rara vez Nunca

5.- ¿Cómo valora Usted el trato que recibe por parte del personal que labora en el area de informacion de la Terminal Terrestre de Guayaquil?

Bueno Regular Malo

6.- ¿Cómo considera usted, la información adquirida por parte del personal que labora en la Terminal Terrestre sobre el turismo en la ciudad de Guayaquil?

Bueno Regular Malo

7.- ¿Porque motivo visita Guayaquil?

Negocio Estudios Turismo Visitar Familiares Otros

8.- ¿Cuánto tiempo Usted tiene planificado para quedarse en Guayaquil?

1 Día 2 Días 3 Días 4 Días 5 Días 6 Días 7 Días 8 o más Días

9.- ¿Cuánto gasta Usted en su viaje por alojamiento, alimentación, entretenimiento, guía?

\$100 – 150 \$150 – 200 \$ 200 – 250 \$ 250 – 300 \$ 300 – 350 \$350 - +

10.- ¿Tiene usted inconveniente con el asesoramiento de transporte, alojamiento, traslado al llegar a la Terminal Terrestre de Guayaquil?

Sí No

11.- Conoce Usted alguna Operadora Turística aquí en la Ciudad de Guayaquil?

Sí No

12.- ¿Alguna vez ha utilizado una Operadora Turística?

Sí No

13.- ¿Considera Usted que es necesario el funcionamiento de una Operadora Turística en las instalaciones de la Terminal Terrestre de Guayaquil?

Sí No

14.- ¿Cree Usted que una Operadora Turística le ayudaría con su estadía en la Ciudad de Guayaquil?

Sí No

15.- ¿Usted contrataría los servicios de una Operadora Turística para recorrer los lugares de Guayaquil?

Sí No

16.- ¿Le gustaría que se cumpliera con todo los detalles de los servicios ofrecidos por parte de las Operadoras Turística ya sea (transporte, guías, entre otras)?

Sí No

17.- ¿Qué opciones le gustaría que la Operadora Turística le ofrezca?

Hospedaje Alimento Guía Traslado Masaje

Turismo Deportes Caminata Seguridad

18.¿Si existiera una Operadora Turística que ofrezca una variedad de servicios, teniendo un personal altamente capacitado y la compra de estos sea de una manera rápida, confiable y segura, utilizaría los servicios de esta Operadora?

Sí No

19.- ¿Cuánto dinero estaría Usted dispuesto a pagar por los servicios de una Operadora Turística que ofrezca combos o paquetes de viaje?

\$150 – 200 \$200 – 250 \$ 250 – 300 \$300 – 350 \$ 350 – 400 \$400 - +

20.- ¿Qué es lo más importante para Usted al momento al escoger el servicio de esta Operadora Turística?

Buena Atención Buen Servicio

Por los Paquetes ofrecidos Todos

ANEXO # 4

ENCUESTA #2

1.-Que día haría turismo en Guayaquil?

Lunes Martes Miércoles Jueves Viernes Fin/semana

2¿Al momento de escoger una operadora turística, que factores considera?

Precio Calidad Variedad

3¿Cuál es el medio por la cual Ud. Se informa de nuevos servicios en el mercado?

Televisión Radio Prensa escrita Internet
Redes sociales Referidos Volantes

4¿Cuántas veces al año Ud. Toma vacaciones?

1 2 3 4 más de 5

5¿Cuándo Ud. Toma vacaciones, por lo general cuantos días descansa?

De 1 a 2 de 3 a 4 de 5 a 6 de 7 a 8 0 días 15 días 6

6¿En sus vacaciones, Ud. prefiere quedarse en casa o salir de viaje?

En casa Salir de viaje

7¿Cuál es el gasto promedio cuando toma vacaciones?

\$20 - \$50 \$60 - \$90 \$100 - \$150 160 - \$200 \$250 - \$350 ma
de \$400

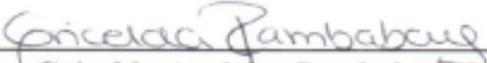
ANEXO # 5

VALIDACION DE LA PROPUESTA

Por medio del presente Yo, Ing. en Marketing **GRICELDA AMERICA PAMBABAY HERRERA**, con C.I. 0912560653 , certifico haber revisado la Propuesta “**Estudio de Factibilidad para la creación de una Operadora Turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, Provincia del Guayas**”, en beneficio de dicha empresa realizada por las egresadas, **Laila Patricia Hurtado Salazar** con CI. 091289009-2, y **Mariella del Rocío Villao Palas** con CI. 092363676-5 previo a la obtención del Título de Economistas, en el proyecto denominado, “**Estudio de Factibilidad para la creación de una Operadora Turística en la Terminal Terrestre de Guayaquil, Provincia del Guayas**”.

Es todo lo que puedo validar en honor a la verdad.

Atentamente,


Ing. Gricelda América Pambabay Herrera
C.I. 0912560653

ANEXO # 6

**PRECIOS DE LOS PAQUETES TURISTICOS QUE OFRECERA LA OPERADORA
TURISTICA “LAIMAR”**

| PRECIO DEL PAQUETE No. 1 | | | |
|------------------------------------|--------------------------|----------------|------------------|
| DURACION : 1 NOCHE / 2 DIAS | | | |
| DETALLE DEL COSTO | VALOR POR PERSONA | ESTADIA | TOTALES |
| GUIA | \$ 20,00 | 2 DIAS | \$ 40.00 |
| TRANSPORTE | \$ 25,00 | 2 DIAS | \$ 50.00 |
| DESAYUNO | \$ 3,00 | 2 DIAS | \$ 6.00 |
| ALMUERZO TIPICO | \$ 4,50 | 2 DIAS | \$ 9.00 |
| CENA | \$ 3.50 | 1 DIAS | \$ 3.50 |
| HOSPEDAJE | \$ 18.00 | 1 DIAS | \$ 18.00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 126.50 |
| IMPREVISTO 3% | | | \$ 3,80 |
| (+) MARGEN DE UTILIDAD 20% | | | \$ 26.06 |
| TOTAL | | | \$ 156,36 |

| PRECIO DEL PAQUETE No. 2 | | | |
|-------------------------------------|--------------------------|----------------|------------------|
| DURACION : 4 DIAS Y 3 NOCHES | | | |
| DETALLE DEL COSTO | VALOR POR PERSONA | ESTADIA | TOTALES |
| GUIA | \$ 20,00 | 4 DIAS | \$ 80.00 |
| TRANSPORTE | \$ 25,00 | 4 DIAS | \$ 100.00 |
| DESAYUNO | \$ 3,00 | 4 DIAS | \$ 12.00 |
| ALMUERZO TIPICO | \$ 4,50 | 4 DIAS | \$ 18.00 |
| CENA | \$ 3.50 | 3 DIAS | \$ 10.50 |
| HOSPEDAJE | \$ 18.00 | 3 DIAS | \$ 54.00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 274,50 |
| IMPREVISTO 3% | | | \$ 8,24 |
| (+) MARGEN DE UTILIDAD 20% | | | \$ 56,55 |
| TOTAL | | | \$ 339,29 |

| PRECIO DEL PAQUETE No. 3 | | | |
|-------------------------------------|--------------------------|----------------|------------------|
| DURACION : 6 DIAS Y 5 NOCHES | | | |
| DETALLE DEL COSTO | VALOR POR PERSONA | ESTADIA | TOTALES |
| GUIA | \$ 20,00 | 6 DIAS | \$ 120.00 |
| TRANSPORTE | \$ 25,00 | 6 DIAS | \$ 150.00 |
| DESAYUNO | \$ 3,00 | 6 DIAS | \$ 18.00 |
| ALMUERZO TIPICO | \$ 4,50 | 6 DIAS | \$ 27.00 |
| CENA | \$ 3.50 | 5 DIAS | \$ 17.50 |
| HOSPEDAJE | \$ 18.00 | 5 DIAS | \$ 90.00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 422.50 |
| IMPREVISTO 3% | | | \$ 12.68 |
| (+) MARGEN DE UTILIDAD 20% | | | \$ 87.04 |
| TOTAL | | | \$ 522.22 |

| PRECIO DEL PAQUETE No. 4 | | | |
|-------------------------------------|--------------------------|----------------|------------------|
| DURACION : 7 DIAS Y 6 NOCHES | | | |
| DETALLE DEL COSTO | VALOR POR PERSONA | ESTADIA | TOTALES |
| GUIA | \$ 20,00 | 7 DIAS | \$ 140.00 |
| TRANSPORTE | \$ 25,00 | 7 DIAS | \$ 175.00 |
| DESAYUNO | \$ 3,00 | 7 DIAS | \$ 21.00 |
| ALMUERZO TIPICO | \$ 4,50 | 7 DIAS | \$ 31.50 |
| CENA | \$ 3.50 | 6 DIAS | \$ 21.00 |
| HOSPEDAJE | \$ 18.00 | 6 DIAS | \$ 108.00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 496,50 |
| IMPREVISTO 3% | | | \$ 14,90 |
| (+) MARGEN DE UTILIDAD 20% | | | \$ 102,28 |
| TOTAL | | | \$ 613,68 |

PRECIO DEL PAQUETE No. 5**DURACION : 8 DIAS Y 7 NOCHES**

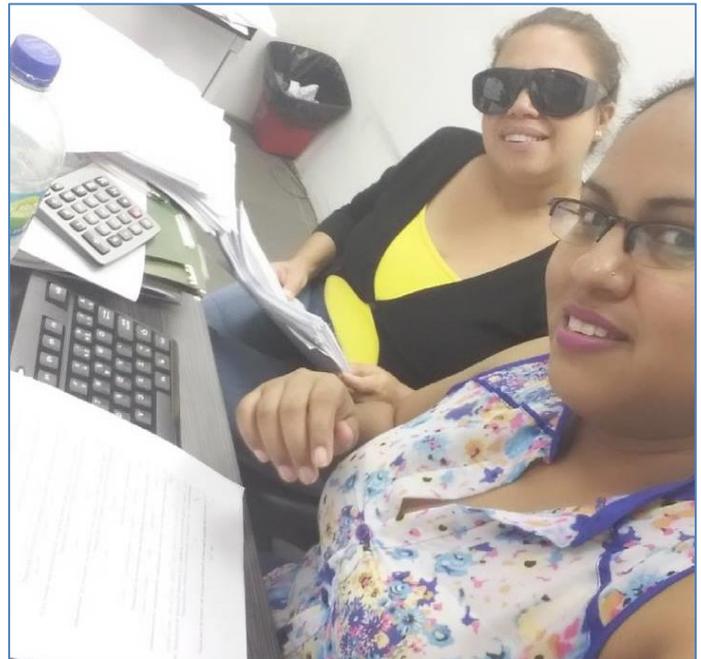
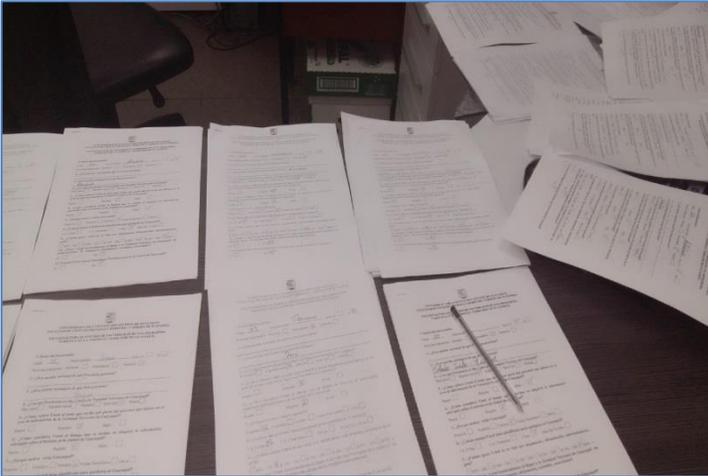
| DETALLE DEL COSTO | VALOR POR PERSONA | ESTADIA | TOTALES |
|-----------------------------------|--------------------------|----------------|------------------|
| GUIA | \$ 20,00 | 8 DIAS | \$ 160.00 |
| TRANSPORTE | \$ 25,00 | 8 DIAS | \$ 200.00 |
| DESAYUNO | \$ 3,00 | 8 DIAS | \$ 24.00 |
| ALMUERZO TIPICO | \$ 4,50 | 8 DIAS | \$ 36.00 |
| CENA | \$ 3.50 | 7 DIAS | \$ 24.50 |
| HOSPEDAJE | \$ 18.00 | 7 DIAS | \$ 126.00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 570,50 |
| IMPREVISTO 3% | | | \$ 17,12 |
| (+) MARGEN DE UTILIDAD 20% | | | \$ 117.52 |
| TOTAL | | | \$705,14 |

ANEXO # 7

**PERSONAL DE SEGURIDAD DE LA TERMINAL TERRESTRE DE
GUAYAQUIL**

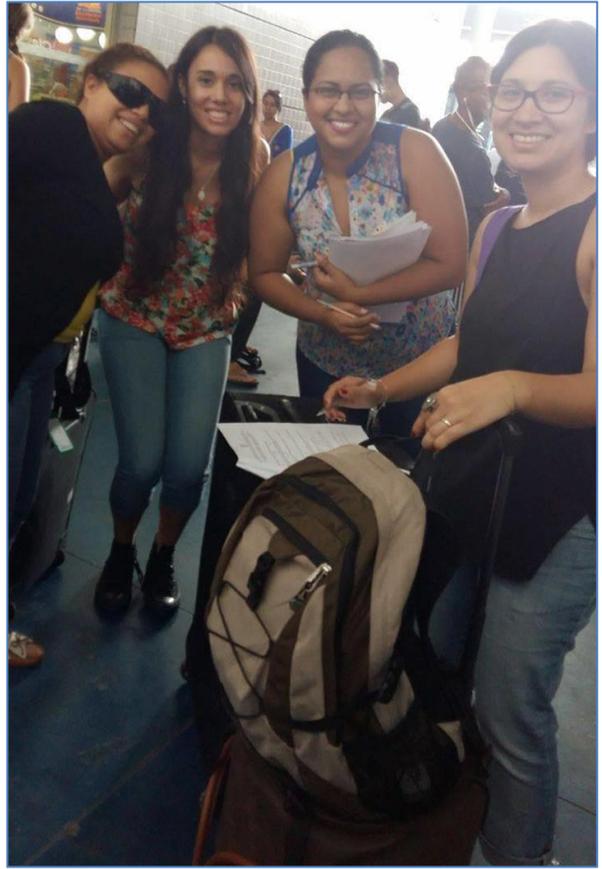


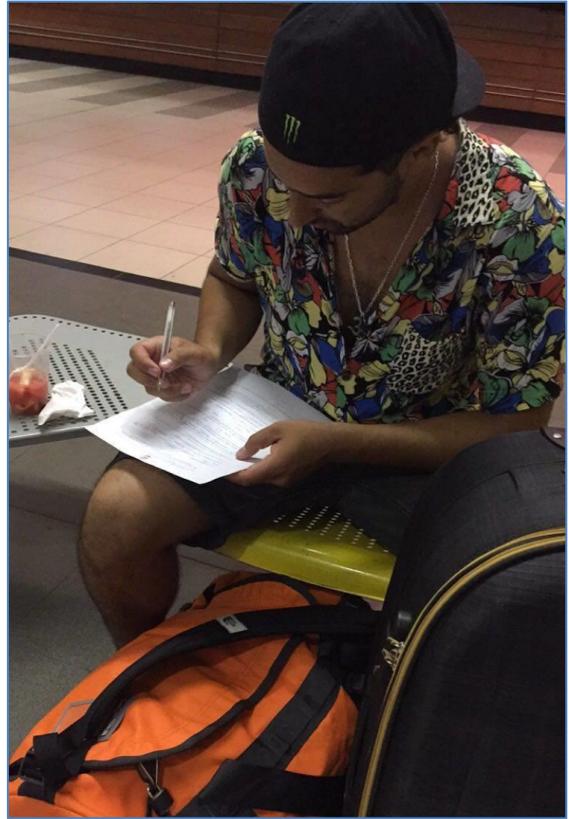
PREPARANDO EL MATERIAL PARA LAS ENCUESTAS A LOS TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJERAS QUE ARRIBAN A LA TERMINAL TERRESTRES DE GUAYAQUIL



ENCUESTANDO A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJERAS EN LA TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL







ANEXO # 8

LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL

EL CONGRESO NACIONAL

Considerando:

Que la Constitución Política de la República del Ecuador, reconoce a las personas, el derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación; declara de interés público la preservación del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país; establece un sistema nacional de áreas naturales protegidas y de esta manera garantiza un desarrollo sustentable;

Que para obtener dichos objetivos es indispensable dictar una normativa jurídica ambiental y una estructura institucional adecuada; y, en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

LEY DE GESTION AMBIENTAL

TITULO

AMBITO Y PRINCIPIOS DE LA LEY

Art. 1.- La presente Ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones ambiental y señala y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia.

Art.2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

CAPITULO II

DE LA EVALUACION DE IMPACTO AMBIENTAL Y DEL CONTROL AMBIENTAL

Art. 19.- Las obras publicas privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelaría.

Art. 20.- Para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgada por el Ministerio del ramo.

Art. 21.- Los Sistemas de manejo ambiental incluirán estudios de línea; evaluación del impacto ambiental, evaluación de riesgos; planes de manejo; planes de riesgo; sistemas de monitoreo; planes de contingencia y mitigación; auditorías ambientales y planes de abandono. Una vez cumplidos estos requisitos y de conformidad con la calificación de los mismos.

ALCANCE

El Estudio de Impacto Ambiental está orientado a señalar el marco legal ambiental aplicable a la Terminal Terrestre de Guayaquil, Provincia del Guayas. Al respecto, como parte de la Evaluación del Impacto Ambiental (EIA), se han verificado las acciones en funcionamiento (operación) que se encuentran enmarcadas en la legislación nacional, regional vigente y se identificaron los impactos ambientales positivos y negativos a generarse en la operación y mantenimiento, y se propusieron las correspondientes medidas ambientales para enfrentar los impactos negativos, mismos que se estructuraron en un Plan de Manejo.

ANEXO # 9

CERTIFICADO DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

YO, **Cecilia Mendieta García**. Certifico que he revisado la redacción y ortografía de la Tesis de Grado:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA EN EL TERMINAL TERRESTRE DE GUAYAQUIL, PROVINCIA DEL GUAYAS”

Elaborado por las egresadas: HURTADO SALAZAR LAILA PATRICIA

VILLAO PALAS MARIELLA DEL ROCÍO

Para el efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto:

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes
- La acentuación es precisa.
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada.
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción.
- Hay concreción y exactitud en las ideas.
- No incurre en errores en la utilización de las letras.
- La aplicación de la sinonimia es correcta.
- Se maneja con conocimientos y precisión la morfosintaxis.
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo, y directo, por lo tanto, de fácil comprensión.

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como **MAGÍSTER EN EDUCACIÓN SUPERIOR** y **ESPECIALISTA EN DESARROLLO DE PROYECTOS SOCIALES Y EDUCATIVOS**, recomiendo la **VALIDEZ ORTOGRÁFICA** de su tesis previo a la obtención del Título de **ECONOMISTA**.

Atentamente,



MSc. Rosa Cecilia Mendieta García
Catedrática de la Facultad de Filosofía
REGISTRO SENESCYT # 1006-06-651875
Celular. 0985813440 – 3856098

ANEXO # 10

GLOSARIO

Accesibilidades.

Propendiendo a la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los seres humanos y sectores de la sociedad, incentivando las mejoras y la rápida equiparación de oportunidades.

Actividad turística.

Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo.

Agencia de viajes.

Empresa dedicada a la realización de arreglos para viajes y venta de servicios sueltos, o en forma de paquetes, en carácter de intermediaria entre el prestador de los servicios y el usuario, para fines turísticos, comerciales, o de cualquier otra índole.

Alojamiento turístico.

Empresa Mercantil que ofrece un servicio que permite al cliente hospedarse para su descanso. Toda instalación que regularmente (u ocasionalmente) disponga de plazas para que el turista pueda pasar la noche.

Análisis de datos.

Categorización, ordenamiento y resumen de datos para responder a las preguntas de investigación. El propósito del análisis es reducir los datos a una forma entendible e interpretable para que las relaciones de los problemas de investigación puedan ser estudiadas y probadas. La elección del tipo de análisis a utilizar depende de los datos que hayamos recolectado, del nivel de medición de las variables, de la manera como se hayan formulado las hipótesis, del interés del investigador (Kerlinger, 1975; Albert Gómez, 2007).

Atractivos turísticos.

Son todos los elementos naturales, técnicos o culturales que por sus características se convierten en puntos o instrumentos de visitación o atracción turística. Comprenden los sitios tanto naturales como los factores de vida y actividad humana existentes en determinado lugar o región, los cuales constituyen el principal motivo para que el turista los visite (CICATUR, 1979).

Caracterización del Mercado.

Consiste en recopilar, procesar y analizar la información que permita aclarar el régimen de mercado y lo caracterice en su estructura como de competencia perfecta o monopolica o en una posición entre ambas. (ARBOLEDA, G. 1998).

Centro turístico.

Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente para motivar un viaje.

Competencia.

Se trata de analizar concienzudamente la operación de aquellas unidades que están operando en la gama del mercado que en principio serán competencia directa del proyecto que se estudia, bien por su previsible localización, categoría, nivel y servicios, etc. (VELASTEGUI, H., 1997).

Demanda Turística.

Es el conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor

Diagnóstico.

Componente del proceso de investigación científica mediante el cual se determina la situación que manifiesta el objeto de investigación. Un diagnóstico describe, clasifica, predice, explica y procura comprender la manera en que determinada situación tiene un determinado funcionamiento o dinámica, sus características y potencialidades, la naturaleza de sus dificultades y los factores que la determinan. Asimismo, las oportunidades que dicho fenómeno pudiera proyectar. Para ello se deben establecer aquellas características del objeto que manifiestan determinada situación y que determinan el estado de éste, a objeto de precisar posterior-

mente la actualidad y necesidad de la transformación de la situación mencionada (Álvarez de Zayas y Sierra Lombardía, 2001).

Escala de medida de las variables.

Sistema de medidas que el investigador aplica a las variables, siendo la naturaleza de las variables lo que determinará el tipo de escala a utilizar. Cada escala tiene características que determinarán los cálculos estadísticos que se podrán efectuar. Se pueden señalar las siguientes escalas: escala nominal, ordinal, por intervalos y de razón o cociente (Albert Gómez, 2007).

Espacio turístico.

Corresponde a la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos y la planta turística en determinada zona.

Factibilidad.

Según Varela, “*se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto*”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Financiamiento.

Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales. El Crédito bancario es una de las maneras más utilizadas por parte de las empresas hoy en día de obtener un financiamiento necesario. (Ministerio de Educación Universitaria. Belloso Chacín).

Gasto Turístico.

Gasto total del consumo realizado por un visitante o en nombre de un visitante para su viaje o durante él y durante la estancia en su lugar de destino.

Guía de Turismo.

Profesional turístico cuya misión es informar, asistir y atender al turista durante una visita u otro servicio técnico-informativo turístico.

Indicador de la Operacionalización de la variable.

Es aquella cualidad o propiedad del objeto que puede ser directamente observada, medible y cuantificada, que permite conocer la situación del objeto en un momento dado y que posteriormente serán la base para la conformación de índices relativos de acuerdo con los valores obtenidos (Álvarez de Zayas y Sierra Lombardía 2001; Ortiz Uribe, 2004).

Marketing.

Es la actitud empresarial que permite: Identificar, Descubrir, Conocer, Dominar diferentes productos y servicios que satisfagan y deleiten a los clientes permitiendo a la empresa enganchar una ventaja competitiva diferenciándose de la competencia y sobre todo creando valor en el sistema, sin descuidar la responsabilidad social.

Observación.

Proceso de la investigación por el que se aprehende una determinada realidad para conocer sus características, definir un problema o evaluar situaciones. Como procedimiento, puede utilizarse en distintos momentos de una investigación más compleja. En su etapa inicial se usa en el diagnóstico del problema a investigar y es de gran utilidad en el diseño de la investigación.

En el transcurso de la investigación puede convertirse en procedimientos propio del método utilizado en la comprobación de la hipótesis. Al finalizar la investigación la observación puede llegar a predecir las tendencias y desarrollo de los fenómenos, de un orden mayor de generalización (Álvarez de Zayas y Sierra Lombardía, 2001).

Ocio.

Es el tiempo que el hombre puede disponer fuera de sus horas de trabajo, es un elemento compensador de las condiciones de trabajo de la vida moderna. El ocio permite, mediante la evasión reparar los desgastes psicofísicos.

Oferta turística.

Es el conjunto de atractivos y servicios, puestos a disposición del mercado.

Operador Turístico.

Los operadores turísticos son aquellos agentes que participan en la actividad turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la 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, traslados y demás. (OMT, Web oficial, 2015)

Optimización.

Es el proceso de seleccionar, a partir de un conjunto de alternativas posibles, aquella que mejor satisfaga el o los objetivos propuestos. (Marta B. Ferrero y Omar J. A. Chiotti).

Organismo Oficial de Turismo.

Organización estructurada por el Estado, con responsabilidades en materia turística, cuyo principal propósito es optimizar el crecimiento del turismo, para maximizar de este modo, su contribución al desarrollo económico y social, de un lugar o de una jurisdicción.

Paquete turístico.

Conjuntos de servicios que incluyen el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc. Puede o no incluir el transporte de aproximación y se vende a un precio global, y son adquiridos en un solo acto de compra.

Planificar o planear.

Es el proceso correspondiente a la formulación de un modelo que, basado en objetivos de desarrollo e hipótesis de comportamiento, y, considerando las circunstancias presentes y sus orígenes, propone líneas de acción factible, tendiente a obtener una situación deseable.

Publicidad.

La investigación sirve para indicar cuál es el mejor vehículo de comunicación para la publicidad del producto o servicio. (VELASTEGUI, H., 1997).

Recreación.

Es el conjunto de actividades no lucrativas que el hombre realiza en su tiempo libre dentro del lugar o zona de residencia. Es una forma de uso del tiempo libre en períodos reducidos de tiempo, utilizando instalaciones urbanas al aire libre, o en espacios cubiertos. La demanda puede ser masiva (balnearios), selectivo (clubes, casa fin de semana, etc.), popular (bajo costo), subvencionadas (colonias de niños).

Región turística.

Es el espacio mayor para el planeamiento o la integración que lleve al desarrollo turístico. Conjunto de provincias cuya composición espacial se estructura de acuerdo a una oferta turística, homogénea, por productos, que permita coordinar políticas y estrategias para un mejor desarrollo.

Ruta turística.

Se determina estudiando sobre el mapa un itinerario que comprenda la visita de varias localidades de interés turístico. Hay que tener en cuenta los lugares de salida y llegada, de paradas, distancias, comunicaciones, inclusión de valores históricos, paisajísticos, folklóricos.

Servicios.

Actividad, beneficios o satisfacciones que se ofrecen para su venta, cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada.

Sustentable.

El turismo desarrollado en armonía con los recursos Naturales y Culturales a fin de garantizar beneficios perdurables, tanto para las generaciones presentes, como para las futuras. La sustentabilidad aplicada en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.

Tasa Interna de Retorno (TIR).

La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero. En términos más específicos, la TIR de la inversión es la tasa de interés a la que el valor actual neto de los costos (los flujos de caja negativos) de la inversión es igual al valor presente neto de los beneficios (flujos positivos de efectivo) de la inversión. Las tasas internas de retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto. Suponiendo que todos los demás factores iguales entre los diferentes proyectos, el proyecto de mayor TIR probablemente sería considerado el primer y mejor realizado.

Fórmula de la TIR

$$VPN = \frac{\sum R_t}{(1+i)^t} = 0$$

Donde

t - el tiempo del flujo de caja

i - la tasa de descuento (la tasa de rendimiento que se podría ganar en una inversión en los mercados financieros con un riesgo similar)

R_t - el flujo neto de efectivo (la cantidad de dinero en efectivo, entradas menos salidas) en el tiempo t . Para los propósitos educativos, R_0 es comúnmente colocado a la izquierda de la suma para enfatizar su papel de (menos) la inversión.

Turista.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), es toda persona sin distinción de raza, sexo, idioma o religión, que entra en el territorio de un estado distinto de aquel en que dicha persona tiene su residencia habitual y permanezca en él veinticuatro horas al menos y no más de seis meses, con fines de turismo, recreo, deportes, salud, asuntos familiares, estudio, peregrinaciones religiosas o negocios, sin propósito de inmigración.

Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador nos muestra el monto de beneficios reales que un proyecto aportaría al inversionista privado y considera tanto el valor cronológico del dinero, como su costo de oportunidad. (Docentes de la Carrera de Administración Turística. U.N.L, 2009)

Si por ejemplo hacemos una estimación de los ingresos de nuestra empresa durante cinco años, para que el proyecto sea rentable el VAN tendrá que ser superior a cero, lo que significará que recuperaremos la inversión inicial y tendremos más capital que si lo hubiéramos puesto a renta fija. La fórmula para el cálculo del VAN es la siguiente, donde I es la inversión, Q_n es el flujo de caja del año n , r la tasa de interés con la que estamos comparando y N el número de años de la inversión:

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

Tal y como hemos comentado anteriormente, es el Valor Actual Neto, este valor se obtiene de medir los flujos de caja futuros del proyecto que queremos poner en marcha o en el que queremos invertir, descontando la inversión inicial que necesitamos. Si el resultado obtenido es positivo, en este caso el proyecto es viable. Pero vamos a ahondar un poquito más en esta explicación, si lo que queremos es conocer si va a ser viable o no la inversión hay que tener en cuenta que a estos flujos de caja futuros que vamos a recibir tenemos que quitarles la tasa de interés que hubiéramos obtenido de haber invertido este capital en un producto financiero seguro.

Si después de quitarles esta tasa de interés, le restamos la inversión que hemos realizado y el resultado sigue siendo positivo, está claro, que ganamos más dinero con este proyecto que invirtiendo en otros productos de renta fija, por lo tanto el proyecto es viable económicamente y puede resultarnos interesante la inversión en el mismo. VAN Y TIR (ABC.ES, 2013).

Visitante.

Es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a 12 meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado. (OMT. Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo. Manual Técnico N°1. Organización Mundial del Turismo. Madrid, Noviembre de 1998).